Evolution and Philanthropy

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

№ 2, декабрь 2011 г.- май 2012 г.

КОРПОРАТИВНАЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ВОЛОНТЁРСТВО

Если Вы хотели бы получить предыдущие выпуски Дайджеста или тематические подборки статей за 2010 - 2012 гг.

и/или получать Дайджест в будущем, сообщите об этом по адресу:

evd_oa@uralsib.ru

Содержание

Профессионалы американских корпораций помогают НКО на условиях pro bono 4

Национальная кампания «Миллиард+Изменение» (A Billion + Change) набирает обороты. Её цель – расширить практику оказания профессиональных услуг некоммерческим организациям на условиях pro bono. В феврале 2012 года к инициативе присоединились уже 78 корпораций. Их специалисты окажут добровольческие услуги, стоимость которых эквивалентна 1,6 млрд. долларов. http://foundationcenter.org/pnd/news/story.jhtml?id=372400020

Революционная схема корпоративного добровольчества по-британски 4

Центр поддержки социальной справедливости (The Centre for Social Justice / CSJ) утверждает, что налоговые льготы для британских компаний, поддерживающих добровольческие инициативы сотрудников, способны увеличить годовой объем пожертвований на 1 млрд. фунтов стерлингов. http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/11209/tax_relief_scheme_for_company_volunteering_would_boost_giving_by_1bn_a_year_says_new_report

12 дней благотворительности на Facebook-е 5

В течение 12-ти декабрьских дней 2011 года жителям Facebook-а было не до сна. Компания Уолмарт (Walmart) пригласила всех неравнодушных людей номинировать любимые НКО и повысить их шансы получить грант. http://www.pnnonline.org/12-days-of-giving-facebook-campaign-spreads-1-5-million-in-holiday-cheer-across-all-50-states

Корпоративная благотворительность: жизнь после кризиса 5

Центр эффективной практики и сотрудничества (The Center for Effective Collaboration and Practice / CECP) опубликовала седьмой годовой отчет «Благотворительность в цифрах: выпуск 2011 г.» (Giving in Numbers: 2011 Edition), основанный на данных за 2010 год, которые предоставили 184 американские компании… http://www.corporatephilanthropy.org/research/benchmarking-reports/giving-in-numbers.html

Пять шагов к эффективной корпоративной благотворительности 6

Консалтинговая организация «капитал для новой филантропии» (New Philanthropy Capital / NPC) опубликовала руководство для корпоративных доноров… http://www.philanthropyuk.org/news/2011-11-10/corporate-funders-guide-offers-5-key-steps-effective-giving

Онлайн фандрайзинг под крылом корпораций 7

Британская компания Justgiving запустила онлайн платформу, которая позволит сотрудникам корпораций привлекать средства для поддержки благотворительных организаций. http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/10676/justgiving_launches_company_fundraising_platform

«Благотворитель года» выходит из моды 7

Участники осенней сессии британского Форума финансовых директоров благотворительных организаций (Charity Finance Leadership Forum) пришли к выводу, что в культуре корпораций происходят изменения, которые выражаются в перемещении акцента с благотворительности на корпоративную социальную ответственность (КСО) и содействие устойчивому развитию.

http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/10720/charity_of_the_year_could_become_extinct_warns_business_leader

Благотворительность под вопросом 8

Издание Северо-восточного университета (Бостон, США) The Nonprofit Quarterly опубликовало статью «18 самых непопулярных американских компаний и их благотворительность» (The 18 Most Hated Companies in America and Their Philanthropy). Возглавляет этот список корпорация Ресро, а за ней следуют авиакомпании, интернет-провайдеры, операторы связи, банки и т.д. О причинах дефицита народной любви размышляет эксперт Национального комитета ответственной филантропии (National Committee for Responsible Philanthropy/NCRP, г. Вашингтон).
http://blog.ncrp.org/2011/10/corporate-philanthropy-accounting-for.html

«Би-Корпорации» получают правовую поддержку 9

Эта поправка к законодательству США позволит социально-ориентированному бизнесу принимать не самые выгодные решения с точки зрения бизнеса. Но они будут более выгодны обществу.
http://www.philanthropyjournal.org/north-carolina/nc-top-news/bill-would-let-firms-pursue-public-benefit

