



Evolution and Philanthropy

**Тематическая подборка материалов
из выпусков «Дайджеста публикаций
международного филантропического сообщества»**

№3, июнь - октябрь 2012 г.

КОРПОРАТИВНАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ВОЛОНТЁРСТВО

*Данный тематический обзор,
а также другие обзоры и выпуски Дайджеста
можно прочитать или скачать здесь:*

<https://docs.google.com/?hl=ru&tab=wo...>

Содержание

Корпоративная благотворительность США стремится к докризисному уровню.....4

На основе данных за 2011 год Комитет содействия корпоративной филантропии (The Committee Encouraging Corporate Philanthropy) в сотрудничестве с ассоциацией делового сотрудничества Conference Board подготовил аналитическую информацию о благотворительности корпораций США. Основной и весьма оптимистичный вывод заключается в том, что американские компании, действующие по всему миру, увеличивают объём пожертвований.

Корпоративная благотворительность Великобритании вновь уступила первенство Соединённым Штатам.....5

Британцы разочарованы снижением показателей корпоративных пожертвований. Эксперты отмечают, что компании должны больше заботиться о сообществах в регионах своей деловой активности и равняться на американцев, которые делами подтверждают свою ответственность.

Корпоративная социальная ответственность обретает значение для граждан США.....6

Согласно отчёту о результатах опроса «Восприятие КСО - 2010» (2010 CSR Perception Survey), проведённого консалтинговой организацией Penn Schoen Berland, 70% респондентов готовы приобретать продукты социально-ответственных компаний по более высокой цене. Похоже, что корпоративная социальная ответственность (КСО) становится важнейшим фактором, влияющим на рыночные позиции бизнеса.

Корпоративная социальная ответственность может быть эффективной при условии... 6

Профессор Гарвардской школы бизнеса (The Harvard Business School) Кастури Ранган (Kasturi Rangan) считает, что компании могут усилить отдачу от программ корпоративной социальной ответственности (КСО), разработав стратегию, позволяющую решать две важные задачи: (1) добиваться реального социального эффекта в сообществах; (2) укреплять бренд, репутацию, моральный дух сотрудников, улучшать социальные и экологические показатели.

Что важнее: корпоративная социальная ответственность или благотворительность? ... 7

Кристиана Перузо (Cristiana Peruzzo), глава отдела по вопросам КСО в подразделении консалтинговой организации Innovaid Advisory Services в Индии, на страницах журнала «Альянс» (Alliance magazine) обсуждает грядущие изменения в индийском законодательстве, которые существенно затронут сферу корпоративной благотворительности.

Руководство по подготовке лидеров для корпоративной благотворительности.....8

Американская ассоциация «Совет фондов» (The Council on Foundations) сообщила о завершении годового проекта, в результате которого появился важный документ - «Чем значительнее социальный эффект, тем выше ценность: Практическое руководство по реализации лидерских инициатив в сфере корпоративной благотворительности» (Increasing Impact, Enhancing Value: A Practitioner's Guide to Leading Corporate Philanthropy).

Благотворительные и добровольческие программы для сотрудников корпораций становятся более изобретательными 9

Чтобы привлечь таланты и сохранить кадры, корпорации все чаще софинансируют пожертвования своих сотрудников и поддерживают волонтерские инициативы. И подобные программы становятся все сложнее и интереснее...

Шесть моделей pro bono 10

Когда речь заходит о безвозмездной профессиональной помощи, то сразу представляются специалисты сферы бизнеса, которые помогают некоммерческой организации разработать стратегический план, создать веб-сайт и т.д. Однако действительность гораздо разнообразнее.

20% платёжных терминалов Великобритании послужат добрым делам 11

Британское правительство сообщило о том, что с июня 2012 года граждане могут переводить пожертвования без особых затруднений. К их услугам – 8000 платёжных терминалов, принадлежащих Королевскому банку Шотландии (The Royal Bank of Scotland), и 4000 – оператору терминалов Bank Machine. Скоро к данной инициативе присоединятся другие банки.

