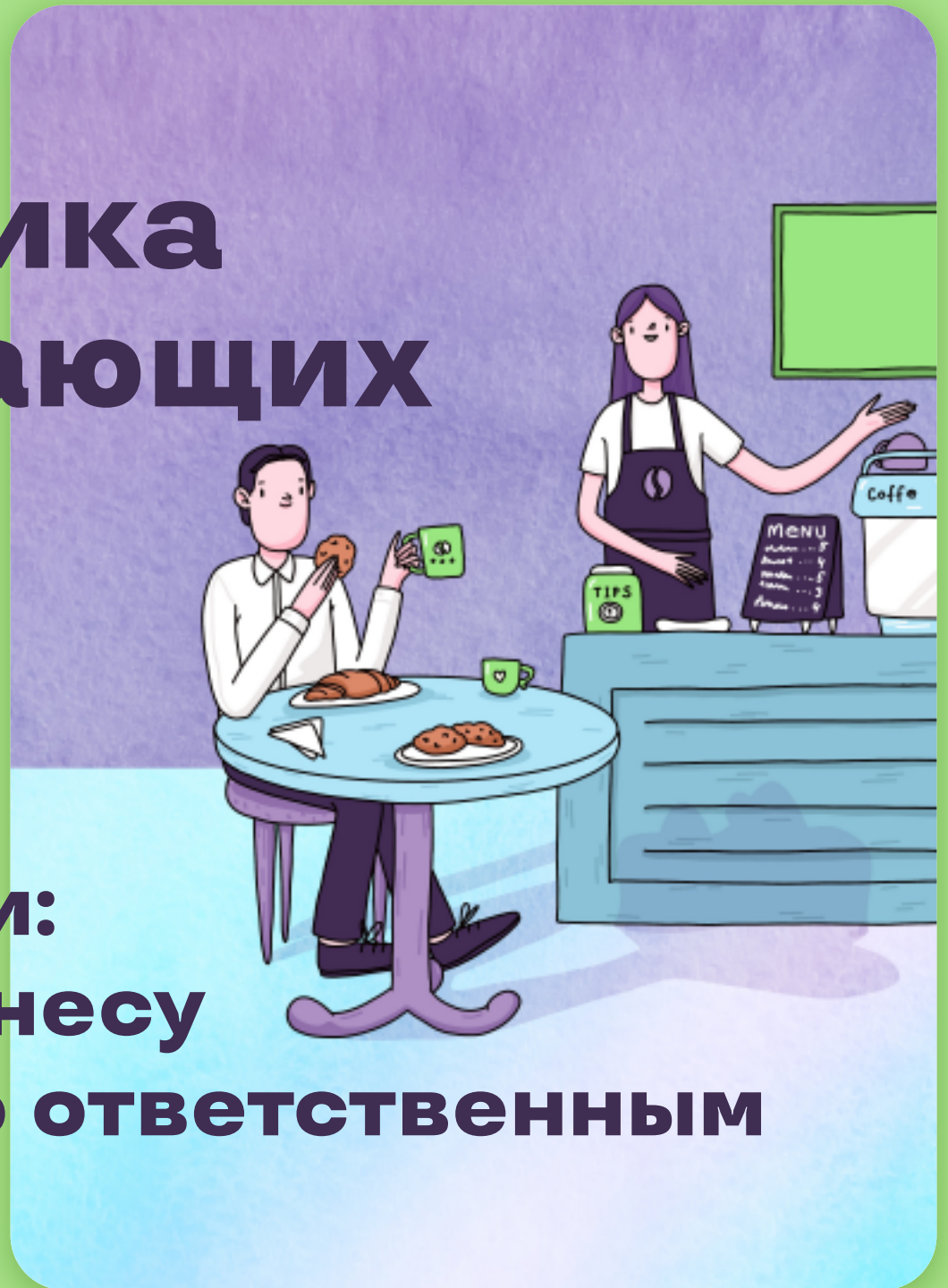


Доброномика для начинающих

Урок 2

Не только деньги:
10 идей, как бизнесу
стать социально ответственным



Урок 2 10 идей, как бизнесу стать социально ответственным

Бизнес может быть социально ответственным разными способами. Не обязательно вкладывать много средств и сил, чтобы оказывать помощь тем, кому она нужна.

Чтобы понять, как именно вы можете помочь в той или иной сфере, важно узнать, что именно нужно прямо сейчас для положительных изменений и какая поддержка нужна благотворительным организациям, которые в этой сфере работают. И дальше вы можете придумать такой формат, который соответствует вашим целям и вашим ресурсам. Вот лишь несколько примеров.



Для решения социальных проблем нужны не только деньги, но и информационная поддержка, знания, профессиональные консультации или волонтерская помощь с текущими задачами. В конце концов, можно изменить внутренние подходы компании к работе.

Урок 2 Партнерские проекты

Совместные акции и программы с благотворительными фондами и НКО — основная и самая популярная форма корпоративной социальной ответственности. Совместные проекты могут быть любые, разнообразие зависит только от целей и креативности создателей.