Новый ресурс для анализа и рейтинга социального бизнеса 9

На седьмой ежегодной конференции «Глобальной инициативы Клинтона (Clinton Global Initiative) было объявлено о запуске новой платформы для оценки эффекта и влияния социально-ориентированных инвестиций бизнеса.
http://foundationcenter.org/pnd/news/story.jhtml?id=354400019

Корпоративной филантропии нужны ориентиры развития 10

Совет Фондов (The Council on Foundations) информирует о своей исследовательской инициативе «Корпоративная благотворительность-2012» (Corporate Philanthropy 2012).
http://www.cof.org/templates/content5.cfm?ItemNumber=18355&navItemNumber=14850&eb=NL122011

Десять мыслей о корпоративной филантропии 11

Что мы знаем о будущем корпоративной филантропии? Как она может принести больше пользы обществу и бизнесу? Чтобы ответить на этот вопрос, в 2011 году Совет фондов (Council on Foundations) запустил инициативу, нацеленную на развитие данной сферы. На первом этапе состоялась серия круглых столов, к ходе которых лидеры американской корпоративной филантропии поделись своими мыслями и наблюдениями.
http://www.cof.org/templates/content5.cfm?ItemNumber=18376&navItemNumber=14850&eb=NL092011

Профессионалы американских корпораций помогают НКО на условиях pro bono

Национальная кампания «Миллиард+Изменение» (A Billion + Change) набирает обороты. Её цель – расширить практику оказания профессиональных услуг некоммерческим организациям на условиях pro bono. В феврале 2012 года к инициативе присоединились уже 78 корпораций. Их специалисты окажут добровольческие услуги, стоимость которых эквивалентна 1,6 млрд. долларов.

http://foundationcenter.org/pnd/news/story.jhtml?id=372400020

Кампания «Миллиард+Изменение» стала откликом на возрастающие потребности НКО в профессиональных услугах. В рамках данной инициативы компания Делойт (Deloitte) поможет некоммерческим организациям Нью-Йорка усовершенствовать стратегии и техники оценки результатов; деятельность добровольцев фармацевтической компании Pfizer позволит расширить доступ к услугам здравоохранения по всему миру; и многие другие корпорации окажут услуги по самому широкому кругу вопросов. К 2013 году профессионалы сферы бизнеса отработают в НКО 11 млн. часов.

Согласно исследованию, проведенному Банком Морган Стэнли (Morgan Stanley bank), волонтёрские программы для специалистов высокой квалификации на 400% эффективнее традиционного добровольчества. Также, Джин Кейс (Jean Case), директор фонда Case Foundation и член оргкомитета кампании «Миллиард+Изменение», отметила: «В течение последних нескольких лет мы наблюдаем увеличение численности компаний – как крупных, так и небольших –которые с помощью услуг pro bono не только в расширяют возможности для НКО, но также в развивают навыки собственных сотрудников и укрепляют их моральный дух».

[Дайджест № 23(5) за май 2012 г.]

Революционная схема корпоративного добровольчества по-британски

Центр поддержки социальной справедливости (The Centre for Social Justice / CSJ) утверждает, что налоговые льготы для британских компаний, поддерживающих добровольческие инициативы сотрудников, способны увеличить годовой объем пожертвований на 1 млрд. фунтов стерлингов.

http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/11209/tax_relief_scheme_for_company_volunteering_would_boost_giving_by_1bn_a_year_says_new_report

Центр CSJ подготовил новый отчет, который предлагает британским компаниям новую схему развития добровольчества. Авторы документа назвали ее «C-Volunteering» («Корпоративное волонтёрство»), и выглядит она примерно так: если сотрудник ежемесячно работает в НКО в качестве добровольца 19 часов, то компания рассчитывает общую стоимость трудозатрат на основе согласованной почасовой ставки и выплачивает данную сумму благотворительной организации (например, 19 часов x £6,08/час = £115,52). Для расчетов между компаниями и НКО необходимо создать специальный счет – C-Account. В свою очередь, компании тоже смогут получить частичную компенсацию, уменьшая сумму корпоративного налога посредством учета пожертвований по принципу, применяемому к расходам на проведение научно-исследовательских работ.