Корпоративная благотворительность США стремится к докризисному уровню

На основе данных за 2011 год Комитет содействия корпоративной филантропии (The Committee Encouraging Corporate Philanthropy) в сотрудничестве с ассоциацией делового сотрудничества Conference Board подготовил аналитическую информацию о благотворительности корпораций США. Основной и весьма оптимистичный вывод заключается в том, что американские компании, действующие по всему миру, увеличивают объём пожертвований.



Ежегодный опрос «Стандарт корпоративной благотворительности» (Corporate Giving Standard/CGS) показал, что в 2011 году 144 компании (которые предоставляют свои данные уже четвёртый год подряд) оказали денежную и натуральную помощь на сумму 15,7 млрд. долларов. Несмотря на то, что до рецессии объём пожертвований был выше и в 2011-ом даже немного понизился (медианное значение в 2010 году – 24,6 млн. долларов, в 2011-ом – 24,4 млн.), начиная с 2009 года 60% корпораций увеличили размер благотворительных взносов, в том числе - в денежном выражении (на 18%). Также, эти компании активнее поддерживали добровольческие программы своих зарубежных

подразделений (с 2009 по 2011 гг. финансирование увеличилось с 28% до 33%) и проведение дней служения обществу (финансирование увеличилось с 19% до 26%). Помимо этого, исследование показало, что опрошенные компании не особо распыляли свои ресурсы по разным сферам деятельности: более 30% корпораций поддерживали одно программное направление, и более 80% участников опроса посвятили 20% своей благотворительной помощи образованию, здравоохранению и социальным услугам. По сравнению с 2009 годом суммы грантов увеличились, а число грантополучателей сократилось (медианные значения 2009 г. - 78 грантов, 31000 долларов; 2011 г. - 62 гранта, 37000 долларов). Также, стало больше компаний, софинансирующих пожертвования сотрудников (2009 г. - 53%, 2011 г. - 59%) и количество отработанных добровольческих часов (2009 г. - 57%, 2011 г. - 63%). Разделяя оптимизм своих коллег, исполнительный директор Комитета содействия корпоративной филантропии Чарльз Мур (Charles Moore) отмечает, что благотворительность американских корпораций приобретает заметные стратегические очертания и все чаще строится на партнерстве с сотрудниками и сообществами.

В настоящий момент обработка данных продолжается, и осенью 2012 года будет опубликован подробный отчёт.

Источники:

Market Watch, The Wall Street Journal, <http://www.marketwatch.com/story/corp...>

Philanthropy News Digest, <http://foundationcenter.org/pnd/news/...>

[Дайджест № 27 (9) за сентябрь 2012 г.]

Корпоративная благотворительность Великобритании вновь уступила первенство Соединённым Штатам

Британцы разочарованы снижением показателей корпоративных пожертвований. Эксперты отмечают, что компании должны больше заботиться о сообществах в регионах своей деловой активности и равняться на американцев, которые делами подтверждают свою ответственность.



Бизнес школа Касса (Cass Business School) и независимая НКО «Справочник социальных изменений» (The Directory of Social Change) подготовили отчёт «Корпоративное гражданство Великобритании в 21 веке» ([UK corporate citizenship in the 21st century](#)). Авторы документа сообщают, что в период с 2007/08 по 2008/09 гг. (последние доступные данные) корпоративные пожертвования оставались на низком уровне и составили всего 5% от общей суммы доходов британского НКО-сектора. При этом в «портфелях поддержки сообществ» ведущих компаний

денежные пожертвования составляли всего 70%, а остальные 30% оказались благотворительными взносами в натуральной форме. Лидерами стали фармацевтические компании, однако если из общего объема благотворительной помощи исключить взносы в виде товаров и услуг, то на передний план выйдут представители финансовой и добывающей отраслей. Помимо этого, данные восьмого выпуска «Обзора корпоративных пожертвований Великобритании (The Guide to UK Company Giving) свидетельствуют о том, что 600 крупнейших компаний в 2009/10 году поддержали сообщества на 762 млн. фунтов стерлингов, где денежные взносы составили 512 млн. фунтов (68%). В предыдущем выпуске (за 2007/08 гг.) были отражены данные всего 490 компаний, которые предоставили сообществам помощь на общую сумму 808 млн. фунтов, где пожертвования в денежном выражении составляли 500 млн. (62%). По мнению представителя НКО «Справочник социальных изменений» Кэтрин Уолкер (Catherine Walker), в условиях сокращения государственного финансирования некоммерческие организации больше нуждаются в денежных средствах, а не в товарах и услугах компаний.

