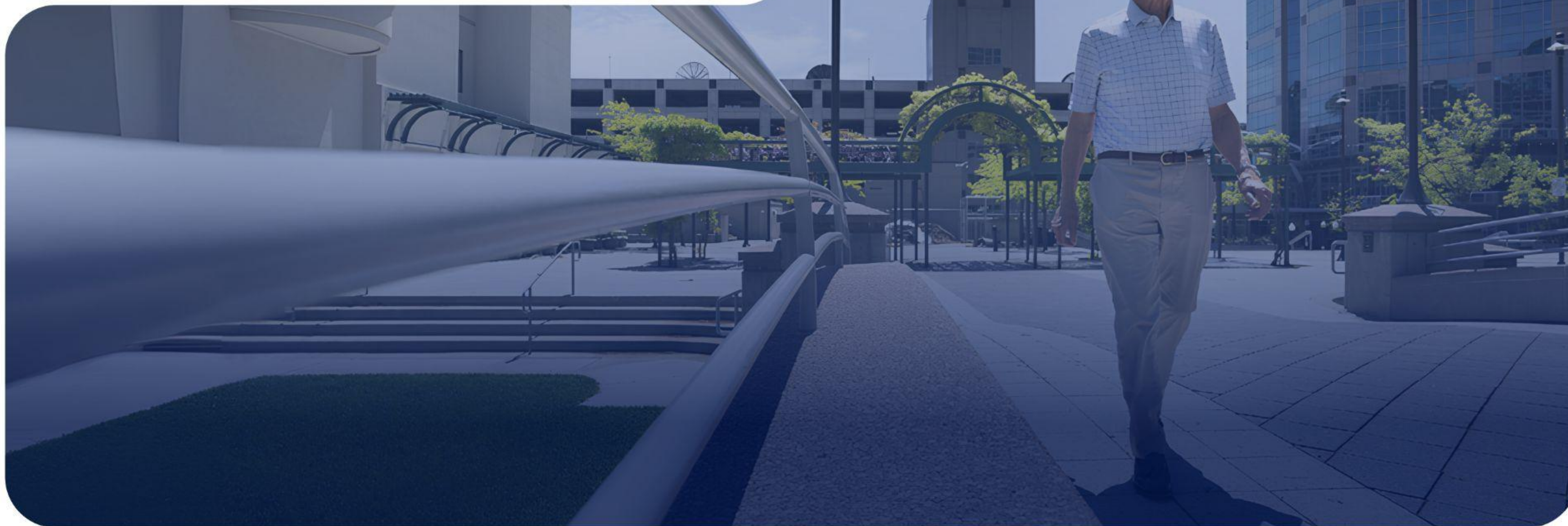




НЕ ПОСТРОИТЬ, А СОЗДАТЬ

Как сделать социальные инвестиции действительно полезными для города и бизнеса

О ЯНГ ГРУПП

10 лет мы повышаем управляемость бизнеса через повседневные действия сотрудников. Работаем на стыке антропологии, поведенческой экономики и социальных наук.

Мы знаем, как люди принимают решения и действуют: раскладываем каждый этап работы сотрудника на цикл принятия решений и находим, где и почему система дает сбой.

→ ИНТЕГРАТОР

настройка, запуск и реализация конкретных решений, проектов и программ повестки внутри компаний

→ КОНСАЛТИНГ

консультационное и аналитическое сопровождение по всем актуальным вопросам повестки устойчивого развития

93%

клиентов отмечают, что результат работы превосходит или попадает в ожидания

88%

клиентов отмечают легкость в работе с нами

8%

рынка b2b услуг в сфере устойчивого развития России занимаем мы

85+

компаний-партнеров

250+

реализованных проектов

10

лет на рынке

9 ИЗ 10

компаний рекомендуют нас коллегам

СПИКЕР



АННА МОРОЗОВА

Директор по стратегическим партнерствам и антропологической практике You Social

- 7+ лет профессионального опыта в международном консалтинге в сфере территориального развития.
- Преподаватель-исследователь РГУ Нефти и Газа, МГУ, МАРШ.
- Разработчик крупнейших стратегических документов страны.

БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ ГОРОДОВ РОССИИ ЯВЛЯЮТСЯ ПРОМЫШЛЕННЫМИ

321

моногородов

22%

россиян проживает в моно- и промышленных городах

до 50%

городской застройки составляют промышленные территории

76%

опрошенных жителей городов-миллионников отметили, что состояние города зависит в том числе от действий бизнеса¹.

