

Корпоративное волонтерство в России



Сборник лучших практик

Москва 2011

Сборник издан при поддержке Комитета общественных связей Правительства Москвы и «ЭксонМобил Раша Инк.» Центром развития филантропии «Сопричастность» и журналом «Бизнес и общество»

Центр развития филантропии «Сопричастность» – одна из первых неправительственных организаций России. Начало деятельности – в качестве общества милосердия Свердловского района г. Москвы – 1987 г., в 1991 году был зарегистрирован БФ «Сопричастность». В 1999 г. на базе фонда возник Центр развития филантропии «Сопричастность».

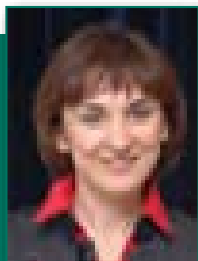
Миссия Центра – содействие развитию гражданского общества, эффективной системы социального партнерства бизнеса, власти и НКО, корпоративной социальной ответственности и информационная поддержка этой деятельности.

Информационно-аналитический журнал «Бизнес и общество» – первое российское издание, посвященное КСО, устойчивому развитию, социальному партнерству бизнеса, государства и гражданского общества.

Журнал существует больше 12 лет и за это время стал авторитетным изданием для представителей российского бизнеса, властных структур, общественных организаций, экспертов.

При перепечатке и использовании материалов просим ссылаться на источник. За подбор и изложение фактов ответственность несут авторы материалов.

Обращение к читателям



**Татьяна
БАЧИНСКАЯ**
генеральный
директор Центра
развития
филантропии
«Сопричаст-
ность»

Дорогие друзья! Предлагаю Вашему вниманию издание «Корпоративное волонтерство в России. Сборник лучших практик», в котором мы собрали уникальные материалы компаний – сторонников принципов ответственного и устойчивого развития. Уже для многих очевидно, что эти принципы помогают получать дополнительные конкурентные преимущества и строить успешный бизнес.

Добровольчество – инновационная практика корпоративной ответственности в России. Занимаясь ею, компании не только совершенствуют стратегию КСО, но и делают более привлекательными, разнообразными и востребованными программы развития персонала, а также повышают качество жизни сотрудников и их семей. Подобные инициативы достойны внимательного изучения и тиражирования.

Хотелось бы поблагодарить партнеров – Комитет общественных связей Правительства Москвы и компанию «ЭксонМобил Раша Инк.», а также все организации, которые приняли участие в экспертном опросе журнала «Бизнес и общество», конференции «Корпоративное волонтерство как инновация и управление переменами», а также приславшие кейсы и статьи для сборника.





Содержание

Обращение к читателям	1
Корпоративное волонтерство как инновация и управление переменами Экспертный опрос	3
Возможно ли корпоративное волонтерство без НКО?	66
Состояние корпоративного добровольчества	78
IBM и шесть стратегических причин для празднования столетия компании путем общественно полезной работы	94
Юлия Дорожинская Корпоративное волонтерство: модели и возможные «ПОДВОДНЫЕ КАМНИ»	99
Оксана Критикова Настоящее ЭЛЬДОРАДО для волонтеров	106
Мария Горбылева Ваше время сегодня — их будущее завтра!	113

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК ИННОВАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРЕМЕНАМИ

Экспертный опрос журнала «Бизнес и Общество»

Есть ли в Вашей компании программа корпоративного добровольчества? Какое место она занимает в системе корпоративной социальной ответственности? Если нет, то почему?

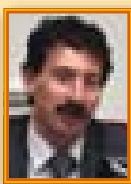
■ **Татьяна Авраменко:** В нашей компании корпоративное добровольчество имеет длинную историю, ведь Ситибанку почти 200 лет. В России корпоративное добровольчество стало активно развиваться с 2006 года, когда Ситибанк взял на себя добровольное обязательство провести день волонтера во всех странах присутствия компании (более 140 стран). Впоследствии эта инициатива стала ежегодной, а волонтерство стало играть неотъемлемую роль в корпоративной культуре и программах по корпоративной социальной ответственности.

■ **Дмитрий Агишев:** Корпоративное добровольчество – одна из пяти сфер КСО в Дойче Банке. Остальные сферы это – устойчивое развитие, социальные инвестиции, поддержка искусства, поддержка образования.

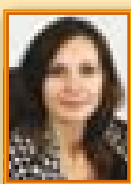
■ **Полина Власова:** Да, безусловно, такая программа у нас в корпорации есть, и называется она Intel Involved. Сотрудники приняли ее как неотъемлемую часть жизни и очень активно участвуют в регулярно проводимых акциях. У нас корпоративное добровольчество – это одна из основополагающих платформ системы КСО, которой уделяется большое внимание в корпорации.

Приоритетными направлениями волонтерской деятельности сотрудников Intel являются экология, образование, помощь незащищенным слоям населения.