На этом фоне американские компании выглядят гораздо щедрее и из года в год увеличивают свой вклад в общество. Согласно отчёту Комитета содействия корпоративной филантропии (The Committee Encouraging Corporate Philanthropy), в период с 2007 по 2010 гг. 50% компаний США увеличили объём пожертвований, 45% - сократили, а 5% сохранили показатели на прежнем уровне. В 2011 году корпоративная поддержка НКО-сектора немного сократилась, но все-таки превысила показатель 2009 года, и при этом стала более структурированной. На передний план вышли программы софинансирования, стимулирующие благотворительность и добровольческие инициативы сотрудников. Отсутствие в Великобритании стандарта корпоративных пожертвований не позволяет проводить точные сравнения, но эксперты Туманного Альбиона считают, что по другую сторону Атлантики дела идут лучше.

Источник: Philanthropy UK, <http://www.philanthropyuk.org/news/20...>

Корпоративная социальная ответственность обретает значение для граждан США

Согласно отчёту о результатах опроса «Восприятие КСО - 2010» (2010 CSR Perception Survey), проведённого консалтинговой организацией Penn Schoen Berland, 70% респондентов готовы приобретать продукты социально-ответственных компаний по более высокой цене. Похоже, что корпоративная социальная ответственность (КСО) становится важнейшим фактором, влияющим на рыночные позиции бизнеса.



Осознавая важность происходящих процессов, корпорации активно публикуют информацию о своей ответственности перед обществом. Банк Morgan Stanley сообщил о запуске новой платформы для социально-ориентированных инвестиций (impact investing platform), которая «поможет гражданам согласовать финансовые цели с ценностями». Провайдер финансовой информации Bloomberg LP использует свои терминалы для публикации более сотни

показателей КСО. Центр Фондов (The Foundation Center) тоже учитывает тот факт, что соискателям грантов небезразлично, от кого получать помощь. Центр собрал и проанализировал информацию из 40 источников, публикующих показатели КСО (такие как, выбросы парников газов, использование энергии, корпоративное добровольчество и т.д.) и рейтинги «лучших компаний» и «передовых практик» (Центр корпоративного гражданства Boston College, журнал Corporate Responsibility, ресурс DiversityInc, правозащитная компания Human Rights Campaign и др.). С июня 2012 года данная информация публикуется в «Онлайн справочнике фондов» (Foundation Directory Online). Теперь заинтересованные пользователи могут ознакомиться с показателями корпораций и выбрать достойного донора.

Источник: PhilanTopic, <http://pndblog.typepad.com/pndblog/20...>
[Дайджест № 27 (9) за сентябрь 2012 г.]

Корпоративная социальная ответственность может быть эффективной при условии...

Профессор Гарвардской школы бизнеса (The Harvard Business School) Кастури Ранган (Kasturi Rangan) считает, что компании могут усилить отдачу от программ корпоративной социальной ответственности (КСО), разработав стратегию, позволяющую решать две важные задачи: (1) добиваться реального социального эффекта в сообществах; (2) укреплять бренд, репутацию, моральный дух сотрудников, улучшать социальные и экологические показатели.

Проснувшись однажды утром, руководитель солидной и прибыльной компании (которая к тому же искренне готова «воздать должное» обществу) осознает, что, затратив 50 млн. долларов на благотворительность, организация не получила ни признания, ни общественного доверия, ни реальных изменений в сообществе. К сожалению, подобная ситуация относится к разряду типичных. Соавтор публикации «Почему каждой компании необходима стратегия КСО, и как её разработать» (Why Every Company Needs a CSR Strategy