Двойственное отношение к корпорациям присутствия

1. «Города промышленной трансформации» — ЦСП «Платформа»

ЭВОЛЮЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

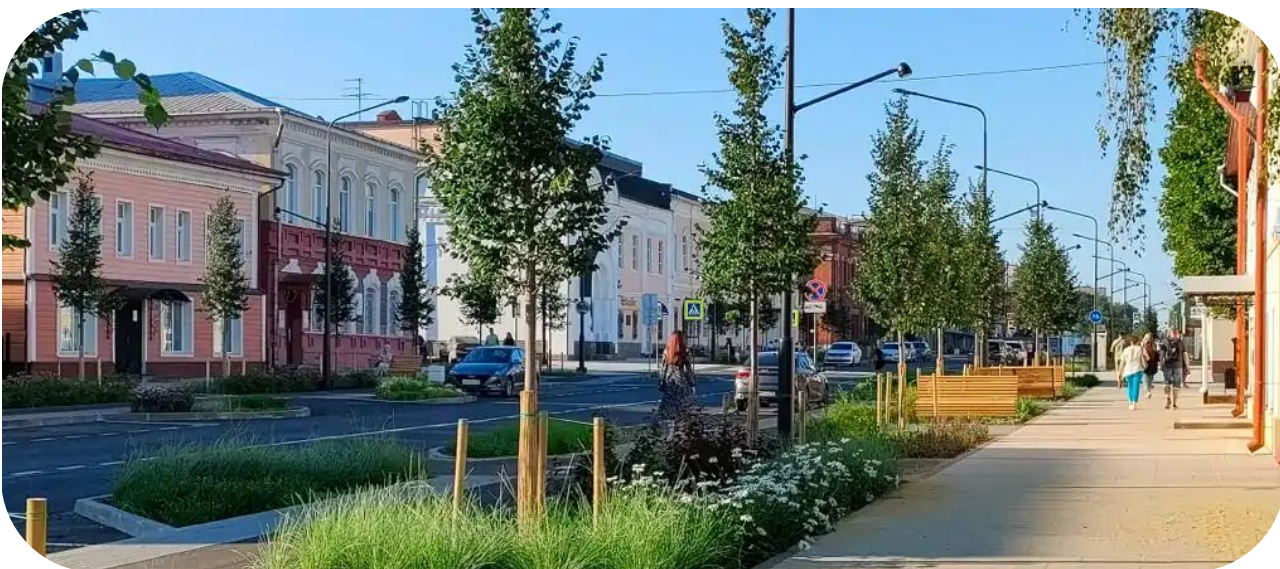
Трансформируется контекст взаимодействия бизнеса и власти, усиливаются вызовы, связанные с конкуренцией брендов территорий и повышения качества среды.