В 2008 г. корпорация была удостоена престижной отечественной Национальной общественной награды в области добровольчества, учреж-



Артём Шадрин,
директор
Департамента
стратегического
управления
(программ) и
бюджетирования
Минэкономраз-
вития РФ



**Татьяна
Авраменко,**
менеджер
по работе с
общественными
организациями
Citi Group



Дмитрий Агишев,
руководитель
Департамента
связей с обще-
ственностью,
корпоративных
отношений и
маркетинга
Дойче Банка в
России и СНГ

денной Российским центром развития добровольчества и фондом «Со-зидание» при поддержке Комитета Государственной Думы по делам общественных объединений и религиозных организаций.

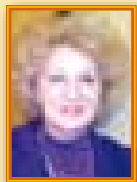
■ **Галина Григорьева:** У Алкоа есть две глобальные программы развития волонтерства сотрудников: программа коллективного волонтерства ACTION и программа индивидуального волонтерства Bravo! Они дополняют друг друга и дают каждому сотруднику выбирать для себя более удобный и интересный способ участия. В системе КСО компании волонтерство занимает важное место, и его роль растет. В частности, это выражается в том, что участие сотрудников все больше интегрируется в другие программы компании, включая программы, финансируемые Фондом Алкоа и управляемые нашими НКО-партнерами.

■ **Екатерина Глухова:** Как таковой отдельной программы КВ у компании в России пока нет. Тем не менее, наработки в этом направлении уже имеются – в частности, одобренная для Группы компаний Holcim в России Концепция Благотворительной политики и социальных инвестиций включает, в том числе, и положение о вовлечении сотрудников в благотворительную деятельность.

■ **Светлана Данилейко:** Изначально политика КСО Леруа Мерлен подразумевает гражданскую позицию и желание самих сотрудников, начиная от кассиров-консультантов и заканчивая топ-менеджментом, участвовать в социально значимых проектах.

Быть социально ответственной компанией, по мнению наших сотрудников, – это «проводить ответственную социальную политику по отношению к самим сотрудникам компании, а также помогать развиваться своему городу и региону, проявлять личную солидарность с менее защищенными жителями своего города и, в первую очередь, в своем непосредственном окружении». Так мы и действуем.

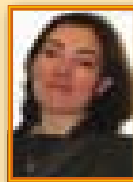
■ **Елена Журавлева:** В авиакомпании «Трансаэро» с 2008 г. реализуется стратегическая программа корпоративного волонтерства «Путешествие в страну «Трансаэро». Программа существует как отдельное направление социальной политики, связанное с корпоративной культурой, внутренними коммуникациями и развитием персонала.



**Татьяна
Бурмистрова,**
ведущий научный
сотрудник Инсти-
тута экономики
РАН



Полина Власова,
специалист
Департамента по
связям с общест-
венностью Intel
в России



**Галина
Григорьева,**
менеджер по
устойчивому
развитию Алкоа
Россия

Благодаря корпоративному волонтерству компания, безусловно, укрепляет свою репутацию, как среди сотрудников, так и в местном сообществе, а также использует своих сотрудников как проводников ее КСО, одновременно продвигая идеи благотворительности внутри компании.

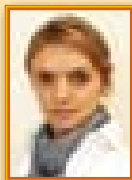
■ **Сергей Деменский:** Отдельной программы корпоративного добровольчества у нас нет, но сотрудники предприятия часто становятся участниками благотворительных акций, которые проводятся в Омске и Омской области. Также мы сами инициируем проекты, не связанные с основной деятельностью предприятия, направленные, например, на сохранение культурного и природного наследия нашего края, в которые привлекаем своих сотрудников в качестве волонтеров.

■ **Светлана Заславская:** Во всех филиалах корпорации «Эксон Мобил» сложилась добрая традиция – ее сотрудники, пенсионеры, а также члены их семей принимают активное участие в волонтерском движении. В его основе – благородное стремление добровольно и безвозмездно оказывать помощь людям.

В 2010 г. более 24800 сотрудников, пенсионеров корпорации «Эксон Мобил» и членов их семей в различных регионах мира добровольно отработали свыше 779500 часов в 5500 благотворительных организациях в 43 странах в рамках волонтерских программ, финансируемых корпорацией. За пределами США, в том числе в России, 12500 из общего числа волонтеров отработали свыше 179400 часов в более чем 1200 организациях.

■ **Татьяна Задирако:** БФ «Дорога вместе» не ведет программ корпоративного добровольчества среди своих сотрудников. Но мы как партнеры проводим порядка 10-15 мероприятий в год, осуществляя программную поддержку компаний в реализации различных инициатив по развитию корпоративного добровольчества.

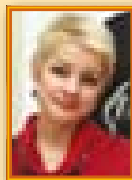
■ **Джамиля Захарова:** Бухгалтерское бюро «Ажур», открытое как экспериментальная площадка с целью приобретения студентами навыков учетной работы, оказывает бесплатные услуги по консультированию граждан. Пока корпоративное волонтерство имеет место как отдельные мероприятия.