and How to Build It) профессор Кастури Ранган объясняет низкую эффективность программ КСО тем, что они возникают спонтанно, в разных департаментах корпорации, и на протяжении долгого времени остаются эпизодическими и непостоянными. Разработка стратегии позволит свести разрозненные компоненты воедино и определить, какие из них будут поддерживать «генеральную линию», а какие будут её сопровождать и развивать, дополняя новыми ресурсами и создавая новые возможности. Более того, наличие «зонтичной стратегической концепции» способно усилить взаимосвязь между тремя стандартными сценариями КСО, которые, как правило, развиваются в относительном вакууме, практически не соприкасаясь друг с другом. Речь идёт об инициативах, которые (1) возникли в силу эмоционального стремления к благотворительности и при этом оказались перспективными для бизнеса; (2) нацелены на улучшение показателей эффективности; и (3) необходимы для фундаментального преобразования экосистемы бизнеса. Однако для успешного создания и реализации стратегии необходима поддержка инициатив со стороны авторитетного руководителя организации. Тогда программы КСО смогут рассчитывать на собственный бюджет и заинтересованность совета директоров.

Авторы статьи разработали данные рекомендации, основываясь на передовой практике. Например, компания Microsoft безвозмездно передает некоммерческим организациям программное обеспечение общей стоимостью 300 млн. долларов в год. Деятельность может быть разной, но корпорация должна руководствоваться внутренней логикой, которая обеспечит последовательность действий и достижение существенных результатов. Самое главное – не ставить во главу угла увеличение прибыли. Совершенствование общества и снижение воздействия на окружающую среду – это достойные задачи для достойного бизнеса и реальный шаг к идеальному миру.

Источник: Harvard Business School, <http://hbswk.hbs.edu/item/6994.html>
[Дайджест № 26 (8) за август 2012 г.]

Что важнее: корпоративная социальная ответственность или благотворительность?

Кристиана Перузо (Cristiana Peruzzo), глава отдела по вопросам КСО в подразделении консалтинговой организации Innovaid Advisory Services в Индии, на страницах журнала «Альянс» (Alliance magazine) обсуждает грядущие изменения в индийском законодательстве, которые существенно затронут сферу корпоративной благотворительности.



Изменения к индийскому Закону о компаниях (который оставался неприкосновенным более 50 лет) затрагивают сферу управления корпорациями, аспекты прозрачности и подотчетности, а также вопросы институционализации корпоративной социальной ответственности (КСО). В частности, согласно разделу 135 законопроекта, «Каждая компания со стоимостью чистых активов в 500 крор и более... обязана создать Комитет КСО в составе трёх и более директоров, один из которых должен быть независимым. Данный комитет должен гарантировать финансирование инициатив КСО в размере не менее 2% от среднего объёма прибыли, полученной в течение последних трёх лет. Помимо этого, закон обязывает компании сообщать о

причинах, которые воспрепятствовали использованию указанных сумм соответствующим образом».

Большинство компаний, которые до сегодняшнего дня уделяли основное внимание не КСО, а социально-ориентированным благотворительным инициативам, возражают против обязательных двух процентов. Но правительство настаивает на том, что компании должны нести ответственность за истощение природных ресурсов и ущерб, который их деятельность наносит сообществам и окружающей среде. Даная идея уже воплотилась в руководстве для добровольного применения, которое предлагает корпорациям отказаться от привычного патернализма в отношениях с сообществами и направить усилия на инициативы КСО. Кристиана Перузо отмечает, что предлагаемые изменения в целом совпадают с её профессиональными ожиданиями, однако недооценка корпоративной филантропии может повлечь за собой неблагоприятные последствия. Не стоит забывать, что в отличие от развитых стран, социальные услуги (особенно в сфере образования и здравоохранения) доступны населению Индии во многом благодаря помощи корпораций. Кристиана уверена в том, что благотворительность индийских компаний (при условии надлежащего регулирования и наличия концепции межсекторного сотрудничества) способна сыграть ключевую роль в реализации масштабных социальных программ, нацеленных на повышение качества жизни людей.

Источник: Alliance magazine, <http://philanthropynews.alliancemagaz...>
[Дайджест № 24(6) за июнь 2012 г.]

Руководство по подготовке лидеров для корпоративной благотворительности

Американская ассоциация «Совет фондов» (The Council on Foundations) сообщила о завершении годового проекта, в результате которого появился важный документ - «Чем значительнее социальный эффект, тем выше ценность: Практическое руководство по реализации лидерских инициатив в сфере корпоративной благотворительности» (Increasing Impact, Enhancing Value: A Practitioner's Guide to Leading Corporate Philanthropy).