Предложенная схема может оказать неоценимую помощь малым НКО. В частности, в отчете говорится о том, что сегодня в Соединенном Королевстве 75% благотворительной помощи поступает в бюджеты 3% крупных НКО, в то время как малые организации рискуют оказаться в самом невыгодном положении. Помимо этого, исполнительный директор Центра CSJ Гавин Пул (Gavin Poole) отметил, что Великобритании есть к чему стремиться: годовой объем пожертвований в США составил около 212 млрд. долларов (136 млрд. фунтов стерлингов), т.е. почти в два раза превысил аналогичный показатель Соединенного Королевства. Применение схемы C-Volunteering может оказаться революционным шагом в развитии британской культуры корпоративных пожертвований, добровольчества и благотворительной практики.

[Дайджест № 22(4) за апрель 2012 г.]

12 дней благотворительности на Facebook-е

В течение 12-ти декабрьских дней 2011 года жителям Facebook-а было не до сна. Компания Уолмарт (Walmart) пригласила всех неравнодушных людей номинировать любимые НКО и повысить их шансы получить грант.

http://www.pnnonline.org/12-days-of-giving-facebook-campaign-spreads-1-5-million-in-holiday-cheer-across-all-50-states

Каждый из 12 дней благотворительной кампании был посвящен выбору НКО, которые занимаются решением конкретной проблемы. Так, в первый день пользователи Facebook-а присылали фотографии и краткие описания социальных результатов и достижений организаций, которые стремятся предотвратить голод. В результате, 25 НКО получили гранты на общую сумму 130 000 долларов. В следующие дни в центре внимания оказались организации, которые помогают пожилым людям, предоставляют временное жилье, теплые вещи и одежду и т.д. В ходе кампании пользователи сети Facebook номинировали 5400 НКО, из которых Совет экспертов Фонда Уолмарт (The Walmart Foundation) выбрал 145 победителей. Общий грантовый пул составил 1,5 млн. долларов. «Деятельность выбранных НКО нацелена на решение самых актуальных проблем, с которыми столкнулась сегодня наша страна. Содействовать выполнению миссий этих организаций – большая честь для нас», - отметила директор фонда Джули Герки (Julie Gehrki). Всего в сезон зимних праздников Фонд Уолмарт предоставил гранты на общую сумму 19 млн. долларов.

[Дайджест № 21(3) за март 2012 г.]

Корпоративная благотворительность: жизнь после кризиса

Центр эффективной практики и сотрудничества (The Center for Effective Collaboration and Practice / CECP) опубликовала седьмой годовой отчет «Благотворительность в цифрах: выпуск 2011 г.» (Giving in Numbers: 2011 Edition), основанный на данных за 2010 год, которые предоставили 184 американские компании…

http://www.corporatephilanthropy.org/research/benchmarking-reports/giving-in-numbers.html

Компании, вошедшие в выборку опроса, в 2010 году оказали благотворительную помощь (в денежной и в натуральной форме) на общую сумму 15,5 млрд. долларов; при этом:

- Средний размер благотворительных вкладов компаний-респондентов составил 22,10 млн.;
- 94% компаний в 201о году выполняли как минимум одну программу софинансирования благотворительных пожертвований;

- 89% компаний предлагали своим сотрудникам программу добровольческой деятельности на территории США;
- 81% компаний имеют корпоративные фонды.

В 2010 году опрошенные корпорации предпочли не распылять средства по разным сферам, но содействовали решению одной или двух социально значимых проблем. В качестве приоритетных направлений они чаще всего выбирали социальные программы, основные услуги в сфере здравоохранения и образования, а также развитие сообществ и экономики. Чтобы удержать и привлечь талантливые кадры, многие компании запустили новые добровольческие программы, предлагали гибкие рабочие графики и предоставляли оплачиваемые отпуска и премии. Также, в 2010 году среднее число благотворительных взносов каждого сотрудника (с полной занятостью) сократилось на 27%, но зато средний размер пожертвования увеличился на 12%.

Авторы отчета пришли к выводу, что кризис отрицательно сказался на показателях прибыли в самых разных отраслях; и не все компании смогли восстановить прежние позиции. Начиная с 2007 года, 25% компаний увеличили объем пожертвований на 25%, а 21% - сократили объемы благотворительной помощи на те же 25%.