Светлана Данилейко,
советник по
связям с общественностью и
государственными органами
ЛЕРУА МЕРЛЕН –
GROUPE ADEO



Сергей Деменский,
заместитель генерального
директора по связям с
общественностью Омского
производственного объединения
«Радиозавод имени
А.С. Попова»



Екатерина Глухова,
специалист по
корпоративной социальной
ответственности
ОАО «Холсим
(Рус)»

■ **Ирина Зуева:** Волонтерское движение группы компаний «Новард», как и в стране в целом, довольно молодо, но активно развивается на основе традиционных российских ценностей, близких руководителям и всей команде холдинга. Возвращение к принципам российской благотворительности и меценатства в данном случае – искреннее и естественное стремление оказывать посильную помощь там, где это возможно. И одновременно понимание, что благополучие России и ее дальнейшее развитие возможно только в результате совместных усилий государства, некоммерческих организаций и бизнес-структур.

Благотворительные и социальные акции, как правило, получают хороший отклик среди персонала – это реальная возможность для каждого человека совершить благое дело.

Люди хотят помогать другим, причем не только деньгами, а еще и своим опытом, теплотой, заботой. Три года назад такое желание способствовало созданию волонтерского движения сотрудников корпорации «Новард», которое было поддержано руководством и переведено на общекорпоративный уровень.

■ **Екатерина Левшина:** Да, она реализуется в рамках корпоративной программы добровольных частных пожертвований сотрудников «Им нужна Ваша помощь».

■ **Анна Лыгина:** В компании «Сахалин Энерджи» действует программа корпоративного добровольчества, которая является частью Программы поддержки благотворительных инициатив сотрудников «Спешите делать добро». Этот проект является частью социальных инвестиций компании. Участие в ней позволяет сотрудникам стать непосредственными активными участниками одной из стратегических корпоративных социальных программ, понять подходы и принципы компании в этой области социальной деятельности.

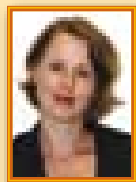
■ **Анастасия Максимова:** Райффайзенбанк придает огромное значение вовлечению сотрудников в благотворительную деятельность. В банке действует корпоративная программа «Поможем вместе!», в рамках которой производится сбор взносов из личных средств сотрудников, а итоговая сумма удваивается за счет собственных средств банка.



Елена Журавлева,
руководитель социальных проектов авиакомпании «ТРАНСАЭРО»



Татьяна Задирако,
директор БФ «Дорога вместе»



Светлана Заславская,
советник по связям с общественностью «ЭксонМобил Раша Инк.»

Также сотрудники с большим удовольствием участвуют в благотворительных мероприятиях, организованных партнерами банка, например, корпоративная команда Райффайзенбанка заняла первое место в Благотворительном марафоне, организованном Фондом Даунсайд Ап, а также на протяжении нескольких лет участвует в благотворительных футбольных турнирах фонда.

■ **Анна Машнинова:** В DHL КСО является частью стратегии развития компании. Одним из ее ключевых элементов является вовлечение сотрудников в социальные проекты в рамках трех направлений: GoGreen – защита окружающей среды, GoHelp – помощь при чрезвычайных ситуациях и GoTeach – помощь в получении высококачественного образования.

■ **Сергей Носков:** Организованное волонтерское движение во Внешэкономбанке началось в 2008 г. Этому процессу предшествовал тщательный анализ международных и российских инициатив в области КСО, который показал, что важным аспектом, характеризующим новый подход компаний к реализации внешней социальной политики, является вовлечение сотрудников в благотворительную и волонтерскую деятельность.

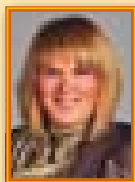
С другой стороны, результаты ежегодного опроса «Мой Банк» выявили готовность самих сотрудников участвовать в решении общественных проблем, поддержать волонтерское движение.

Сегодня можно сказать, что корпоративное волонтерство – это важная составляющая системы КСО Внешэкономбанка. По мнению работников, участие в волонтерских акциях сближает людей, дает возможность проявить активную жизненную позицию, почувствовать себя частью общества, внести вклад в решение острых социальных проблем.

■ **Ирина Платонова:** Развитие добровольчества – одна из приоритетных задач программы КСО Amway. Помимо собственных средств, которые компания вкладывает в благотворительные программы, «Амвэй» также активно поощряет своих сотрудников и дистрибьюторов к участию в них в качестве добровольцев и к личным пожертвованиям. К сожалению, здесь мы сталкиваемся с определенными трудностями, например, территориальными – у «Амвэй» в России около 700 сотрудников в 14 городах и около 1 млн дистрибьюторов. Организовать волонтерские акции и вовлечь в



Джамия Захарова,
зав. кафедрой бух.
учета и финансов
Института
гуманитарного
образования и
информационных
технологий, к.э.н.



Ирина Зуева,
руководитель
службы по связям
с обществен-
ностью
ГК «Новард»



Алексей Костин,
директор НП
«КСО – Русский
центр»

них людей, проживающих в разных регионах и часовых поясах, довольно проблематично. Еще одна трудность, с которой мы столкнулись, – элементарное незнание, что такое добровольчество, отсутствие его культуры и опыта. Очень радует тот факт, что постепенно о добровольчестве все больше пишут и говорят, компании развивают это направление среди сотрудников и партнеров, НКО организуют все больше различных добровольческих акций, в которых может принять участие любой желающий.