МОДЕЛИ ВНУТРЕННЕЙ МИГРАЦИИ



СССР

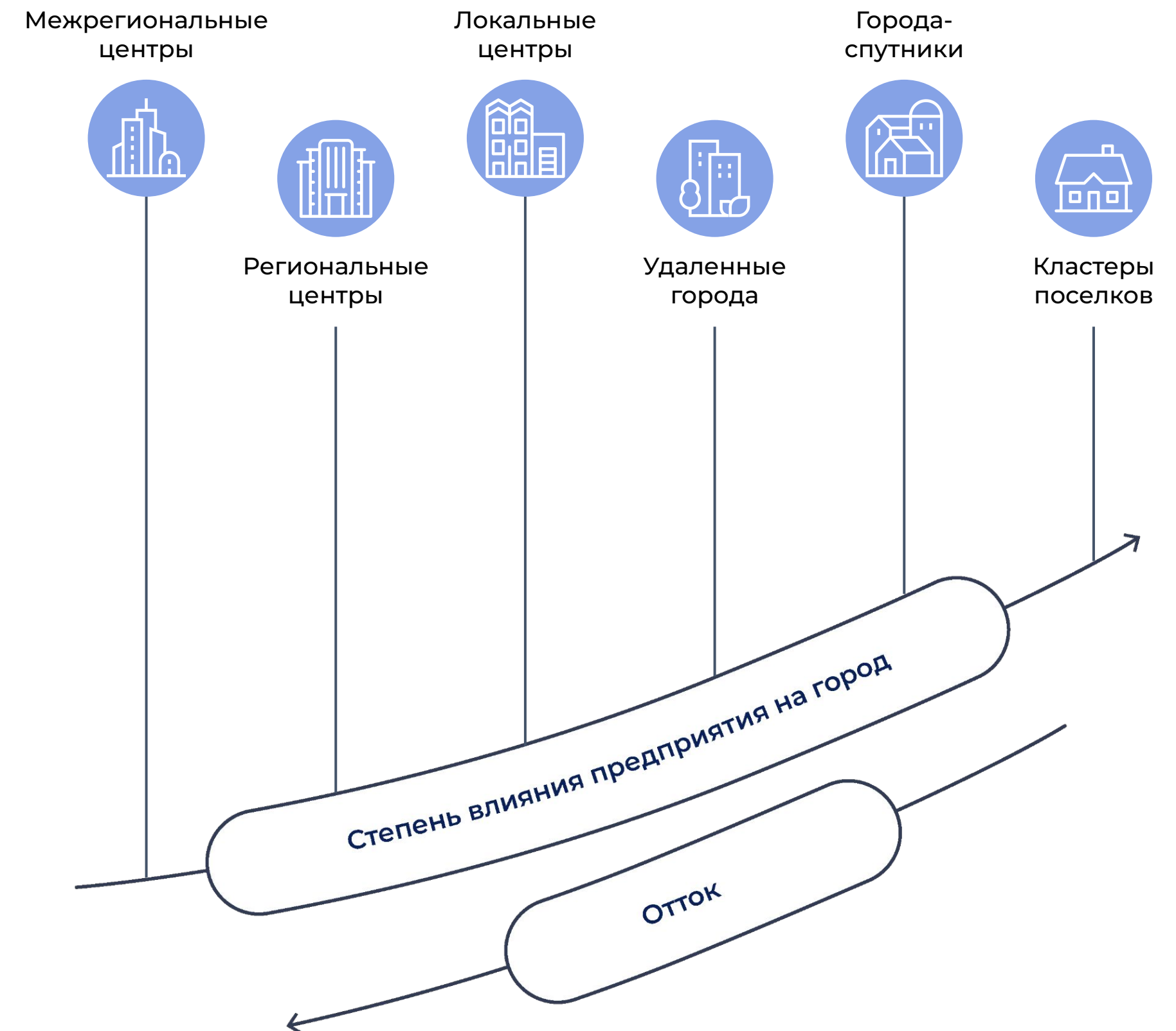


Сегодня

БИЗНЕС, КОТОРЫЙ НЕ РАЗВИВАЕТ ТЕРРИТОРИЮ, ПРОИГРЫВАЕТ ЗА ПРЕДЕЛАМИ СТОЛИЦ

Размер и тип населенного пункта напрямую взаимосвязан с уровнем влияния компаний на качество жизни. Чем меньше город, тем он более зависим от промышленного предприятия — его социальной, экологической и корпоративной политики.

Социальный вклад бизнеса здесь перестаёт быть дополнительной инициативой или инструментом репутации. Он становится одним из немногих ресурсов развития и НАДЕЖДой для города.



НЕЛЬЗЯ БЫТЬ УСПЕШНОЙ КОМПАНИЕЙ НА НЕУСПЕШНОЙ ТЕРРИТОРИИ

Промышленные города изначально находятся в проигрышном положении, поэтому точечное финансирование отдельных мероприятий зачастую не дает синкретического эффекта и не влияет на повышение качества жизни.

Российские компании поддерживают города присутствия

245 млрд руб.

инвестируют российские компании в программы КСО¹

до 27%

доля расходов в бюджете на внешние социальные инвестиции компаний из Топ-50¹

Некачественная жилая среда

67%

малых городов до 5 тыс. чел. имеют низкие значения качества жилья и прилегающих пространств

Неудовлетворительное состояние улиц и дорог

в 33%

промышленных городов УДС недостаточно комфортна и безопасна

Низкая доля озелененных территорий

в 70%

городов отмечается недостаток зеленых пространств

Недостаток общественно-деловой инфраструктуры

в 100%

крупнейших промышленных городов не хватает общественно-деловых пространств

Нехватка социально-культурных пространств

в 64%

городов слабо развита социально-досуговая инфраструктура

Некомфортная городская среда

в 44%

малых городов до 5 тыс. чел. низкий уровень развития общественного пространства

1. Аналитическое исследование по теме: «Особенности развития филантропии в России»

2. Индекс качества городской среды, 2021 г.

СОТРУДНИКАМ ВАЖНЫ НЕ ТОЛЬКО УСЛОВИЯ ТРУДА, НО И СРЕДА ДЛЯ ЖИЗНИ

Улучшение условий труда остается одним из наиболее распространенных способов привлечения и удержания кадров. Однако сегодня этого уже недостаточно: сотрудники предъявляют всё более высокие требования к месту, в котором им предстоит жить.