[Дайджест № 20(2) за февраль 2012 г.]

Пять шагов к эффективной корпоративной благотворительности

Консалтинговая организация «капитал для новой филантропии» (New Philanthropy Capital / NPC) опубликовала руководство для корпоративных доноров…

http://www.philanthropyuk.org/news/2011-11-10/corporate-funders-guide-offers-5-key-steps-effective-giving

Новое руководство предлагает корпоративным донорам сделать пять шагов к эффективной благотворительности, которые заключаются в определении целей и приоритетных направлений, в выборе успешных НКО, а также в разработке методов поддержки выбранной организации и способов оценки достигнутого социального эффекта. Что касается целей, то их рекомендуется формулировать очень точно и ясно. Помимо этого, Руководство советует определить ключевую идею, которая, с одной стороны, отражала бы стремление компании к укреплению своей конкурентоспособности и, в то же самое время, предполагала бы решение точно обозначенной социально значимой проблемы. Читатели могут воспользоваться списком организаций и ресурсов, которые помогут определить актуальную проблему.

В процессе выбора организации-получателя авторы пособия советуют обращать внимание на следующие аспекты:

- Виды деятельности – какую работу выполняет НКО
- Результаты – каким образом деятельность НКО меняет жизнь людей
- Лидерство – надлежащее управление и руководство
- Люди и ресурсы – эффективное управление
- Финансы – контроль и профессиональное управление
- Цели – реалистичные, достижимые

Главный смысл оценки результатов Руководство определяет так: «Измеряя социальный эффект, корпоративные доноры могут оценить ценность своей программы для компании и узнать, что изменила их благотворительность в жизни людей». Чтобы своевременно получать достоверную информацию, корпорации могут поддержать инициативы НКО по

созданию программного обеспечения для мониторинга результатов либо профинансировать проведение оценки с участием внешнего эксперта-оценщика. Также авторы советуют определить этапы программы и оценивать результаты с соответствующей периодичностью. Если на каком-либо этапе выяснится, что особого прогресса нет, то финансирование стоит прекратить.

[Дайджест № 20(2) за февраль 2012 г.]

Онлайн фандрайзинг под крылом корпораций

Британская компания Justgiving запустила онлайн платформу, которая позволит сотрудникам корпораций привлекать средства для поддержки благотворительных организаций.

http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/10676/justgiving_launches_company_fundraising_platform

С помощью нового инструмента сотрудники компаний смогут самостоятельно регистрироваться на Justgiving, создавать свои команды и заниматься фандрайзингом. При этом, на сайте будет отображаться общая сумма привлеченных средств, которую компании обязуются увеличить на условиях софинансирования. Управляющий директор Justgiving Энн-Мэри Хаби (Anne-Marie Huby) считает, что ежегодно работники корпораций привлекают миллионы фунтов стерлингов, но не получают заслуженного признания. Онлайн фандрайзинг позволит им почувствовать принадлежность к сообществу неравнодушных людей, которые стремятся изменить мир к лучшему. Помимо этого, новая форма работы будет способствовать укреплению контактов между бизнесом и благотворительными организациями и, в итоге, позволит увеличить объем пожертвований. Размер комиссионного сбора для компаний-пользователей платформы составляет 5% от суммы поступивших благотворительных пожертвований. Justgiving планирует использовать эти средства для поддержки и развития ресурса.

[Дайджест № 19(1) за январь 2012 г.]

«Благотворитель года» выходит из моды

Участники осенней сессии британского Форума финансовых директоров благотворительных организаций (Charity Finance Leadership Forum) пришли к выводу, что в культуре корпораций происходят изменения, которые выражаются в перемещении акцента с благотворительности на корпоративную социальную ответственность (КСО) и содействие устойчивому развитию.

http://www.civilsociety.co.uk/fundraising/news/content/10720/charity_of_the_year_could_become_extinct_warns_business_leader

В ходе сессии финансовые директора 35 организаций обсуждали вопросы взаимодействия бизнеса и НКО, и с сожалением отметили, что практика выбора лучшего благотворителя года уходит в прошлое. Однако подобное развитие событий вполне закономерно. Член совета директоров ассоциации «Бизнес в сообществе» (Business in the Community) Джон