Инициатива Совета фондов увенчалась появлением руководства, которое предлагает концепцию деятельности по изменению роли корпоративной благотворительности, включающую пять основных пунктов:



1. Содействие появлению нового толкования корпоративной филантропии, которое рассматривает данное явление в качестве способа инвестиций в общество;
2. Разработка «инклюзивной операционной системы» благотворительных инвестиций, учитывающей интересы различных причастных сторон;
3. Развитие сотрудничества, коммуникаций и механизмов обмена знаниями и опытом;
4. Объединение лидеров сектора для реализации новых задач;
5. Активное содействие профессионализации сектора.

Старший научный сотрудник Института Аспена (The Aspen Institute) и руководитель исследовательского проекта Крис Пинни (Chris Pinney) считает, что роль бизнеса меняется, и в связи с этим общество ожидает от корпораций большей ответственности и более активного участия в решении социальных проблем. Эксперт надеется, что руководство поможет компаниям использовать благотворительность в качестве инструмента социальных инвестиций, которые отвечают интересам бизнеса, способствуют повышению

экономической стоимости, а также ценности продуктов и услуг для потребителей и сообществ.

Источник: The Foundation Center, [http://foundationcenter.org/pnd/news/...](http://foundationcenter.org/pnd/news/)
[Дайджест № 25 (7) за июль 2012 г.]

Благотворительные и добровольческие программы для сотрудников корпораций становятся более изобретательными

Чтобы привлечь таланты и сохранить кадры, корпорации все чаще софинансируют пожертвования своих сотрудников и поддерживают волонтерские инициативы. И подобные программы становятся все сложнее и интереснее...



В 2011 году Комитет содействия корпоративной филантропии (The Committee Encouraging Corporate Philanthropy/CECP) провёл опрос и выяснил, что в 2010 году 94% опрошенных компаний софинансировали пожертвования сотрудников на сумму 1,7 млн. долларов, а 40% корпораций дополнили свои программы еще одним приоритетом – оказанием помощи пострадавшим от стихийных бедствий. В результате, объемы дополнительного финансирования, предназначенного для ликвидации последствий катастроф, увеличились с 1% в 2009 году до 7% в 2010-ом.

Существует много способов поддержать интенции сотрудников. Самой распространённой формой работы является софинансирование каждого пожертвования (или отчисления с заработной платы) или общей суммы пожертвованных/привлечённых средств в пропорции «один к одному». Ещё один вариант – это пожертвования, эквивалентные стоимости часов, отработанных корпоративными служащими в качестве волонтеров. Согласно исследованию «Добровольчество в Америке» ([Volunteering in America](#)), в 2010 году почти 62,8 млн. американцев отработали 8,1 млн. добровольческих часов, стоимость которых оценивается в 173 млрд. долларов. При этом некоторые волонтеры перевели свои часы в доллары, а работодатели перечислили некоммерческим организациям соответствующие суммы. В качестве одного из успешных примеров стоит рассмотреть практику компании Майкрософт ([Microsoft](#)), которая в 2011 году софинансировала пожертвования сотрудников на сумму 44,3 млн. долларов, а потом добавила ещё 5,6 млн., которые сложились из стоимости 383 000 часов, отработанных в рамках корпоративной добровольческой программы. Средства компании и сотрудников (около 100 млн. долларов) получили 18 000 местных американских НКО.

Если корпорация желает поощрить своих сотрудников, не обязательно повторять сложную схему Майкрософта, а вот ответить на три ключевых вопроса весьма желательно:

1. *Каким НКО корпорация готова предоставить средства на условиях софинансирования?* - Определите, какие организации/направления деятельности будет поддерживать компания; и установите границы возможного.
2. *Кто может участвовать в программе?* – Как правило, это сотрудники с полной занятостью, но некоторые компании привлекают и тех, кто вышел на пенсию. Также желательно озвучить минимальные и максимальные суммы.
3. *Каким образом компания будет софинансировать пожертвования, и как выглядит данный процесс?* – Продуманный подход предполагает разработку годового плана, запуск онлайн платформы, открытие специального счёта, а также назначение специалиста (или

создание отдела), который будет администрировать программу и координировать взаимодействие между сотрудниками и благополучателями. И, наконец, не стоит забывать об услугах юристов, которые обязательно должны одобрить программу. Профессиональные советы помогут избежать неприятностей или воспользоваться преимуществами налоговых вычетов (если они, конечно, есть).