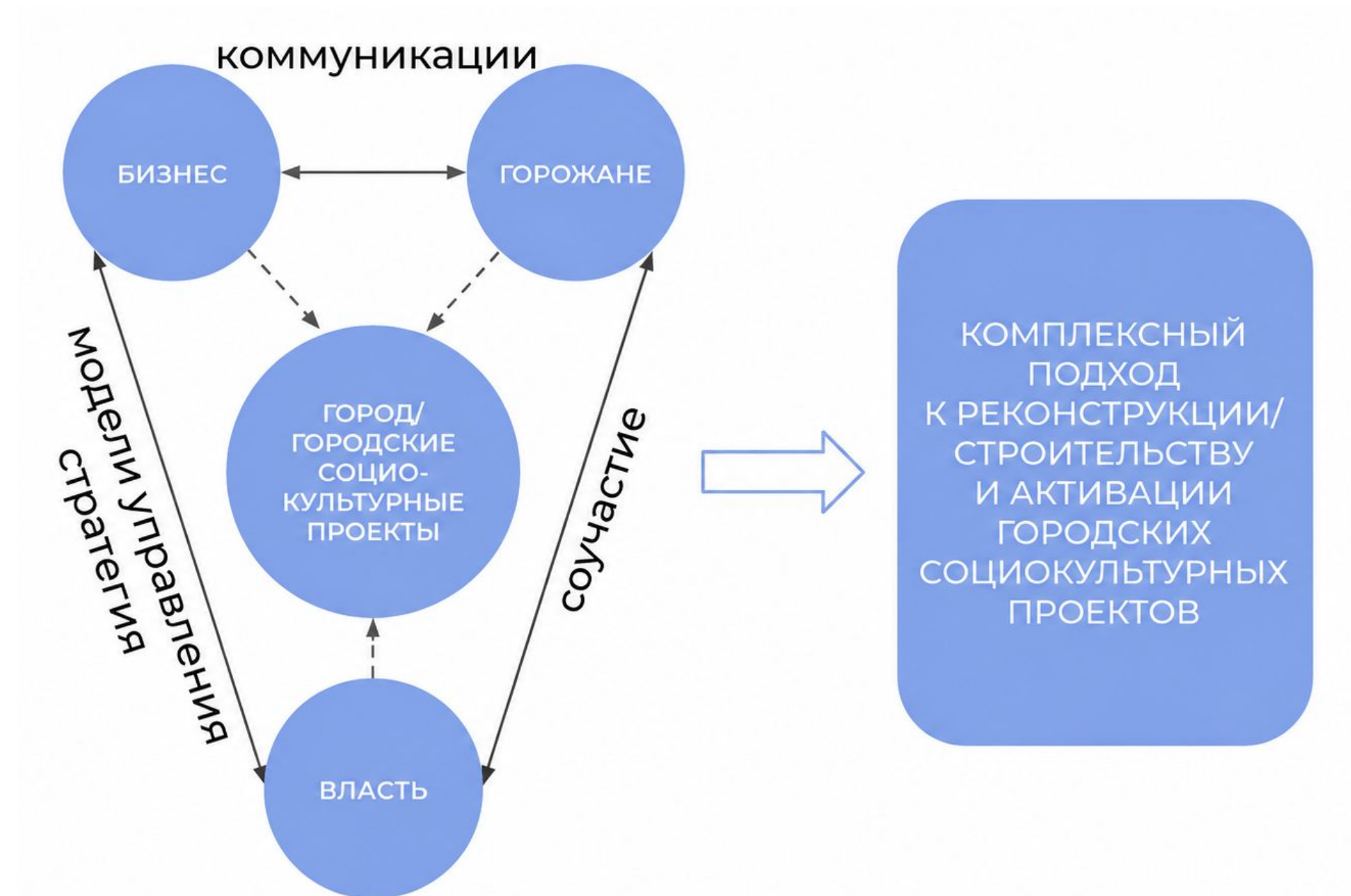
Поэтому компания конкурирует за сотрудника не только зарплатой и условиями на предприятии — она конкурирует качеством жизни за пределами проходной.

И если жители города не являются сотрудниками компании, это не значит, что качество их жизни не зона ответственности компании.



В УСЛОВИЯХ МОНОГОРОДА БИЗНЕС СТАНОВИТСЯ КЛЮЧЕВОЙ ТОЧКОЙ ОПОРЫ / ЭКОСИСТЕМОЙ ДЛЯ ТЕРРИТОРИИ

Миссия бизнеса – создать пространство для диалога, учесть вызовы современности и найти оптимальные решения для благополучия жителей и достижения собственных бизнес-целей.



ЗАГАДКА ДВОРЦА КУЛЬТУРЫ



ПЕЧАЛЬНАЯ РАЗГАДКА



НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ



Многое создано
Компанией



Но этим мало
кто пользуется

ПОЧЕМУ?



ВЫЗОВЫ, С КОТОРЫМИ СТАЛКИВАЕТСЯ БИЗНЕС В ГОРОДАХ ПРИСУТСТВИЯ

Компании вкладывают значительные средства в развитие городов присутствия, реализуют социальные программы, строят инфраструктуру и поддерживают отдельные инициативы. Однако без понимания реальных потребностей территории инвестиции могут оставаться разрозненными и не создавать долгосрочного эффекта ни для жителей, ни для бизнеса.

Почему?

1

Не определены
приоритеты
разных групп



2

Отдельные
объекты не
формируют
систему
городской
жизни



3

Проектируется
объект, но не
его дальнейшая
жизнь



4

Бизнес, город
и жители
действуют
разрозненно



5

Отсутствуют
идентичность
и «лицо»



ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ — УЖЕ НЕ ВЫБОР, А ВОПРОС ВЫЖИВАНИЯ

Компании больше не могут эффективно развивать территории, ориентируясь только на собственные представления, запросы администрации или самых активных групп. Цена ошибки растет.

1

ЛЮДИ МОГУТ УЙТИ

Дефицит кадров и конкуренция за сотрудников меняют роль города присутствия.

Хочу ли я жить и работать в этом городе?

2

ДЕНЬГИ МОЖНО ПОТРАТИТЬ, НО НЕ ПОЛУЧИТЬ ЭФФЕКТ

Город больше не является приложением к предприятию.

Куда эффективно потратить деньги?



РЕАКТИВНЫЙ ПОДХОД

Компания реагирует на отдельные запросы — активных жителей, сообществ или организаций.

- ✓ отдельные группы получают нужный проект
- ✗ большая часть территории остается вне фокуса
- ✗ эффект ограничен несколькими аудиториями



АДМИНИСТРАТИВНЫЙ ПОДХОД

Приоритеты формируются преимущественно на основе запросов администрации и текущих задач территории.