Уиллиамс (John Williams) обратил внимание на то, что в течение последних 20 лет корпорации активно расширяли повестку дня КСО. Более того, компании теперь больше предпочитают самостоятельно разрабатывать социальные программы и все чаще создают собственные благотворительные организации: «За пределами клуба миллиардеров мы больше не слышим о филантропии, а в коридорах корпораций – тем более. Существует реальный риск, что в ближайшие несколько лет традиционные благотворительные организации окажутся 'вне игры'». В связи с этим, Уиллиамс посоветовал НКО изменить стратегию работы с бизнесом. Его мнение полностью поддержал Майк Берри (Mike Barry), представитель известной розничной сети Marks & Spencer: «Сегодня компании думают не о филантропии, а об устойчивом развитии общества. Если вы ждете привычной благотворительной помощи, то вы ее не получите». А еще Берри подчеркнул, что настало время «изобрести» новые формы сотрудничества, но благотворительные организации почему-то безмолвствуют.

[Дайджест № 19(1) за январь 2012 г.]

Благотворительность под вопросом

Издание Северо-восточного университета (Бостон, США) The Nonprofit Quarterly опубликовало статью «18 самых непопулярных американских компаний и их благотворительность» (The 18 Most Hated Companies in America and Their Philanthropy). Возглавляет этот список корпорация Ресро, а за ней следуют авиакомпании, интернет-провайдеры, операторы связи, банки и т.д. О причинах дефицита народной любви размышляет эксперт Национального комитета ответственной филантропии (National Committee for Responsible Philanthropy/NCRP, г. Вашингтон).

http://blog.ncrp.org/2011/10/corporate-philanthropy-accounting-for.html

Региональный представитель NCRP Кристин Ривз (Christine Reeves) отмечает, что благотворительная деятельность не добавила популярности известным компаниям, хотя речь идет о весьма крупных пожертвованиях. В частности, в 2010 году корпоративные фонды в среднем направили на поддержку социально значимой деятельности 0,10% своих доходов. Однако в сравнении с частными и общественными фондами (которые по закону обязаны распределять не менее 5% своих бюджетов) щедрость корпораций не особо впечатляет. С одной стороны, всё логично: частные и общественные фонды создаются как раз для того, чтобы распределять благотворительные средства; а дело корпораций – зарабатывать деньги. Хотя есть частные компании (такие, например, как Newman's Own), которые полностью используют полученную прибыль для решения проблем общества.

Так или иначе, подотчетность корпоративных фондов вызывает много вопросов: В связи с тем, что корпоративная филантропия зачастую выглядит более полезной для самих компаний, а не для общества, не пора ли корпорациям внедрить стандарты отчетности перед обществом? И что будет лучше: саморегулирование или государственный контроль? Стоит ли вменить в обязанность корпорациям заниматься благотворительностью только через свои фонды, которые должны быть такими же прозрачными, как и все остальные? И может быть настало время поговорить о более значительном социальном эффекте? Характер отклика на эти вопросы будет определять уровень общественного доверия к благотворительности корпораций. А пока сложилось мнение, что компании, которые у многих на слуху (и «18 избранных» в их числе), «прославились» тем, что используют филантропию для своего «пиара» и формирования положительного имиджа, который должен произвести впечатление на федеральные органы в преддверии возможного слияния либо накануне иных важных для компаний событий.

[Дайджест № 19(1) за январь 2012 г.]

«Би-Корпорации» получают правовую поддержку

Эта поправка к законодательству США позволит социально-ориентированному бизнесу принимать не самые выгодные решения с точки зрения бизнеса. Но они будут более выгодны обществу.

http://www.philanthropyjournal.org/north-carolina/nc-top-news/bill-would-let-firms-pursue-public-benefit

Пять американских штатов приняли поправку к законодательству, согласно которой право на существование получают коммерческие структуры, перед которыми стоит двойная цель: с одной стороны - получение максимальной прибыли в интересах акционеров; и, с другой - содействие положительным изменениям в обществе. В ближайшее время одобрение подобной поправки, расширяющей реальные возможности компаний, ожидается еще в трех штатах. Некоммерческая организация B Lab уже сертифицировала в качестве «B-Corporations[1]» около 450 компаний. Советы директоров этих корпораций теперь смогут «ставить дополнительные цели и решать задачи, которые согласуются с содержанием бизнеса и не подменяют собой деятельности, направленной на получение максимальной прибыли». Согласно Закону о корпорациях, члены совета директоров обязаны, в первую очередь, заботиться о прибыли для акционеров; в противном случае им грозят неприятности. Теперь в высших управляющих органах компаний будет предусмотрена должность директора, который будет заниматься вопросами социального служения и отчетности организации о достигнутых результатах.