% от прибыли на решение проблемы

Например, Apple каждый год выпускает серию айфонов красного цвета, часть прибыли от которых перечисляет в фонд борьбы с ВИЧ/СПИД (в 2020 году — в фонд борьбы с коронавирусом).



Донат за “лайк”

Компания Kraft Highz (производитель кетчупа) регулярно проводит акцию — за каждый лайк поста в фейсбуке про благотворительность она донатит стоимость одного обеда для нуждающихся в фонд Rise Against Hunger. В прошлом году они внесли 2,5 млн долларов в борьбу с мировым голодом.



Помощь с фандрайзингом

Компания McCain, производитель замороженных продуктов, вместе с Family Fund каждый год вместе собирают деньги на гранты для покупки еды семьям с тяжелобольными детьми. Каждый год гранты получают более 150 тысяч таких семей.



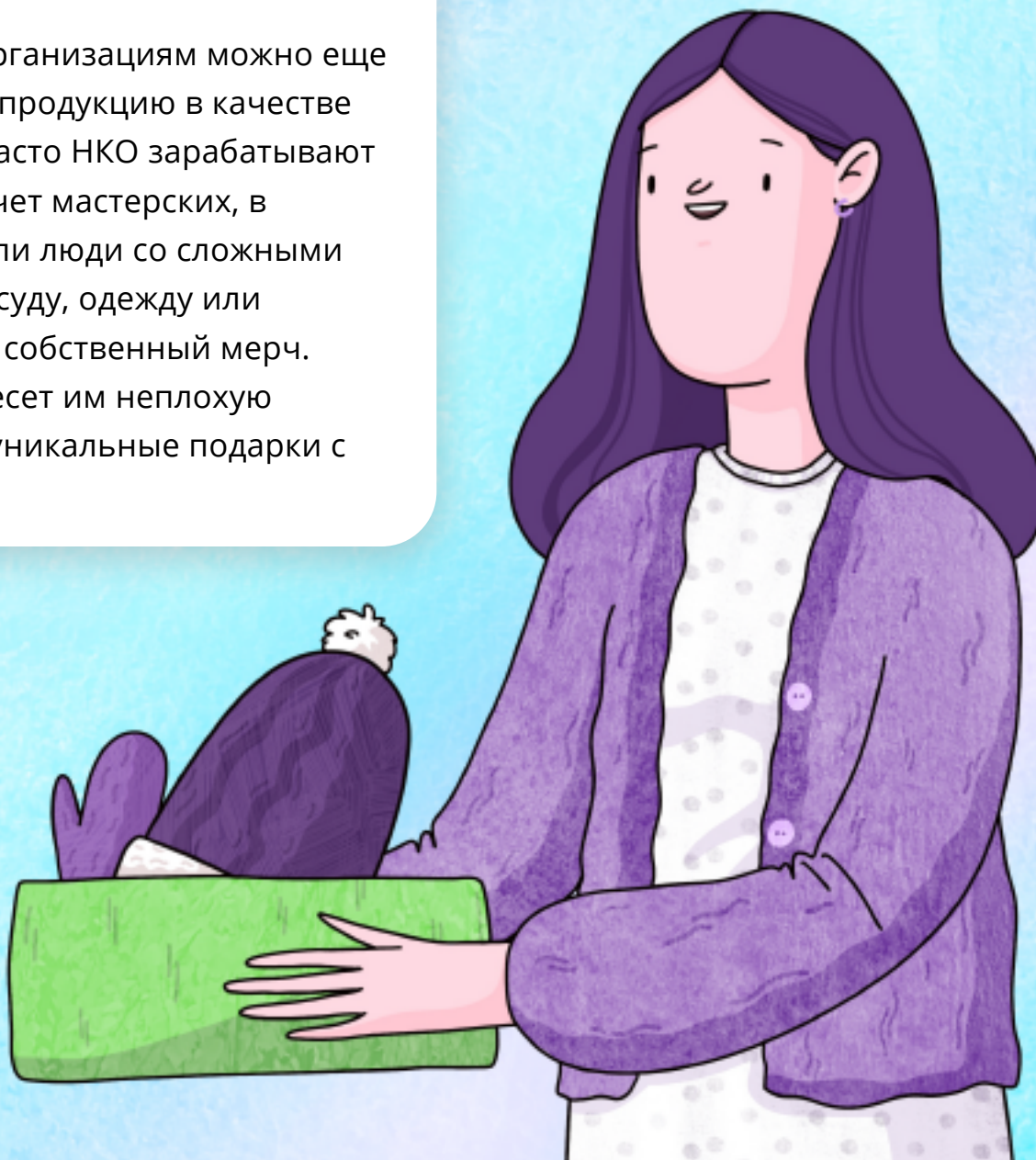
Double the Donation
matching gifts made easy

Деньги + мотивация

Многие компании принимают участие в программе doublethedonation, удваивая сумму пожертвований своих сотрудников. Это помогает благотворительным организациям получить больше денег, а сотрудникам — вносить посильный вклад, показывая ценность даже маленьких вложений.