Источник: CAUSECAST, <http://www.causecast.com/blog/bid/162...>

Шесть моделей pro bono

Когда речь заходит о безвозмездной профессиональной помощи, то сразу представляются специалисты сферы бизнеса, которые помогают некоммерческой организации разработать стратегический план, создать веб-сайт и т.д. Однако действительность гораздо разнообразнее.

Аарон Хёрст (Aaron Hurst) из фонда Taproot Foundation (США) предлагает ознакомиться с моделями услуг pro bono и выбрать ту, которая поможет НКО быстрее приблизиться к выполнению миссии:



1. *Сотрудник взаимы* – Когда специалист компании «отбывает в распоряжение» НКО, он должен временно поручить кому-то свою текущую работу. То есть, ему/ей необходим официальный отпуск. Практику предоставления отпусков, в частности, практикует фармацевтическая компания Pfizer. Её сотрудники ежегодно посвящают работе в НКО от 3 до 6 месяцев.
2. *Коучинг и наставничество* - В рамках данной модели эксперт в конкретной сфере и сотрудник НКО работают в паре. Например, опытные «кадровики» компании Gap Inc. выступают в роли наставников для руководителей кадровых отделов НКО-грантополучателей.
3. *Командные проекты* – Для создания продукта, в котором нуждается НКО, специалисты иногда объединяются в команды. Такая работа требует профессионального управления и чёткого распределения ролей и обязанностей. Для поддержки подобной модели международная консалтинговая организация Vain & Company предоставляет 40 млн. долларов в год.
4. *Приглашение внешнего консультанта* – Организации, которые специализируются на конкретных видах услуг, могут оказывать профессиональную помощь по запросам НКО. Например, в роли источника консультантов может выступить ассоциация маркетологов или юридическая компания.
5. *Содействие решению конкретной проблемы* – Чтобы внести существенный вклад в решение какой-либо социальной проблемы, организация может предлагать не только помощь специалистов, но и другие корпоративные ресурсы. Как правило, такая поддержка строится на партнёрстве с конкретной НКО.
6. *Помощь специалиста* – Поддержка НКО со стороны «узкого» специалиста (фотографа, фасилитатора и т.д.) - это самая распространённая услуга pro bono. Отличным источником информации о профессионалах, которые придут на помощь, является сеть LinkedIn.

Источник: PhilanTroic, <http://pndblog.typepad.com/pndblog/20...>
[Дайджест № 28 (10) за октябрь 2012 г.]

20% платёжных терминалов Великобритании послужат добрым делам

Британское правительство сообщило о том, что с июня 2012 года граждане могут переводить пожертвования без особых затруднений. К их услугам – 8000 платежных терминалов, принадлежащих Королевскому банку Шотландии (The Royal Bank of Scotland), и 4000 – оператору терминалов Bank Machine. Скоро к данной инициативе присоединятся другие банки.



Королевский банк Шотландии (RBS) выбрал восемь благотворительных организаций, которые будут получать пожертвования через сеть платежных терминалов банка. А оператор Bank Machine получил заявки на участие в программе от 550 НКО и создал независимый совет экспертов, который поможет принять объективные и оптимальные решения. В официальном заявлении глава министерства по делам гражданского общества Ник Херд (Nick Hurd) отметил, что британские граждане всегда с готовностью

поддерживали стоящие дела, и данная инициатива значительно облегчит возможность перевода небольших пожертвований: «Создав условия для оказания благотворительной помощи через платежные терминалы, мы расширили возможности для повышения качества жизни людей». Сегодня в данной программе участвуют 20% от 65000 терминалов, зарегистрированных в сети Link. И это только начало. Согласно прогнозу банка HSBC, ежегодный объём пожертвований, принятых через платёжные терминалы, может составить 5 млн. фунтов стерлингов.

Источник: Third Sector, <http://www.thirdsector.co.uk/bulletin...>
[Дайджест № 26 (8) за август 2012 г.]