Поправка прогрессивна и удобна. Она освобождает предпринимателей от необходимости регистрировать отдельную структуру с благотворительным статусом. Наряду с данным преимуществом, «раскрепощение» социально-ориентированных предприятий будет способствовать созданию новых рабочих мест: социальная составляющая расширяет возможности бизнеса и снимает типичные риски, связанные с привлечением капитала для развития. И последнее: в существующем законодательстве заложено неочевидное противоречие. Предполагается, что компании должны взаимодействовать со многими игроками – с акционерами, потребителями, сотрудниками, с внешним окружением и сообществами. Однако равноправно учитывать интересы всех этих групп – нереальная задача. Поправка, напротив, откроет компаниям, ориентированным на потребности сообществ, доступ к средствам, освоение которых будет отвечать миссии бизнеса.

[Дайджест № 18(11) за декабрь 2011 г.]

Новый ресурс для анализа и рейтинга социального бизнеса

На седьмой ежегодной конференции «Глобальной инициативы Клинтона (Clinton Global Initiative) было объявлено о запуске новой платформы для оценки эффекта и влияния социально-ориентированных инвестиций бизнеса.

http://foundationcenter.org/pnd/news/story.jhtml?id=354400019

Автор разработки – некоммерческая организация B Lab, которая известна тем, что она сертифицирует новый тип предприятий, осуществляющих социально-ориентированную деловую активность (B Corporations). Новая автоматизированная веб-платформа GIIRS

[1] B Corporation или “benefit corporation” (англ.) - новый тип предприятий, которые - помимо коммерческих целей - выбирают для себя значимую для общества миссию, и решают социальную или экологическую задачу.

Ratings and Analytics – это совместный проект 15 инвесторов, целью которого является создание инструмента, позволяющего анализировать агрегированные, проверенные и сравнительные данные о социальном и экологическом эффекте деятельности (прежде всего, партнеров проекта) с учетом таких параметров, как географический регион, отрасль, уровень развития и размер организации. Среди партнеров представлены ведущие финансовые институты, лидеры в сфере социальных финансов и ряд частных фондов. Компании Deloitte, Prudential Financial и Фонд Рокфеллера (The Rockefeller Foundation) вложили около 9 млн. долларов в виде денежных средств, продуктов и услуг, чтобы внедрить платформу GIIRS в кратчайшие сроки и тем самым поддержать развитие отрасли инвестиций, нацеленных на достижение социального эффекта (impact investing field).

[Дайджест № 18(11) за декабрь 2011 г.]

Корпоративной филантропии нужны ориентиры развития

Совет Фондов (The Council on Foundations) информирует о своей исследовательской инициативе «Корпоративная благотворительность-2012» (Corporate Philanthropy 2012).

http://www.cof.org/templates/content5.cfm?ItemNumber=18355&navItemNumber=14850&eb=NL122011

В ходе исследования Центр фондов планирует определить для корпоративных благотворителей и фондов наиболее эффективные пути решения глобальных проблем. На основе полученных данных будет разработана стратегическая концепция, позволяющая сочетать интересы общества и бизнеса. Она поможет лидерам корпоративной филантропии решать следующие задачи:

- Переосмыслить суть благотворительной деятельности корпорации и позиционировать данное направление в управленческой практике как способ выражения ценностей компании, а также как «инвестиции», нацеленные на извлечение пользы для общества и бизнеса;
- Получить доступ к возможностям развития компетенций, инструментам и ресурсам, которые необходимы для эффективного руководства и управления благотворительностью компании;
- Разъяснять внешним и внутренним стейкхолдерам содержание корпоративной филантропии, основанной на общих ценностях и извлечении тройной пользы, которая для сообществ выражается в решении глобальных и общественных проблем; для компаний – в получении прибыли для акционеров; и для сотрудников – в профессиональном развитии, а также в повышении доходов и возможности помочь своему сообществу.

