



Герасимова
Светлана,
МИРБИС

VIII межрегиональная конференция «ЭКОсистема волонтерства»
6 июня 2018

- Как компании формируют цели, задачи и стратегии волонтерской деятельности.
Мотивация для участия в добровольчестве.
- Ситуация
- Основы для решений
- Примеры
- Точки развития

НЕ ВЕЗИТЕ ПОДАРКИ В ДЕТСКИЕ ДОМА

от 4 до 20 новогодних подарков получает ребенок в детском доме



Дети привыкают извлекать выгоду из своего статуса сироты.



Подарки не избавляют от одиночества детей, потерявших семью.



Дети перестают ценить подарки, начинают относиться к вещам небрежно.



Лучшие подарки сильные забирают у слабых.

Что можно сделать для реальной помощи?



Взять ребенка в семью.



Выбрать на Дobre хороший фонд, который системно решает проблемы детей.



Дарить подарки людям без дома, пожилым и бедным – им редко уделяют внимание.

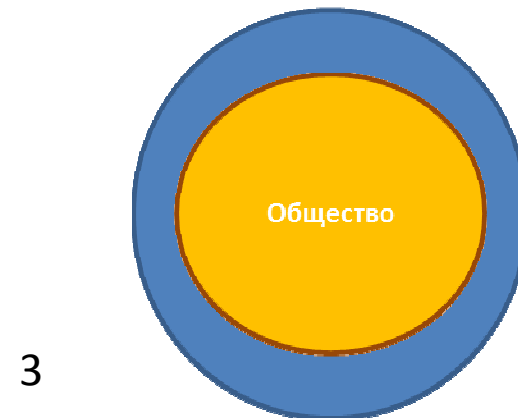
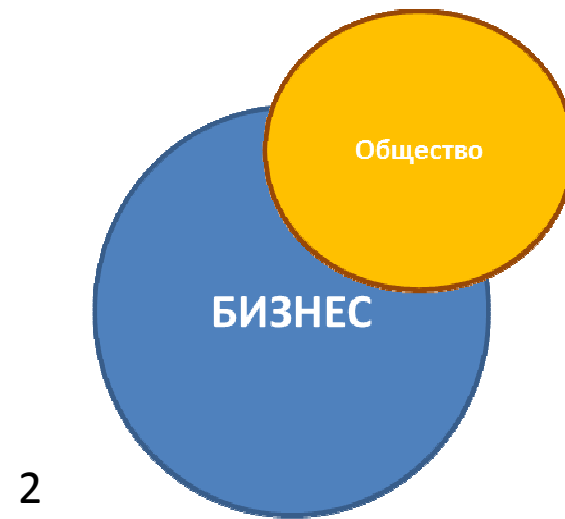
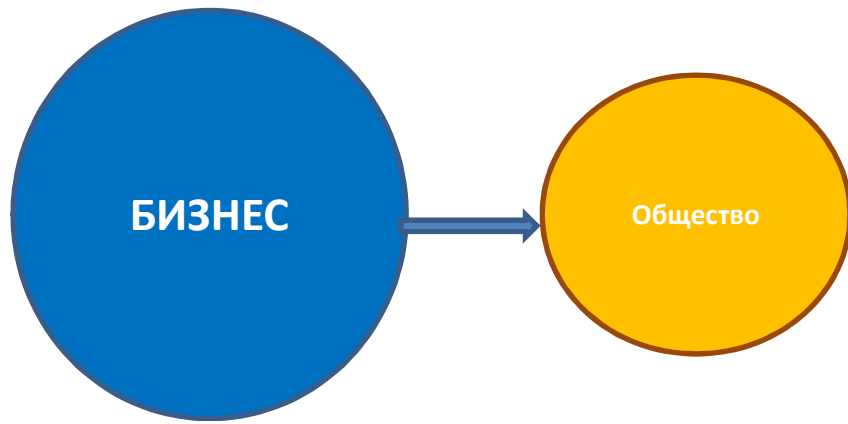
Если все-таки дарить подарок, то полезный и обучающий.



