

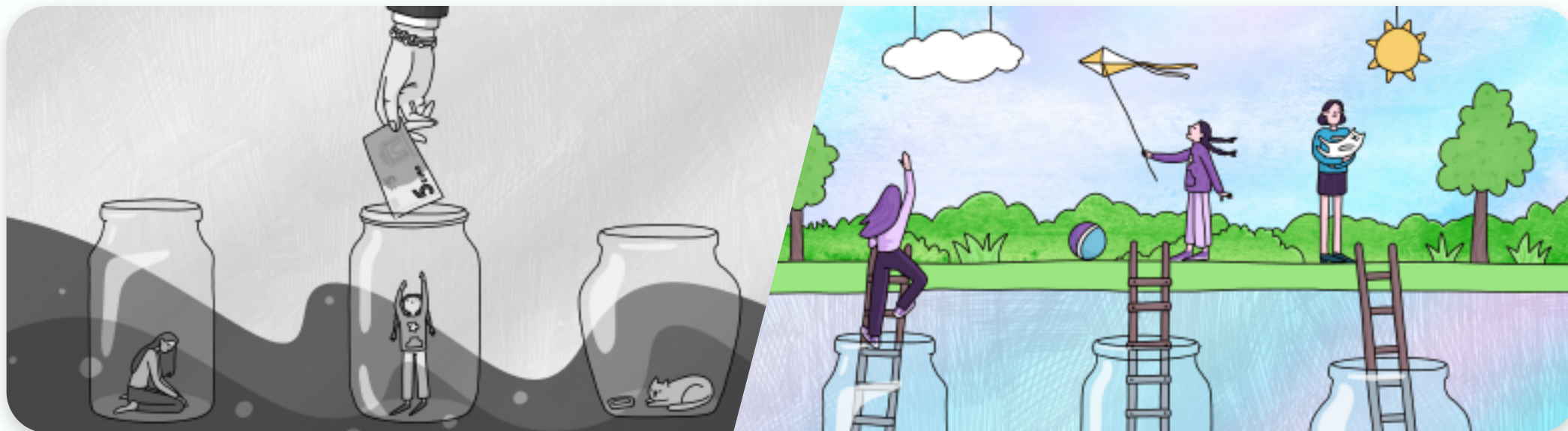
# Доброномика для начинающих

Урок 3

Кому помогать?  
Как выбрать и  
проверить фонд/НКО



## Урок 3 Что такое “системная помощь” и почему важна именно она?



**Система — это помощь многим и регулярно, а не одному и один раз.**

Крупный бизнес в долгосрочной перспективе сможет принести гораздо больше пользы, помогая системно и вкладываясь в проекты, создающие возможности для того, чтобы дальше благотворительные проекты самостоятельно и устойчиво помогали решать социальные проблемы.

В совместных проектах бизнеса и благотворительности представителям корпораций важно понимать, что системная благотворительность гораздо важнее и эффективнее, чем разовая адресная помощь. Системная благотворительность направлена на качественное

Например, большая компания может помочь одному пациенту с тяжелым заболеванием — **адресная помощь.**

Или же профинансировать обучение для нескольких хирургов, которые будут в будущем лечить это заболевание и помогут множеству пациентов — **системная помощь.**

решение структурной проблемы и нацелена на долгосрочный результат.