■ **Ольга Прохода:** У нас есть программа корпоративного волонтерства. Она называется «Нестле: сделаем жизнь лучше!». В принципе под этим лозунгом мы проводим все свои благотворительные акции. Волонтерство занимает большое место – у нас около 10 волонтерских проектов в год, включая экологические акции и поездки в детские дома, сбор пожертвований и т. п.

■ **Татьяна Песоцкая:** Официально прописанной программы не существует, тем не менее, сотрудники занимаются волонтерством в рамках компании.

■ **Александра Робул:** Компания находится в стадии принятия решения по внедрению подобных программ.

■ **Роман Склоцкий:** Мы – некоммерческая организация, поэтому можем предложить взгляд на программы корпоративного добровольчества со стороны. В большинстве компаний, куда мы обращаемся за волонтерской поддержкой, корпоративное добровольчество только начинает развиваться. Как правило, это разовые акции по покраске всеми любимых заборов и иже с ними. И это здорово, ведь всегда надо с чего-то начинать! Именно через разовые акции у сотрудников формируется осознание своей личной социальной ответственности. Постепенно, шаг за шагом сотрудники и компания начинают более глубоко понимать проблематику, с которой работают, и осознают, что разовых акций недостаточно. На наших глазах некоторые из корпоративных партнеров за 1-2 года перешли на уровень системной помощи и долгосрочных партнерств с НКО и благополучателями.

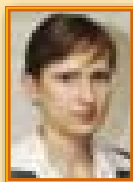
■ **Юлия Федотова:** Мы относимся к благотворительной и социальной деятельности как к неотъемлемой части нашей офисной жизни. Однако



Екатерина Левшина,
руководитель
отдела благотвори-
тельных
программ Sanoma
Independent
Media



Анна Лыгина,
руководитель
группы социаль-
ных инвестиций
компании
«Сахалин Энер-
джи Инвестмент
Компани Лтд.»



Анастасия Максимова,
начальник
отдела связей
с обществен-
ностью ЗАО
«Райффайзен-
банк»

позволяем сотрудникам выбирать самим, каким «добрым делом» они бы хотели заняться. О результатах мы пишем в корпоративной газете и на внутреннем сайте. Часто с рассказами принимавших участие и фотографиями, чтобы было интересно читать всем сотрудникам. Мы не осуждаем «бездейственных» в плане добровольчества членов коллектива, ведь все-таки на работе наиважнейшим критерием является профессионализм сотрудника, но стараемся мотивировать и поддерживать все начинания наших работников.

■ **Владимир Хромов:** В настоящее время мы готовим программу поддержки волонтерских программ крупных компаний.

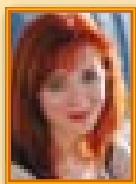
■ **Вера Шейнина:** Существует ряд ежегодных проектов, которые проводятся в течение уже нескольких лет.

КВ – отдельные акции или разработана стратегия на уровне высшего менеджмента?

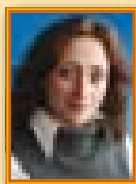
■ **Татьяна Авраменко:** Это и отдельные акции, и разработанные программы, а также встроенные компоненты в грантовые программы. Волонтерство в рамках грантовых программ – это самое интересное направление. Фонд Citi выдает гранты в области продвижения финансовой грамотности, развития предпринимательства и микрофинансирования, образования молодежи и экологии. Наши волонтеры в рамках программ помогают не только руками, но и вкладываются интеллектуально. Мы называем такой подход «больше чем филантропия».

■ **Дмитрий Агишев:** Корпоративное добровольчество – это разработанная стратегия на уровне всей группы Дойче Банк. Направление КВ является неотъемлемой частью стратегии КСО.

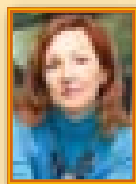
■ **Полина Власова:** На самом деле можно сказать, что и то, и то. У нас разработана стратегия на уровне высшего менеджмента по поводу традиционных мероприятий в рамках программы Intel Involved, но часто возникают и проводятся другие акции, которые ранее не были запланированы. Чаще всего инициатива исходит от самих сотрудников, когда они в рамках своей повседневной жизни видят что-то, что они могут изменить в лучшую сторону. Мне кажется, в волонтерской деятельности нельзя полностью



Анна Машнинова,
специалист по
внутренним
коммуникациям
DHL



Татьяна Лесоцкая,
менеджер соци-
альных проектов
Clifford Chance
Moscow



Ирина Платонова,
руководитель
социальных
программ ООО
«Амвэй»

избежать эффекта внезапности, и даже очень четко продуманный план проектов в сфере волонтерства не может быть реализован только так и не иначе.

