



Благотворительная деятельность – важная составляющая стратегии корпоративной социальной ответственности, способствующая формированию положительной деловой репутации компании, улучшающая атмосферу внутри организации и повышающая авторитет компании во внешней среде.

Благотворительность носит исключительно добровольный и безвозмездный характер, однако вклад в социальные проекты всегда окупается укреплением авторитета и имиджа компании как социально ответственной организации. Благотворительность и спонсорство способствуют накоплению социального капитала компании: повышается уровень потребительской лояльности, растет привлекательность компании как работодателя.

Благотворительные программы направлены на улучшение качества жизни отдельных групп населения и наиболее эффективны для имиджа компании они будут лишь в том случае, когда формирование имиджа не выходит на первый план. Необходимо чувствовать эту грань и не переступать ее, максимально тактично освещать свою деятельность, но не ждать выгод или прибыли от своего вклада. Общество сразу видит неискренность, подобные «неискренние» мероприятия будут иметь негативный эффект для репутации компании.

Формы благотворительной помощи

Компания может осуществлять благотворительную деятельность посредством перечисления денежных взносов в благотворительные фонды, наличные средства из которых направляются на финансирование социальных программ, помощь детским домам, начисление стипендий и грантов для одаренной молодежи.

Помощь в натуральном эквиваленте, бесплатное предоставление своих услуг или товаров в зависимости от направления деятельности компании.

Если бы каждая организация занималась благотворительностью, то в мире стало бы чуточку больше счастливых людей. Всегда нужно соблюдать энергетический обмен между собой и миром. Когда мы совершаем благие дела-они возвращаются нам в трехкратном размере.