## Урок 3 **Что такое “системная помощь” и почему важна именно она?**



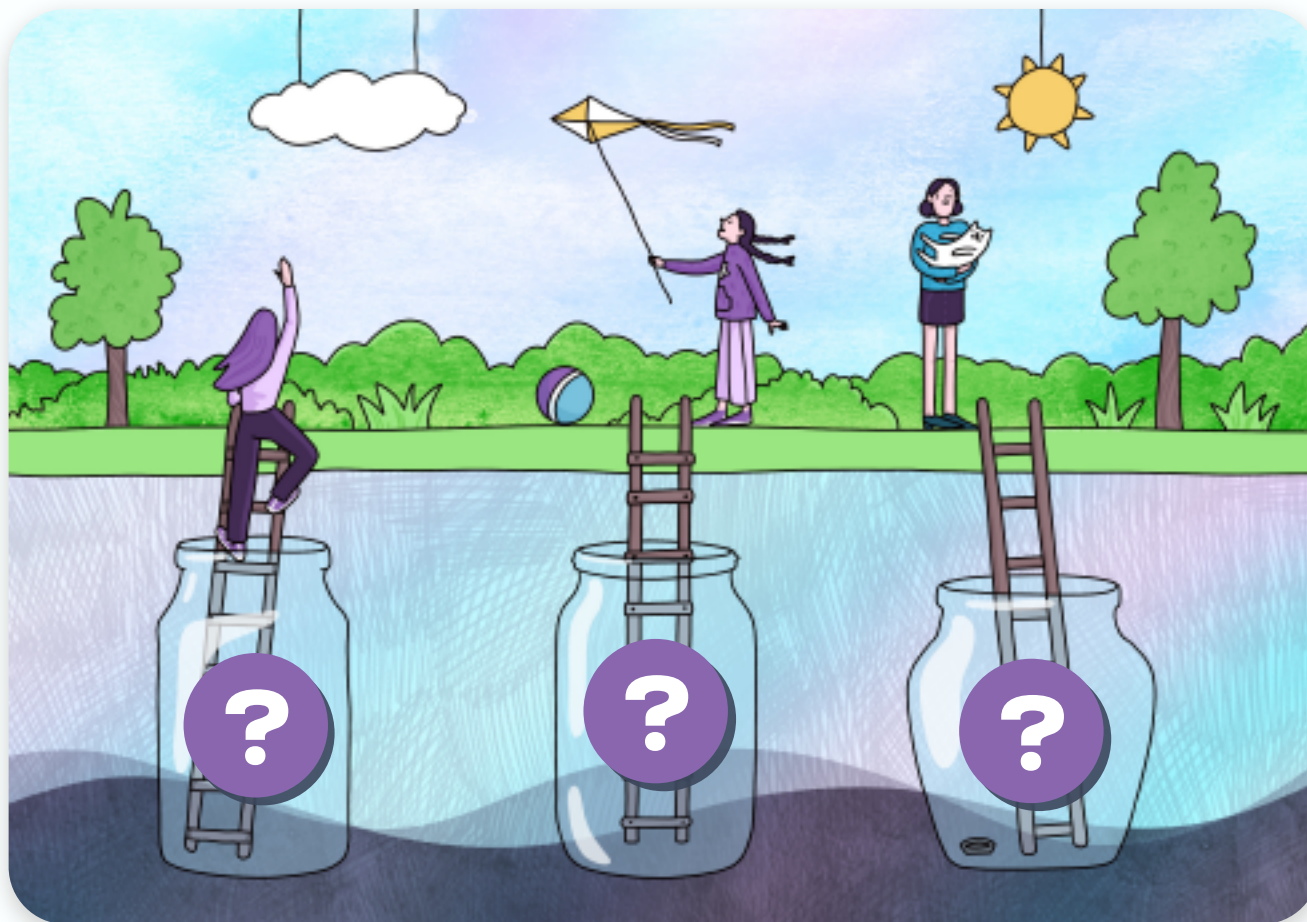
Это может быть образование для врачей, учителей и специалистов социальной сферы, вложения в исследования или строительство зданий для больниц, покупку оборудования и другие долгосрочные проекты.

**Даже помощь с публикацией книги или медиапроекта о этой проблеме может стать инвестицией в фундаментальное исправление какой-либо проблемы в будущем.**

**biolab**  
مختبر بيولاب الطبي

Например, компания biolab — владелец медицинских лабораторий по всему миру, проводит лекции о медицине и здоровье для школьников из неблагополучных регионов, а также предоставляет бесплатное тестирование нуждающимся.