■ **Галина Григорьева:** В рамках программ Фонда Алкоа и корпоративных программ компании, например, программы «Десять миллионов деревьев», волонтерство соответствует основным глобальным направлениям. В то же время, у каждого сотрудника есть возможность осуществить свой личный проект. Именно для этого у нас есть программа индивидуального волонтерства Bravo!

■ **Екатерина Глухова:** Несмотря на то, что до сегодняшнего дня мы «держали курс» в большей степени на социальные программы, отдельные успешные проекты КВ также имеются.

Все мероприятия по КВ непосредственно связаны с концепцией КСО и проводятся в соответствии с общей политикой устойчивого развития, принятой для ГК Holcim.

■ **Светлана Данилейко:** В настоящее время компания Леруа Мерлен представлена 18 магазинами в 9 регионах России. В каждом магазине есть комитет социального диалога, выборный орган сотрудников, который и разрабатывает программу социальной поддержки своего города.

Программа каждого магазина подчиняется трем общим принципам: наше желание/время/силы, наши профессиональные компетенции и, наконец, наши материалы/инструменты/товары. Таким образом, корпоративное волонтерство прочно встроено в систему КСО Леруа Мерлен.

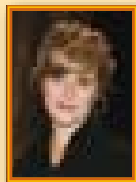
В рамках волонтерских проектов мы нацелены на долгосрочные партнерские отношения с местными благотворительными организациями, с местными администрациями, а также с нашими поставщиками товаров и услуг.

В Леруа Мерлен у каждого сотрудника есть возможность принять участие в благотворительных акциях, внести свой вклад в благое дело. И нужно отметить, что нехватки желающих мы не заметили. «Это то, что нас объединяет!», говорят сотрудники.

■ **Елена Журавлева:** Волонтерство является частью политики развития персонала авиакомпании, а также частью стратегии КСО.



Ольга Прохода,
менеджер по
КСО ООО
«НЕСТЛЕ
РОССИЯ»



**Александра
Робу,**
координатор
по КСО ОАО
«Пивоварен-
ная компания
«Балтика»



Роман Скоцкий,
исполнительный
директор БФ
«Старшие Братья
Старшие Сестры»

Волонтерская программа «Путешествие в Страну «Трансаэро» – это не разовые акции, а важнейшая составляющая корпоративной культуры и социальной политики авиакомпании. Для нас волонтерство является не просто хорошим делом, оно позволяет сотрудникам освоить новые навыки, проявить или развить лидерские качества, почувствовать себя частью общества и осознать свой вклад в решение местных проблем.

В программу КВ вовлечено и высшее руководство компании (например, участие в традиционных весенних мероприятиях для детей-сирот), что является хорошим примером для сотрудников.

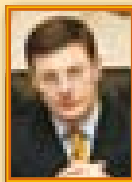
Программа настолько популярна, что сотрудниками создан «Клуб волонтеров «Трансаэро», целью которого является позиционирование волонтерских программ среди работников, привлечение новых волонтеров, разработка проектов сотрудниками-волонтерами, программы обучения для них и др.

■ **Сергей Деменский:** Радиозавод имени А. С. Попова – один из крупнейших налогоплательщиков Омской области. Это наш главный показатель социальной ответственности. Однако многие инициативы, которые исходят от самих сотрудников предприятия и имеют определенный масштаб и значение для региона в целом, поддерживаются администрацией, Советом молодых специалистов, другими общественными образованиями предприятия: профсоюзным комитетом, Советом ветеранов, Советом ветеранов локальных войн.

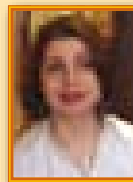
■ **Светлана Заславская:** Основу деятельности корпорации «Эксон Мобил» в рамках реализации принципа высокой гражданской ответственности составляет сбалансированная стратегия, способствующая экономическому росту, социальному развитию и охране окружающей среды. Мы сотрудничаем с местными учреждениями, общественными и правительственными организациями, агентствами по поддержке предпринимательства в составлении программ стратегического инвестирования в социальную сферу. В рамках специально разработанных программ корпорация «Эксон Мобил» софинансирует пожертвования своих сотрудников и участвует в социальных проектах в разных регионах мира.



Лидия Тихонович,
корреспондент
журнала «Деньги
и благотворительность»



Сергей Носков,
директор
Дирекции по
обеспечению
банковской
деятельности
ВЭБ



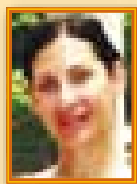
Юлия Пасс,
директор
PROekt PRO

■ **Татьяна Задирако:** В разных компаниях этот процесс происходит по-разному. И каждый вариант при соблюдении определенных правил может быть успешен.

Это могут быть отдельные акции, инициированные сотрудниками «снизу», это может быть также и стратегия компании в целом. Мероприятия по КВ, если они исходят из стратегических интересов компании, не могут по определению не совпадать со стратегией в области КСО (слово «стратегия» является основополагающим в обоих словосочетаниях). Если же это акции, инициированные сотрудниками компании, то они могут не совпадать с корпоративной стратегией в области КСО. Пример – табачные компании. Они не имеют права спонсировать мероприятия в области детства, охраны здоровья и т. п. направлениях, но сотрудники таких компаний могут помогать и временем и деньгами НКО, которые работают с этой проблематикой.