- ✓ решаются отдельные системные проблемы
- ✗ интересы жителей и бизнеса могут не совпадать
- ✗ инвестиции не всегда становятся заметными и востребованными



ПРОАКТИВНЫЙ ПОДХОД

Понять, где скрыт реальный социальный запрос и на какие группы и изменения действительно стоит направить инвестиции. Только после этого принимать инвестиционные решения.



Социальный эффект

Решение становится востребованным.



Коммуникационный эффект

Проект замечают и обсуждают.



Репутационный эффект

Компанию начинают воспринимать как часть территории.

СЛУШАТЬ ТЕХ, КТО ГРОМЧЕ ВСЕХ, НЕ ВСЕГДА ЭФФЕКТИВНО

- Финансирование самых громких запросов жителей.
- Инициативы местных сообществ.
- Приоритеты администрации.
- Выбор направлений, которые важны самой компании.

Каждый из этих подходов видит только часть картины.

РЕЗУЛЬТАТ НЕСИСТЕМНОГО РАЗВИТИЯ

Проблема социальных инвестиций часто заключается не в недостатке денег, а в том, что решение появляется раньше, чем понимание проблемы.

Цикл развития: Инвестиции → Проектирование → Строительство → Открытие → СМИ → ESG-отчет



Открытие «остановки общественного транспорта» в Корткеросе (республика Коми)



Торжественное открытие часов во Владимире



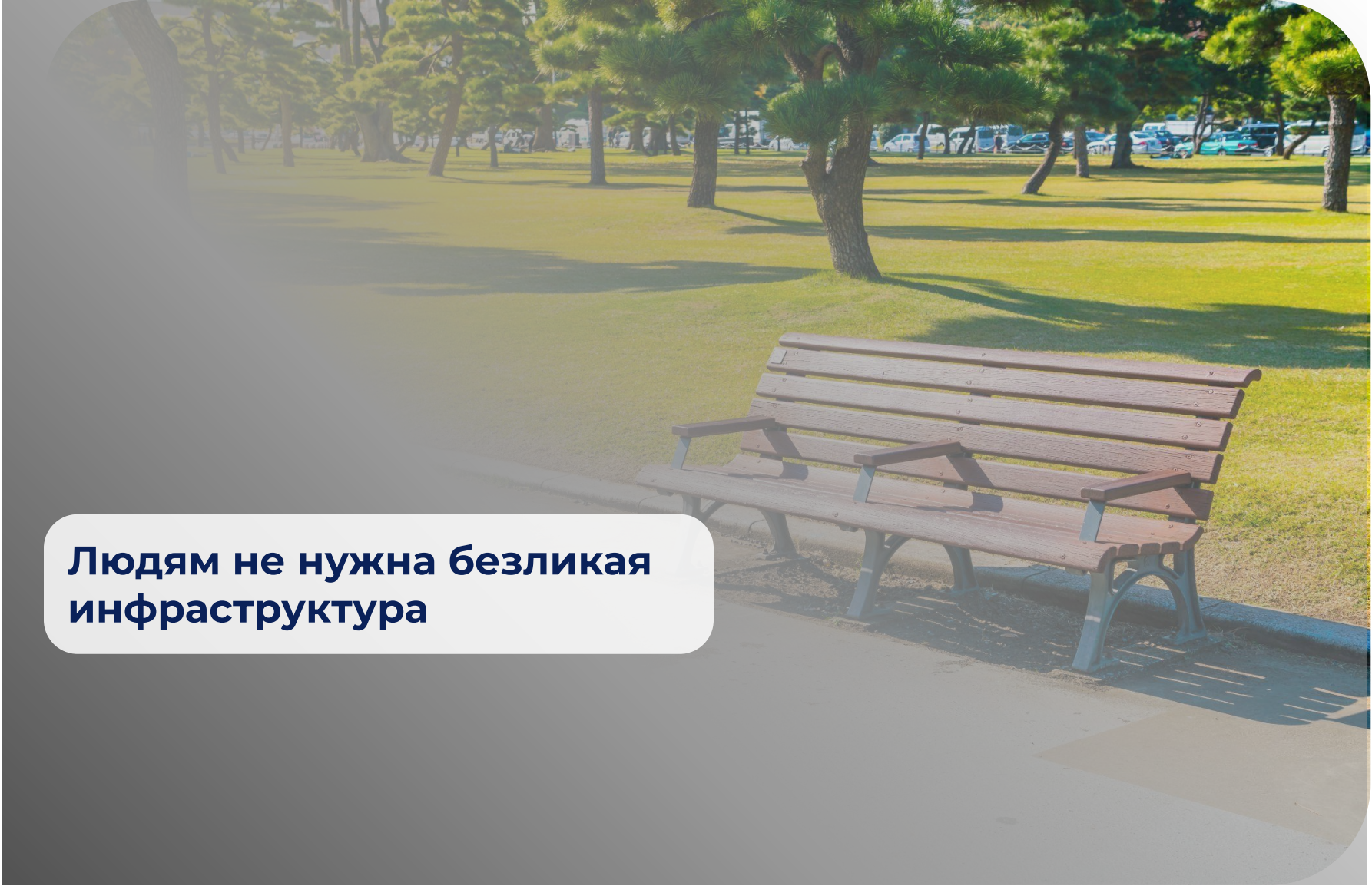
Скамейку торжественно открыли в Вологодской области