## Урок 3 Как выбрать, кому помочь?



Важно выбрать такую организацию, работа с которой поможет больше рассказать о вашей компании.

**Проекты корпоративной социальной ответственности должны вписываться в бренд-позиционирование и общую маркетинговую стратегию бизнеса.**

Если бизнес все время занимался продажей офисных костюмов, будет странно в качестве проекта корпоративной социальной ответственности начать помогать фермерам или животным Австралии (это возможно: просто нужен будет хороший сторителлинг, чтобы объяснить именно такое партнерство).

**Компании корпоративной социальной ответственности должны логично вытекать из всех тех ценностей, что уже транслировались брендом.**

## Урок 3 Как выбрать, кому помочь?



Например, первый производитель зубной пасты с полностью перерабатываемой тубой Tom's of Maine ввел программу корпоративной социальной ответственности: партнерство с TerraCycle, организацией, которая собирает и перерабатывает сложно перерабатываемый мусор. Вместе TerraCycle и Tom's of Maine рассказывают потребителям, как сдать такие отходы на переработку.

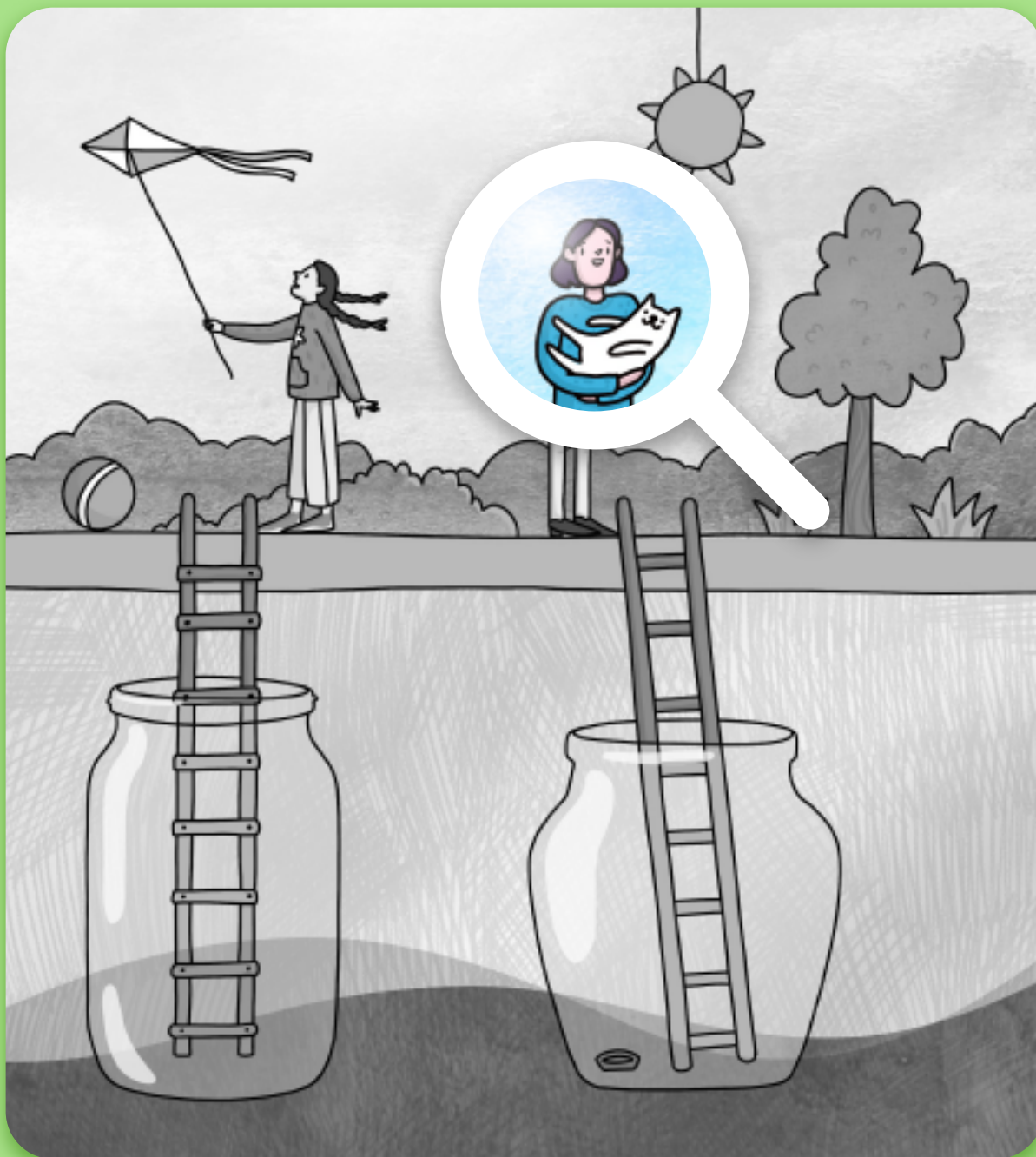


Другой пример — онлайн-магазин ASOS, который всегда транслировал в своих проектах и рекламе идеи равенства и инклюзии, проводил совместный проект с НКО в Кении, организовывая образовательные семинары для местных женщин.

**Социальные проекты — это дополнительный штрих к образу вашей компании. Выбирая, кого поддерживать, вы выбираете конкретную деталь своего имиджа.**



## Урок 3 Как выбрать честный и профессиональный фонд



Если при организации CSR вы планируете взаимодействовать с НКО, важно проверить, насколько качественно и прозрачно оно работает.



К сожалению, до сих пор можно нарваться на мошенников и перевести деньги нечистоплотным людям. Формы мошенничества могут быть разными: сбор денег на лечение несуществующих детей, фонды-однодневки или фальшивые сайты, прикидывающихся известными существующими фондами.

Чтобы избежать обмана и точно сотрудничать с реальными прозрачными фондами, важно проверить несколько пунктов.

