



УТВЕРЖДЕНА

приказом № 379 от 23 июля 2018 г.

Корпоративная политика в области управления внешними социальными программами

ВВЕДЕНИЕ

Реализация социальных программ, способствующих устойчивому развитию регионов присутствия, - одно из ключевых направлений Корпоративной политики социальной ответственности ПАО «Силовые машины» (далее – Компания). Компания сотрудничает с государством и обществом в решении актуальных социальных задач, инвестирует в социальную и культурную инфраструктуру регионов, в которых работают ее предприятия, обеспечивая благоприятную социальную среду для реализации долгосрочной стратегии своего развития.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящая Политика определяет единое понимание целей, принципов и основных направлений разработки и реализации внешних социальных программ Компании всеми предприятиями и подразделениями Компании.

1.2. Политика в области управления внешними социальными программами базируется на миссии, стратегии и ценностях Компании, положениях Корпоративной политики социальной ответственности ПАО «Силовые машины».

1.3. Политика направлена на повышение эффективности внешних социальных программ, развитие конструктивного взаимодействия с заинтересованными сторонами в решении актуальных социальных задач, повышение репутации Компании.

1.4. Политика разработана в соответствии с действующим законодательством РФ, соответствует Уставным и другим регламентирующим документам Компании.

2. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

2.1. Политика определяет цели и основные направления внешних социальных программ Компании.

2.2. Политика рекомендуется для применения в дочерних и зависимых обществах Компании.

2.3. Политика определяет круг ключевых заинтересованных сторон внешних социальных программ Компании.

3. ЦЕЛИ, ПРИНЦИПЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНИХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

3.1. Внешние социальные программы Компании направлены на:

- развитие социально-экономического потенциала регионов присутствия;
- повышение качества жизни работников и ветеранов Компании и местных сообществ;
- поддержку культуры;

- укрепление корпоративной культуры через вовлечение персонала в реализацию общественно-значимых проектов;
- профессиональную ориентацию учащихся и студентов;
- укрепление репутации «Силовых машин» как социально ответственной компании;
- содействие распространению современных стандартов корпоративной социальной ответственности.

Конкретные целевые ориентиры по этим направлениям определяются в процессе планирования на среднесрочную и долгосрочную перспективу в соответствии с общими стратегическими ориентирами Компании и с учетом приоритетов развития регионов присутствия Компании.

3.2. Принципы разработки и реализации внешних социальных программ:

- уважение к людям, социальным и культурным традициям регионов присутствия;
- партнерские отношения с обществом и государством;
- связь социальных программ со стратегическими приоритетами основной деятельности и ценностями корпоративной культуры;
- сбалансированность общероссийских, региональных и международных проектов, учет специфики социальных условий, в которых работают предприятия, входящие в ПАО «Силовые машины»;
- эффективность и прозрачность управления социальными программами;
- учет мнений заинтересованных сторон;
- вовлеченность персонала: в разработке и реализации внешних социальных программ принимает участие внутренняя общественность Компании;
- постоянное совершенствование: регулярный мониторинг и коррекция внешних социальных программ.

3.3. Основные формы внешних социальных программ:

• спонсорство - осуществление Компанией вклада (в виде предоставления финансовых средств, имущества, результатов интеллектуальной деятельности, оказания услуг, проведения работ) в деятельность другого юридического или физического лица на условиях продвижения спонсируемым бренда спонсора. Осуществляется в отношении проектов, связанных с культурно-просветительской деятельностью, профессиональным образованием, экологией и повышением престижа рабочих специальностей.

• благотворительность - добровольная и безвозмездная передача Компанией юридическим или физическим лицам денежных средств и/или имущества, выполнение работ, предоставление услуг, оказание иной поддержки или содействия. Благотворительная деятельность осуществляется в отношении следующих социальных групп: дети с ограниченными возможностями или тяжело больные, дети-сироты; сотрудники и ветераны ПАО «Силовые машины», находящиеся в критической ситуации; а

также благотворительного фонда, оказывающего поддержку ветеранам предприятий, входящих в ПАО «Силовые машины». Для принятия решений о благотворительных действиях в адрес сотрудников ПАО «Силовые машины» на предприятии действует комиссия, деятельность которой регламентирована Коллективным договором. Благотворительная деятельность в адрес ветеранов «Силовых машин» регламентируется внутренними документами Благотворительного Фонда милосердия «Силовые машины».

- участие в социальных программах в рамках трехстороннего сотрудничества между органами власти, бизнесом и общественными организациями;
- информационно-просветительская деятельность.

4. РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИКИ

4.1. Основные этапы управления внешними социальными программами:

- проектирование,
- планирование и бюджетирование, выполнение и маркетинг программы, координация осуществляемых некоммерческими организациями и другими партнерами Компании федеральных и общекорпоративных проектов и программ,
- мониторинг,
- коррекция и развитие программ.

4.2. Управление внешними социальными программами осуществляет Управление по связям с общественностью и рекламе, в частности: обеспечивает подготовку плана и бюджета деятельности Компании в области общекорпоративных внешних социальных программ, определяет приоритеты, разрабатывает стратегию и тактику реализации социальной политики Компании, координирует реализацию программ и проектов в масштабе Компании, методически поддерживает ответственных за управление внешними социальными проектами на предприятиях Компании.

4.3. Инструменты реализации Политики:

- оценка существующего портфеля программ с учетом стратегических приоритетов Компании, приоритетов взаимодействия с государством и обществом;
- определение ключевых заинтересованных сторон с учетом международных стандартов взаимодействия со стейкхолдерами;
- определение приоритетов, ключевых показателей эффективности, выбор проектов и партнеров с учетом стандарта ISO 26000 - Руководство по социальной ответственности;
- инновационные технологии управления социальными проектами (социальное проектирование, межсекторное взаимодействие, конкурсный отбор социальных и культурных проектов, волонтерство);
- развитие компетенций, необходимых для эффективного управления внешними социальными программами.