

В ХОРОШЕЙ КОМПАНИИ ПРАВИЛА КОРПОРАТИВНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ



21 ноября на церемонии «Коммерсантъ. Инициативы» мы вручим специальную премию в партнерстве с информационным порталом «Такие дела» благотворительного фонда «Нужна помощь». Мы совместно выберем лауреата с лучшей корпоративной благотворительной программой.

Корпоративная благотворительность — дело непростое. Компании выделяют значительные бюджеты на социальные программы, но должно быть осмысленное понимание дальнейших шагов, иначе эти деньги не пойдут во благо ни обществу, ни самой компании. Как конвертировать их в социальные изменения?

Когда случается катастрофа — пожар в «Зимней вишне», наводнение в Иркутской области — сразу хочется что-то сделать. Самое простое — перевести деньги. Кому, куда — не так важно. Это нормальная и очень понятная человеческая реакция. Но, к сожалению, она не всегда приносит пользу. Так же, как деньги, отданные бездомному, или подарки, которые раз в год привозят в детские дома.

Если сегодня мы найдем средства на операцию одному ребенку за границей, это решит проблему только для конкретной семьи. Но мы можем собрать больше и построить больницу для всех детей с той же проблемой. Это дольше и сложнее. Но возможно.

Иногда не обязательно даже строить целую больницу, достаточно собрать деньги на покупку оборудования, на которое государство почему-то не выделяет средств. Но мало кто готов внести пожертвование на какую-то странную штуку, которая, к примеру, секвенирует геном. Это скучно и совсем не так трогательно, как призывы в Facebook «давайте спасем Машу». А ведь именно благодаря этому очень дорогому аппарату и Маше, и еще сотням детей подберут правильное лечение.

Сегодня благотворительность по большей части эмоциональна — пожалел, дал денег и забыл. Это не работает. Благотворительность должна быть рацио-

нальной, идти от головы. Она должна функционировать как отлаженный, четкий бизнес-механизм. И именно над этим работает фонд «Нужна помощь». «Нужна помощь» — инфраструктурный проект, фонд для фондов, он собирает деньги для 190 благотворительных организаций по всей России, от Калининграда до Владивостока. Его главная задача — сделать благотворительность в России осознанной и системной, изменить отношение к тем, кто ею занимается. Общество должно понять, что это не какие-то блаженные, которые не должны получать денег за свою работу, нет, это люди, которые выстраивают процессы и решают социальные проблемы. Четко, системно, стратегически, как в любом нормальном бизнесе.

Для того чтобы поменять отношение общества к фондам и рассказывать о социальных проблемах, «Нужна помощь» создал свой информационный портал «Такие дела».

Ведь никакие деньги не смогут изменить ситуацию, пока проблема не будет проговорена и переосмыслена обществом. Статьи «Таких дел» не просто заставляют задуматься о проблемах, но и побуждают к действиям — внести пожертвование, стать волонтером, рассказать друзьям.

В этом году «Такие дела» запустили рубрику, посвященную лучшим российским проектам корпоративной социальной ответственности. Это не реклама, проекты отбирают редакция и эксперты фонда. Это не всегда крупные компании. Основной критерий — модель помощи должна быть эффективной и/или инновационной для России.

Как раз представители бизнес-сообщества могут кардинально изменить ситуацию с отношением общества к благотворительности. Дело не только в финансовых возможностях, но в первую очередь в человеческих ресурсах. Люди проводят на работе как минимум половину жизни. Корпоративная культура, общение с коллегами, ценности компании — все это формирует взгляд на жизнь. При этом благотворительные инициативы многих компаний по-прежнему находят-