## Урок 3 Как выбрать честный и профессиональный фонд



### Документы

Проверьте на сайте организации документы о регистрации, а также публичные отчеты о трате полученных средств. Конкретные законодательные требования к отчетам отличаются в каждой стране, но главное правило тут — чем подробнее отчеты, тем лучше.

Часто организации присылают эти отчеты в почтовых рассылках для доноров или в ежегодных отчетах, рассказывают о потраченных средствах в соцсетях — это всегда хороший знак. Вот, например, так выглядит ежегодный [отчет](#) организации Caritas в Чехии.



### Активность в соцсетях и СМИ

Важный признак добропорядочной организации — активные соцсети и сайт, где подробно рассказывается об их работе, сотрудниках, акциях и благополучателях.

Хорошо, если организация упоминается в медиа в положительном ключе. Например, ее сотрудники могут выступать в СМИ как эксперты в своей сфере. Проверка публикаций в медиа также поможет выявить, не было ли каких-то репутационных проблем у фонда: скандалов или обвинений в нечестной работе.



### Эффективность

Вместе с документацией и прозрачностью работы стоит оценить эффективность работы организации — чего она достигла за последнее время, есть ли конкретные результаты. Это может быть отражено в соцсетях, на сайте и в годовых отчетах. Сам фонд должен стремиться к достижению долгосрочных устойчивых результатов и добиваться их без лишних затрат.

Оценить профессионализм работы организации может быть сложно, поэтому стоит посмотреть на публикации в СМИ, общую репутацию в профессиональной сфере и нишевые награды самого фонда и его руководителей.

## Урок 3

**Благотворительные фонды и НКО — это РАВНОПРАВНЫЕ ПАРТНЕРЫ бизнеса, поэтому в процессе переговоров нужно учитывать, что у них есть собственная экспертиза, правила работы и цели на каждый проводимый проект.**

**Важно найти компромиссы и формы сотрудничества, которые будут удобны и бизнесу, и представителям благотворительности.**

**Потому что вместе мы можем изменить многое!**