КОМПАНИЯ В РЕГИОНЕ
АДВОКАТ - СИРОТАМ
ИЗБОРАМ. 000 000

ДОБРО mail.ru

ПОМОГАЙТЕ ПРАВИЛЬНО





КСО 2.0, Вейн Виссер

CSR 2.0

Социальные изменения

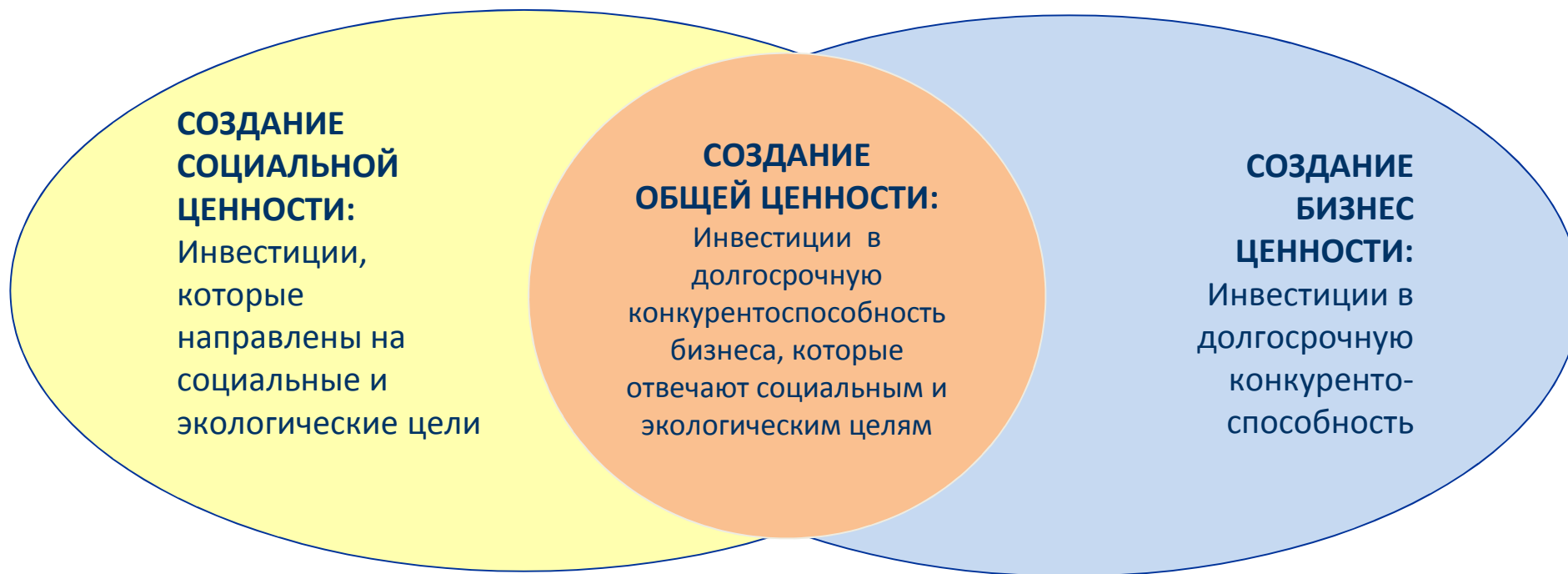
CSR 1.0

Прибыль

Маркетинг

Менеджмент





 **ЦЕЛИ** В ОБЛАСТИ  **УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**



Общая информация

- Причины благотворительной деятельности и предпосылки
- Цели и задачи. Связь с общими задачами организации
- Основные направления благотворительной деятельности
- Стратегия и политика благотворительности. Документы
- Формы реализации благотворительной деятельности
- Программы и периодичность
- Принципы формирования бюджета
- Учёт административных расходов на ведение благотворительной деятельности

Финансовые показатели

- Выручка, прибыль компании
- Размер вклада на нужды общества/ Доля расходов на нужды общества
- Сумма пожертвований сотрудников

Управление и процессы

- Кто отвечает за благотворительную деятельность. Описание орг.структуры
- Процедура прохождения отбора проектов для финансирования
- Заинтересованные стороны в благотворительной деятельности компании
- Мероприятия по вовлечению заинтересованных сторон в деятельность компании
- Способы и методы оценки результата благотворительной деятельности
- Привлечение внешних экспертов для оценки результата
- Критерии оценки эффективности благотворительной деятельности
- Качественные и количественные результаты благотворительной деятельности
- Влияние результатов оценки благотворительных проектов на следующий цикл планирования

Информационная политика

- Политика информационной открытости благотворительной деятельности
- Периодичность распространения информации о благотворительной деятельности
- Каналы обратной связи с заинтересованными лицами

- Смысл, целеполагание
Для чего?
- Субъекты управления и задачи проектирования
Что будет результатом?
- Партнёрства и коммуникации
Достижима ли синергия, агрегирование?
- Процессы управления
Какова эффективность и зрелость?
- Ресурсы
Адекватны ли ресурсы?

- Зелёная экономика
- Устойчивое развитие
- Корпоративная социальная ответственность
- Бизнес – общество