МЫ НАЧИНАЕМ НЕ С ВОПРОСА, ЧТО ПОСТРОИТЬ, А КАК ЗДЕСЬ ЖИВУТ ЛЮДИ

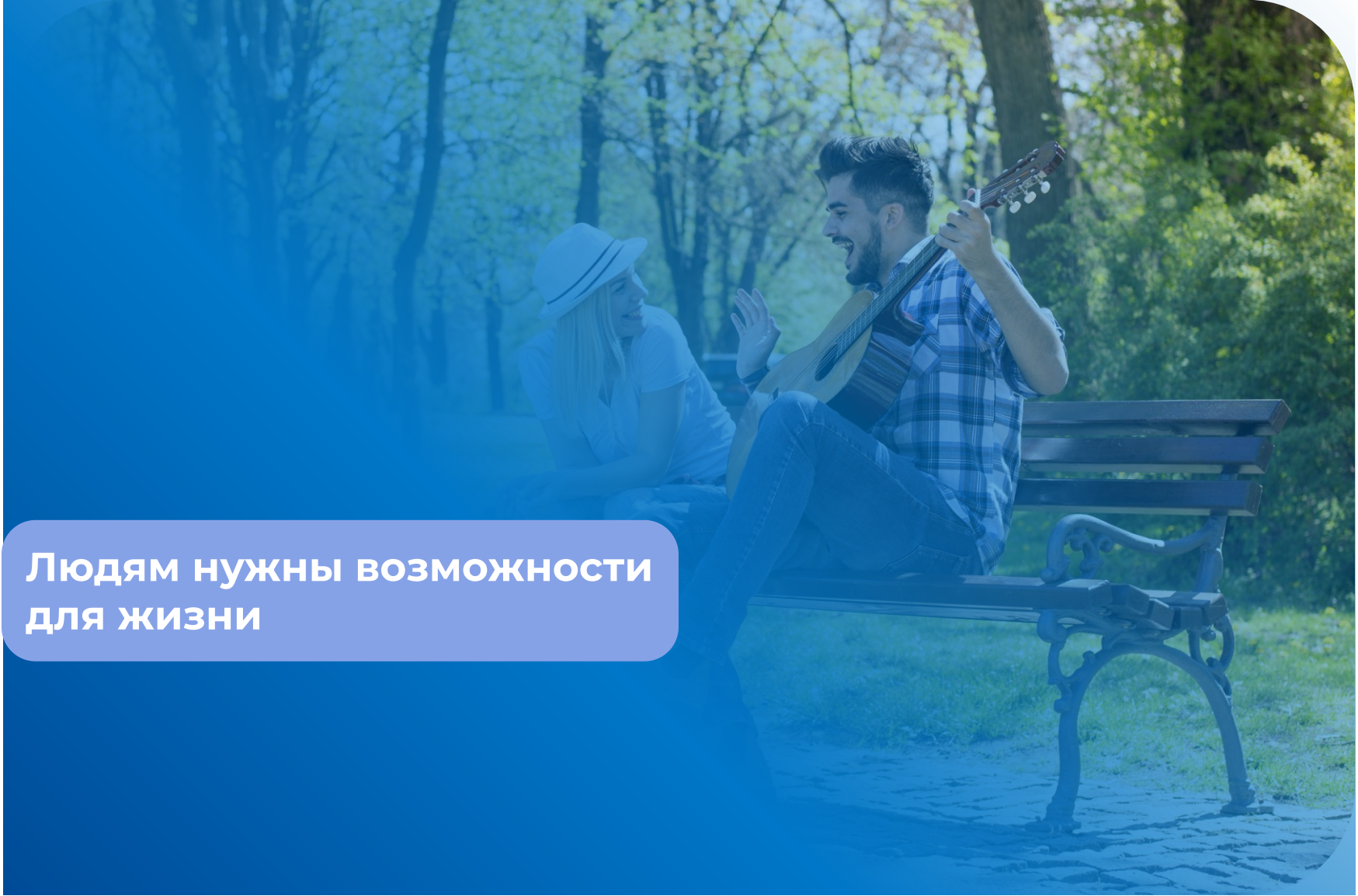


КУЛЬТУРА В ГОРОДСКИХ ОБЪЕКТАХ

Люди выбирают не место, а ощущение, которое они получают в нём. Для моногородов особенно важно предлагать не только работу, а сценарий будущей жизни.