Процесс реализации и результаты проекта будут освещаться в ходе региональных встреч лидеров корпоративной благотворительности, вебинаров и ежегодной конференции. Команда проекта проведет интервью с ключевыми стейкхолдерами; определит инструменты и ресурсы, необходимые для разработки стратегической концепции и рекомендаций; и опубликует отчет, включающий описание контекста развития корпоративной филантропии в XXI веке; концепцию и дальнейшие рекомендации. Руководить исследованием, управлять процессами коммуникаций и обеспечивать реализацию стратегии проекта будет группа ведущих глобальных компаний под эгидой Корпоративного комитета Совета фондов.

[Дайджест № 21(3) за март 2012 г.]

Десять мыслей о корпоративной филантропии

Что мы знаем о будущем корпоративной филантропии? Как она может принести больше пользы обществу и бизнесу? Чтобы ответить на этот вопрос, в 2011 году Совет фондов (Council on Foundations) запустил инициативу, нацеленную на развитие данной сферы. На первом этапе состоялась серия круглых столов, к ходе которых лидеры американской корпоративной филантропии поделись своими мыслями и наблюдениями.

http://www.cof.org/templates/content5.cfm?ItemNumber=18376&navItemNumber=14850&eb=NL092011

В частности, лидеры и профессионалы корпоративной филантропии поведали следующее:

1. *Сфера все ещё развивается* - адаптируется к вызовам времени; а компании стремятся извлечь преимущества из корпоративных программ как для общества, так и для бизнеса.
2. *Подходы к благотворительности весьма разнообразны* - от традиционных ответов на обращения в компанию и стратегической филантропии до более сложных концепций «общей стоимости» и «инвестиций», плюс – различные способы привлечения широкого спектра бизнес активов (товары, люди, брэнд) в качестве дополнительных ресурсов.
3. *Усиливается требование подчинить корпоративную филантропию целям бизнеса*. О таком давлении сообщили почти все участники круглых столов.
4. *Интеграция с бизнесом вызывает серьезные трудности*. Многие управленцы сферы корпоративной благотворительности занимают в своих компаниях маргинальное положение - их труд не ценится среди коллег. Но в тех корпорациях, где благотворительная деятельность согласована с целями бизнеса, необходимо постоянно прилагать усилия для сохранения хрупкого баланса между интересами бизнеса и репутацией благотворительных программ, которые воспринимаются (как с точки зрения права, так и в глазах общественности) как «завуалированная игра в собственных интересах».
5. *Структура корпорации имеет значение*. Если благотворительность удачно встроена в данную структуру, то появляются дополнительные рычаги для мобилизации внутренних (не только финансовых) ресурсов.
6. *Проблемы оценки и возврата от инвестиций по-прежнему актуальны*. Несмотря на многолетние усилия, до сих пор не разработаны и не приняты стандарты измерения эффекта благотворительной деятельности для общества и бизнеса.
7. *Сотрудничество играет ключевую роль в достижении устойчивых изменений (impact)*. Ни одна компания не может самостоятельно достичь значимых социальных результатов.
8. *Меняется представление о «деловой хватке»*. Корпоративная благотворительность требует самых разнообразных знаний и компетенций. Когда максимальный социальный эффект является для компании важной задачей, то помимо хорошего знания потребностей сообщества необходимо хорошо разбираться во всех нюансах бизнеса.
9. *Сложности коммуникации*. Компаниям приходится решать сразу две задачи: (1) информировать НКО, СМИ и других игроков о реальных задачах бизнеса; и (2) демонстрировать, каким образом бизнес поддерживает положительные изменения в сообществах. Недостаточное сотрудничество и отсутствие адекватных стандартов оценки затрудняют работу по презентации реальных результатов корпоративной благотворительности не только сообществу, но и сотрудникам компаний.
10. *Светлое будущее - не миф*. Несмотря на все трудности, корпоративная филантропия обладает достаточным потенциалом, чтобы справиться с трудностями 21 века. В ее арсенале много малоизученных ресурсов.

[Дайджест № 18(11) за декабрь 2011 г.]