Покупки и НКО

Помочь благотворительным организациям можно еще проще: купив у них продукцию в качестве подарка своим сотрудникам. Часто НКО зарабатывают дополнительные средства за счет мастерских, в которых нуждающиеся люди или люди со сложными заболеваниями производят посуду, одежду или украшения; многие выпускают собственный мерч. Заказ от крупной фирмы принесет им неплохую выгоду, а сотрудники получают уникальные подарки с добавленной ценностью.



Урок 2 Волонтерство: помогаем деятельно

Корпоративное волонтерство — это не только поддержка нуждающихся, но также хороший тимбилдинг и повышение собственной нравственной ценности среди сотрудников.



Во многих крупных компаниях есть система волонтерских грантов: когда компания отдает на благотворительность определенную сумму за каждый час волонтерской работы сотрудника. Такая система есть у Microsoft, который отдает \$25 за каждый час волонтерства сотрудника в благотворительную организацию по его выбору. Впрочем, можно выбрать любой другой способ мотивировать свою команду заниматься волонтерством.

Вариантов корпоративного волонтерства — множество.

Можно совместно высаживать деревья, развозить корм в приюты для животных, собирать теплые вещи бездомным и помогать другими способами. Это **помощь организациям в их основной работе.**

Часто благотворительным организациям нужна **простая и понятная помощь**: что-то привезти, увезти, собрать, разобрать, организовать. В Bilderlings коллеги помогли докторам-клоунам упаковать красные носы для акции по сбору средств. Это было весело и приятно!

Волонтерство может быть интеллектуальным и профессиональным. Любой сотрудник может **поделиться своими знаниями** и тем самым решить какую-то рабочую задачу, на которую у благотворительной организации нет своего ресурса: от создания сайтов и бесплатных юридических консультаций до проведения уроков воспитанникам детских домов.

Урок 2 **Распространение информации**



Чем больше людей понимают проблему и знают, как можно помочь, тем лучше результат. Поэтому распространение информации о деятельности НКО — не менее ценная помощь, чем пожертвования.

Это может быть пост в соцсетях, статья в корпоративном блоге, рассылка среди клиентов.

Согласитесь, это не сильно затратно?



Например, Starbucks присоединился к неделе осведомленности о психическом здоровье, рассказав в соцсетях об этой дате и опубликовав истории сотрудников, кто столкнулся с такой проблемой.

ESTÉE LAUDER JIMMY CHOO

Кроме того, можно интегрировать информационные кампании в свои продукты. Так, многие модные бренды одежды и косметики, например Estée Lauder и Jimmy Choo, регулярно выпускают специальные коллекции к месяцу осведомленности о раке молочной железы. Это напоминает о важности ранних скринингов и при этом помогает с фандрайзингом тематическим фондам.

Урок 2 Перемены внутри компании



А еще можно менять свой подход к бизнесу: от материалов, с которыми вы работаете, до подхода к найму и корпоративной культуры.

- **Переход на экологичные материалы**
- **Доступность продуктов/услуг для всех**
- **Принцип равенства при найме сотрудников**
- **Инклюзивность и доступная среда**
- **Декретный отпуск для отцов**



Например, компания Who Gives A Crap использует для упаковки товаров только экологичные материалы и продукты без пластика. Среди прочего, они делают туалетную бумагу из переработанных материалов.



В ресторанах и кафе так можно заменить пластиковые трубочки на железные, отказаться от пластика для заказов to go и предоставлять скидку при заказах напитков в собственную термокровку.

Урок 2 Перемены внутри компании



Найм сотрудников — тоже часть корпоративной социальной ответственности. Компании могут проявить ответственность, предоставляя равные условия найма для людей с различными заболеваниями, создавать в офисах условия для работы на инвалидных колясках, предоставлять маломобильным сотрудникам возможность работы из дома.

Сюда же относится принцип равенства в отношении женщин, предоставление справедливого декретного отпуска (в том числе и для отцов) и поддержка семей с детьми.

Любое изменение в компании, которое делает среду более экологичной, благополучной, гуманной — это часть социальной ответственности! И это изменение не обязательно должно быть глобальным.

TOMBOY X



Love at First Wear



Sustainable Fabrics



Built to Last



Inclusive Design

Бренд одежды TomboyX производит одежду из возобновляемых материалов для людей со всеми типами фигур и для всех гендерных идентичностей, а в своих рекламных компаниях они всегда поддерживают ЛГБТ+ сообщество и женщин. При этом компания также старается придерживаться принципа diversity в найме: 80% высшего руководства компании женщины, а 63% из них относят себя к квир-сообществу.

Урок 2

Каждая компания может придумать что-то свое, в зависимости от нужд аудитории и региона, где она работает.

Кроме того, надо учитывать ресурсы компании и правильно выбирать организации, которые собираетесь поддерживать: чтобы они соответствовали вашим ценностям, вели прозрачную деятельность и занимались системной благотворительностью.

О том, что необходимо учесть при работе с социальными проектами, наш следующий материал!