**Людам не нужна безлика
инфраструктура**



**Людам нужны возможности
для жизни**

СНАЧАЛА ПОНЯТЬ, КАК ЛЮДИ ЖИВУТ, ПОТОМ РЕШАТЬ, ЧТО СТРОИТЬ



ГОРОД НА БУМАГЕ

статистика · демография · генеральный план · обеспеченность объектами · бюджеты



ГОРОД В РЕАЛЬНОЙ ЖИЗНИ

маршруты · привычки · встречи · страхи · неформальные сообщества · реальные сценарии использования

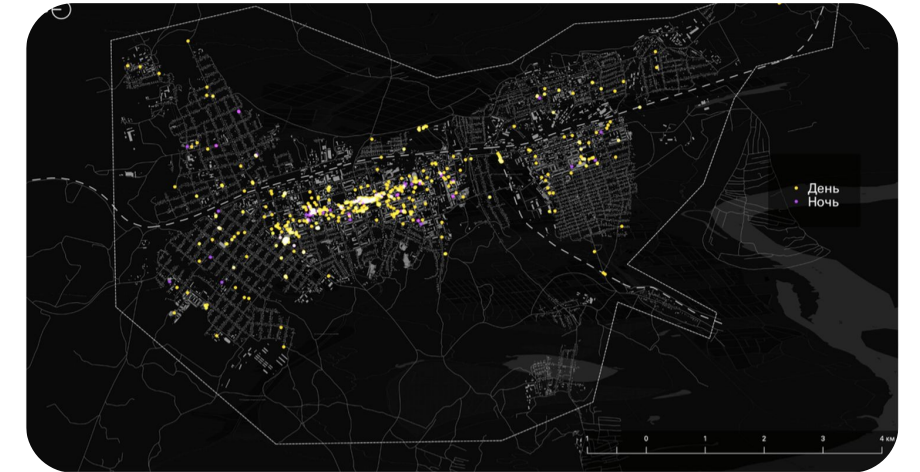
АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Методы:

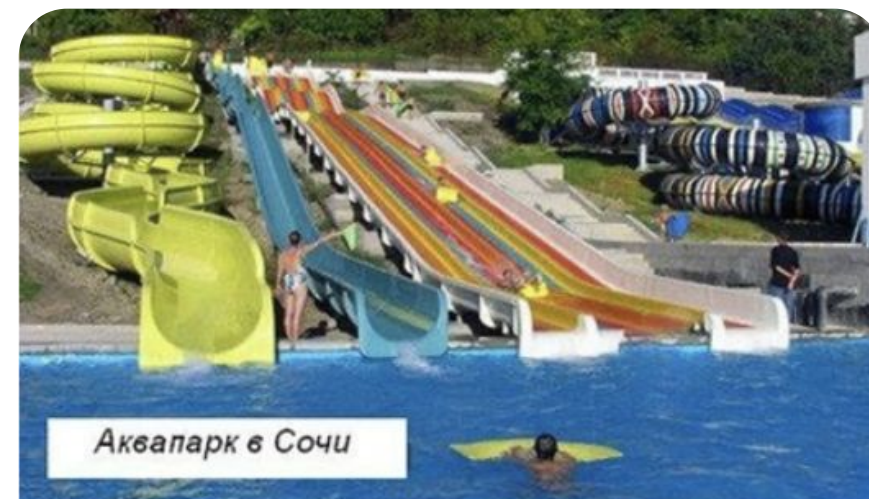
- Глубинные интервью
- Включенное наблюдение
- Внешнее наблюдение
- Визуальная антропология (фото- и видеофиксация)
- Ментальные карты
- Анализ культурных текстов
- Анализ цифровых следов
- Цифровая антропология
- И даже анализ интернет-мемов!



Включенное наблюдение



Цифровая антропология



Мемы



Глубинные интервью



Метод ментальных карт

ЧТО ДЕЛАТЬ С РЕЗУЛЬТАТАМИ АНТРОПОЛОГИИ?

Не распределять деньги тонким слоем, а находить точки максимального воздействия: те аудитории и изменения, в которые действительно имеет смысл инвестировать.

КТО?

Социокультурный профиль территории

Что это за территория и какие группы людей здесь живут и бывают?

КАК?

Антропология пространства

Как люди используют пространство в реальной жизни?

ПОЧЕМУ?

Портреты и ценности целевых аудиторий

Что важно для разных групп пользователей?

КУДА ИНВЕСТИРОВАТЬ?

✓ выбирать проекты для конкретных аудиторий, а не пытаться сделать всё для всех

✓ точнее прогнозировать потенциальный социальный эффект

✓ понимать, какая инвестиция может дать наибольшее изменение

✓ адаптировать инфраструктуру и программы под реальные сценарии жизни людей

ЧЕТЫРЕ ШАГА К ЗАПУСКУ ЖИЗНИ НА ГОРОДСКИХ ОБЪЕКТАХ

1

Выбор объекта инфраструктуры

- Проводим геопространственную аналитику, считаем востребованность мест, проводим антропологические исследования.
- Изучаем потенциал адаптивного использования: что из текущих площадей и инфраструктуры можно быстро оживить.
- Анализируем аудиторию: кто уже пользуется пространством и какие барьеры существуют (неготовность / привилегии).

2

Формирование нарратива

- Определяем ключевых игроков: местные жители, предприниматели, креативные сообщества, городские власти, культурные учреждения.
- Создаём смысловую рамку и набор гипотез, которые должны подтолкнуть к желаемому поведению людей.