■ **Джамиля Захарова:** В планах – разработка долгосрочных программ.

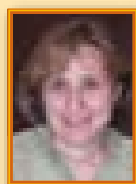
■ **Ирина Зуева:** В сентябре 2010 г. произошло официальное оформление корпоративного волонтерского движения: была создана рабочая группа, выбран куратор волонтеров – сотрудница службы персонала обувной сети «ЭКОНИКА», составлены программные документы, среди которых: описание программы с ее обоснованием, основными принципами и направлениями работы, с перечнем конкретных мероприятий и благополучателей, распределение функций основных участников, описание проектов в рамках годового плана. Разработана и реализуется целевая благотворительная программа «Ступени». Ее основные цели – с одной стороны, создавать условия для поддержания корпоративных ценностей, с другой – совершенствовать процесс социализации, социально-психологической адаптации и интеграции в общество детей группы риска. Волонтерское движение призвано одновременно решать проблемы как благополучателей, так и самой компании. Оказывая поддержку волонтерскому движению, корпорация повышает лояльность сотрудников, создает условия для реализации их творческого потенциала, сплачивает коллектив под девизом добрых дел, помогает наладить коммуникации между отделами и дочерними компаниями, поддерживает в нем моральные и этические принципы.



Юлия Федотова,
менеджер по
связям с общественностью
TRANSEARCH
International



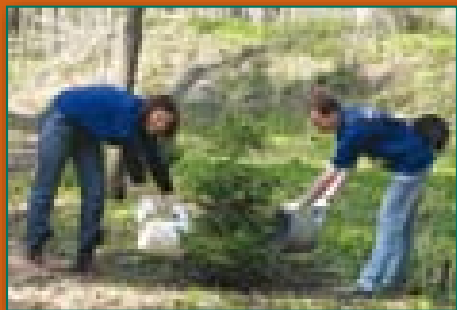
Владимир Хромов,
директор Союза
волонтерских
организаций и
движений



Вера Шейнина,
советник по связям с общественностью «Шеврон Нефтегаз Инк.»

Intel

«День Земли» – это гражданская инициатива, которую ежегодно поддерживает и корпорация Intel. Во всех российских городах, где у компании Intel есть центры исследований и разработок, ежегодно проводится акция «День Земли», в рамках которой сотрудники компании добровольно принимают участие в очистке лесов, пляжей от мусора. Именно в этот день сотрудники Intel по всему миру и в России делают очередной шаг в направлении улучшения экологической обстановки и благоустройства «своего дома» – мира, где мы живем.



10 сентября 2011 г. в холле онкологического отделения детской областной больницы состоялся первый «Осенний марафон»: специально для детей с онкологическими заболеваниями сотрудники Нижегородского филиала Intel подготовили и провели веселые старты, адаптированные для маленьких пациентов. Две команды, состоящие из детишек и волонтеров, отчаянно соревновались между собой. Игра в боулинг, баскетбол, собирание огромного пазла на время, создание картины вслепую – это лишь небольшой перечень того, чем смогли порадовать пациентов их новые друзья!

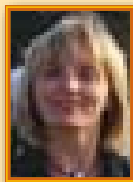
И таким образом реализует идею социальной ответственности, действует в духе своих ценностей, неотделимых от традиционно российских – человеколюбие, доброта, нравственность, милосердие. Важно и то, что на примере своих родителей дети сотрудников корпорации «Новард» учатся добру и милосердию.

■ **Екатерина Левшина:** Мероприятия и акции, связанные с волонтерством, имеют самую тесную связь с общей благотворительной и, шире, КСО-стратегией нашего издательского дома. Один из приоритетов нашей компании – активное вовлечение сотрудников в благотворительность на всех уровнях.

■ **Анна Лыгина:** Мы не рассматриваем КВ как разрозненные акции. Разработано Положение о программе «Спешите делать добро». Программа поддержки благотворительных инициатив сотрудников преследует две цели: решение небольших локальных проблем и развитие культуры благотворительности среди сотрудников. Данная программа КСО пользуется поддержкой руководства, активно освещается внутри компании

с помощью различных средств внутренней коммуникации (информационный экран, интранет-сайт, газета, ТВ-программа и т. д.).

■ **Анастасия Максимова:** Программа «Поможем Вместе» – это специальные акции по сбору средств, которые проводятся в банке 2-3 раза в год. Средства, собранные



Юлия Юдина,
директор по маркетингу и коммуникациям филиала британского БФ «Чаритиз Энд Фаундейшн» в России

сотрудниками, направляются на оказание помощи категориям нуждающихся, заявленных в качестве целевых в стратегии КСО. Это – инвалиды всех возрастных категорий, пожилые люди и ветераны ВОВ, дети с тяжелыми заболеваниями, дети-сироты, а также на программы социальной адаптации и обучения для детей, оставшихся без присмотра.