3

Активация нарратива

- Переводим гипотезы в практические инструменты влияния на поведение человека.
- Создаём событийную сетку с балансом форматов: арт, образование, предпринимательство, сообщества.
- Запускаем коллаборации со стейкхолдерами.
- Формулируем миссию объекта.

4

Активация пространства

- Разрабатываем мини-пилоты.
- Запускаем «точки притяжения» — регулярные мастер-классы, резиденции, клубы по интересам, выставки, маркетплейсы локальных брендов, поддержка НКО и малого бизнеса, марафоны и др. активности.
- Формируем сообщество.
- Создаём механизмы, которые поддерживают новое поведение (ритуалы и пр).



«ЛУЧШАЯ ИНВЕСТИЦИЯ НЕ ВСЕГДА САМАЯ ДОРОГАЯ»

ЭФФЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Правильно спроектированные социальные инвестиции создают эффект не только для территории. Они одновременно улучшают качество жизни людей, повышают устойчивость местных сообществ и создают долгосрочную ценность для бизнеса.

1

Социальный эффект — для жителей

- появление новых возможностей для общения, спорта, образования и досуга;
- укрепление локальных сообществ и появление новых социальных связей и инициатив;
- рост вовлеченности жителей в развитие территории;
- повышение чувства принадлежности к месту.

+3,8 п.п.

к гордости жителей за свой город¹ — в городах, где инвестиции были заметны для жителей и учитывали локальный контекст и потребности территории

2

Экономический эффект — для территории

- рост посещаемости и активности в отдельных районах;
- развитие малого и локального бизнеса;
- появление новых сервисов вокруг точек притяжения;
- повышение инвестиционной и туристической привлекательности.

+6,7%

пешеходного трафика¹

£1 → £1,34–1,59

SROI общественной ценности²

+5–6%

к стоимости жилья³

3

Эффект для бизнеса

- снижение риска вложений в невостребованные проекты;
- повышение доверия и социальной лицензии на деятельность;
- снижение репутационных и социальных конфликтов;
- усиление имиджа компании как партнера развития территории.

4

Кадровый эффект (для промышленных компаний и моногородов)

- повышение привлекательности города для потенциальных сотрудников;
- удержание существующих кадров;
- повышение привлекательности территории для молодых специалистов и семей;
- снижение барьеров для переезда специалистов;
- формирование более комфортной среды для жизни за пределами предприятия.

1. По сравнению с сопоставимыми территориями. 2. Оценка SROI совокупной социальной, экономической и экологической ценности.

3. В районах, где бизнес совместно финансирует улучшение городской среды и управление территорией.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ



Оценка социального воздействия

- Разработка кастомизированной методологии оценки социального воздействия на базе международных фреймворков.
- Автоматизация системы сбора и обработки импакт-данных.
- Проведение оценки воздействия (на базе методологии SROI).
- Отчет о социальном воздействии.



Оценка вклада компании в развитие городов присутствия

- Разработка подхода к оценке вклада Компании:
 - в национальные цели развития РФ
 - в социально-экономическое развитие городов
 - в показатели эффективности высших должностных лиц и исполнительных органов субъектов РФ.
- Публичный отчет о вкладе Компании в развитие городов присутствия.



Ключевые эффекты

- Актуализация подхода и повышение качества оценки воздействия.
- Создание прогнозной модели SROI.
- Снижение ресурсов, затрачиваемых на оценку, повышение точности.



Ключевые эффекты

- Выявление непосредственного вклада Компании в улучшение качества жизни в городах и регионах присутствия.
- Улучшение позиционирования во внешней среде, в том числе в контексте GR-задач.

ЧТО МЫ УМЕЕМ ДЕЛАТЬ?

✓ **Мы умеем все**, ведь наша команда создана для решения ваших задач

Обучение и развитие человеческого капитала

Спортивные, культурные, поведенческие проекты, развитие физических, ментальных привычек и норм этики

46
проектов

19 000
сотрудников

Привлекательность территорий

Работа с РОИВами, формирование карт территориального развития, точечный урбанизм, территориальный ребрендинг

24
проекта

270 000
сотрудников

Родительство, инклюзия

Программы поддержки родителей, сотрудников старшего возраста и других уязвимых групп

5
проектов

25 000
сотрудников

Эффективное устойчивое развитие

Оценка импакта и бизнес-эффектов, стратегии и дорожные карты, карты нефинансовых рисков, экологические цепочки поставок, устойчивые коммуникации, отчеты об устойчивом развитии

47
проектов

Дефицит и вовлечение кадров

Конкуренция за кадры через смыслы, программы индивидуального благополучия, проекты по развитию человеческого капитала, адаптации сотрудников, профориентация, корпоративное волонтерство и грантовые конкурсы

17
проектов

180 000
сотрудников



**Ваша уникальная задача,
с которой мы еще
не сталкивались**

...но очень хотим!



Анна Морозова
Директор
по стратегическим
партнерствам



amorozova@yousocial.ru



+7 916 067 18 52



СОЗДАЕМ ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ЛУЧШЕГО В КАЖДОМ



t.me/impactgram



info@yousocial.ru



yousocial.ru



Сайт
ЯнгГрупп