■ **Анна Машнинова:** При реализации программ корпоративного волонтерства мы в первую очередь отталкиваемся от ключевых направлений КСО (GoGreen, GoHelp, GoTeach), единых для DHL по всему миру. В России для каждого из этих направлений разработан план мероприятий на год, которые курирует сотрудник, в чьи обязанности входит развитие КСО. Однако мы поддерживаем желание сотрудников оказывать помощь обществу, даже если это не вписывается в наши глобальные приоритеты. Так, например, по инициативе сотрудников 2 раза в год проводятся акции по помощи ветеранам. Для России эта социальная проблема актуальна, и мы не можем оставаться в стороне.

■ **Сергей Носков:** О серьезном и системном подходе к корпоративному волонтерству в нашей организации говорит тот факт, что в 2009 г. было разработано и принято Положение о корпоративном волонтерстве Внешэкономбанка. Цель этого документа – создание условий для вовлечения сотрудников в благотворительную и волонтерскую деятельность, разработки и координации волонтерских проектов с учетом приоритетов деятельности банка, потребностей обще-



PwC

14 мая, несмотря на непогоду, почти 100 волонтеров из аудиторско-консалтинговой сети фирм PwC отправились на посадку деревьев в Косинский природно-исторический парк в рамках акции GREEN DAY, которая была проведена при организационной поддержке НКО CLOUDWATCHER. Добровольцы посадили более 500 лип и лиственниц около мусоросжигательного завода, которые также послужат живой изгородью между парком и дорогой. Породы деревьев были выбраны по рекомендации сотрудников самого парка, а его специалисты по благоустройству помогали волонтерам советами, так как для многих участников акция GREEN DAY стала первым опытом посадки деревьев.

Актуальность этой посадки была продиктована трагичными последствиями жесточайших лесных пожаров прошлого лета и «ледяного дождя» минувшей зимы, поэтому

ства и интересов сотрудников. Положение определяет принципы, цели и задачи корпоративного волонтерства, порядок разработки и реализации волонтерских проектов, ожидаемые результаты.

■ **Ирина Платонова:** Добровольчество несомненно связано со стратегией КСО «Амвэй». При выборе того или иного нового проекта КСО предпочтение отдается проекту, позволяющему вовлекать сотрудников и дистрибьюторов в качестве добровольцев в его реализацию. В 2010 г. совместно с партнером, клубом культуры «Клаудочер», компания инициировала проект «Доброе дело», в рамках которого дистрибьюторы и сотрудники в 11 городах проходили сначала тренинг «Осознанное волонтерство», а на следующий день выезжали в детские дома с добровольческими акциями. Это было правильное решение, поскольку многие участники потом признавались нам, что они давно хотели испытать себя в качестве добровольцев и помочь детям в детских домах, но не могли преодолеть страх, не знали, что можно и как правильно это сделать. А ведь очень важно, чтобы и у добровольцев и у благополучателей остались только позитивные впечатления.

■ **Ольга Прохода:** Стратегия КВ на уровне высшего руководства находится в стадии разработки, пока акции проходят в основном за счет энтузиазма наших сотрудников, и несомненно поддержка высшего руководства была бы очень существенна.

■ **Татьяна Песоцкая:** Все акции идут в рамках трех направлений,



главной целью стала помощь в озеленении и изменении экологической ситуации в городе.

Запланированная акция GREEN DAY совпала с Первым Национальным днем посадки леса в России, который проводился в рамках Международного года лесов, провозглашенного Генеральной ассамблеи ООН.

Карина Худенко, партнер, лидер «Зеленой команды» PwC в России говорит: «В PwC одной из приоритетных целей является снижение негативного воздействия на окружающую среду. Мы были рады поддержать добрую инициативу, которая стала основой новой хорошей традиции, ведь Национальный день посадки леса в России станет ежегодным. Для нас особенно важно, развивая культуру волонтерской деятельности в PwC, воспитывать бережное отношение к лесу у общества. Мы расходует столько бумаги, печатая документы, что каждый офисный работник обязан посадить хотя бы одно дерево».

В новом офисе компании PwC перешли на электронный обмен документами, была введена двусторонняя печать, используется система «контролируемой печати». Эта простая мера избавила офис от большого количества «бесхозных» документов, которые лежат рядом с принтером, а затем попадают в макулатуру. Расход бумаги снизился примерно на 12%, а за счет повторной переработки 132 934 кг бумаги было сохранено 2278 деревьев. На будущее компания ставит перед собой еще одну задачу: полная переработка всей бумаги, закупаемой всеми офисами PwC в России.

поддерживаемых компанией глобально: доступ к образованию, правосудию и финансированию.

■ **Александра Робул:** С КСО напрямую связана сама идея добровольчества, так как сотрудники входят в круг стейкхолдеров компании, и их лояльность немаловажна.

■ **Юлия Федотова:** В TRANSEARCH International Россия есть определенные традиции, которые исходят от руководства компании. Например, ежегодно мы передаем бюджет новогодних подарков в благотворительную организацию, а друзьям и клиентам заказываем открытки ручной работы с благодарностью за понимание. Также перед новогодними праздниками собираем подарки к елкам в детские дома или больницы.

■ **Вера Шейнина:** Специальной стратегии по КВ в России нет. Это объясняется тем, что офис небольшой, но все акции, которые проводятся, тесно связаны со стратегией КСО и с благотворительной программой компании.

Как давно эта практика существует в компании, и какие формы волонтерства используются?

■ **Татьяна Авраменко:** Наша организация довольно большая, в России более 3000 сотрудников, и большинство активно вовлечено в волонтерские программы, поэтому мы используем как традиционное

Нестле Россия



15 мая 2011 г. волонтеры компании «Нестле Россия» провели ежегодную экологическую акцию «Операция Чистый Берег». Акция была реализована совместно с общественным движением «Мусора. Больше. Нет» и прошла в рамках все-российского проекта «500 уборок в один день».

В этом году волонтеры провели генеральную уборку Мневниковской поймы природно-исторического парка «Москворецкий», расположенного на Северо-Западе Москвы. За 4 часа акции 60 волонтеров компании и движения «Мусора. Больше. Нет» подготовили парк к летнему сезону, собрав более 228 мешков мусора: 110 мешков смешанного и 118 отсортированного (62 мешка со стеклом, 39 – с пластиком, 17 – с алюминием), а также 80 автомобильных шин. После окончания уборки участники акции установили в парке специально подготовленные таблички с напоминаниями посетителям о необходимости соблюдать чистоту.

В 2010 году волонтеры «Нестле» очистили Путевские пруды, расположенные в парке культуры и отдыха «Сокольники», собрав 87 мешков мусора. «Нестле Россия» планирует продолжать проведение акции «Операция Чистый Берег», с каж-

добровольчество, так и про боно, и традиционное волонтерство + грантовая программа.

■ **Дмитрий Агишев:** Практика существует со дня основания ООО «Дойче Банк» в 1998 г. Добровольчество существует в следующих формах:

- ♦ Передача управленческих навыков, экспертизы и опыта сотрудникам партнеров по проектам, например, сотрудникам институтов микрофинансирования (через которые Дойче Банк распределяет микрокредиты предпринимателями в развивающихся регионах. Микрокредитование в свою очередь входит в направление «социальные инвестиции» нашей КСО).
- ♦ Поддержка, передача опыта и профессиональное менторство, например, передача опыта сверстникам, консультации по финансовой грамотности.
- ♦ Практическое добровольчество в благотворительных и общественных организациях. Для этого разработаны специальные программы: «Инициатива Плюс», «Социальный день», «Социальный вызов».

■ **Полина Власова:** В мире программа была анонсирована в 1996 г. Она предоставляет каждому сотруднику Intel возможность помочь сообществу, в котором он живет и работает. В России программа реализуется с 2004 г. Первый в российской истории Intel Involved проект был реализован в Нижнем Новгороде. Постепенно все города присутствия Intel в России стали присоединяться к данной инициативе, и в 2007 г. более 400 российских сотрудников Intel из всех пяти городов страны, где существуют офисы компании, стали добровольцами в рамках инициативы Intel Involved, приняв участие в ее проектах. С тех пор в каждом городе данная инициатива приобрела множество сторонников и организаторов, которые постоянно активно развивают эту программу.

Что касается форм волонтерства, то в основном программа сосредоточена вокруг использования профессиональных навыков сотрудников в области информационных технологий, естественных наук и безопасности жизнедеятельности. Сотрудники Intel проводят классы компьютерной

дым годом увеличивая ее масштаб и привлекая все больше сторонников.

Марина Асадчева, координатор проекта «500 уборок в один день» в Москве: «Мы благодарны компании «Нестле Россия» за поддержку проекта «500 уборок в один день». Компания стала одним из самых активных партнеров проекта со стороны бизнеса: обеспечила своей продукцией волонтеров всех акций в Москве и Московской области и приняла участие в масштабной акции по уборке Мневниковской поймы».



грамотности для детей-сирот, организуют детские экскурсии в музеи, помогают наладить эффективное использование Интернета в образовательных целях, повышают знания подростков в области эргономики. Каждый сотрудник Intel понимает, что его личные навыки и умения, которые для него являются чем-то обычным и постоянным, могут быть полезны тому обществу, где он проживает, и они помогают ему улучшить жизнь местного сообщества.

■ **Галина Григорьева:** Волонтерство плюс финансовое участие компании – в этом заключаются наши корпоративные программы.

■ **Екатерина Глухова:** Концепция Благотворительной политики и социальных инвестиций существует в компании с 2009 г. и будет пересмотрена в конце 2011 г. На сегодняшний момент КВ компании Holcim в России носит характер традиционного добровольчества (сбор денежных пожертвований, вещей и детских игрушек для домов сирот, добровольное донорство, ремонт в подшефных школах).

■ **Светлана Данилейко:** Как правило, каждый из магазинов Леруа Мерлен курирует на постоянной основе, по меньшей мере, один детский дом или реабилитационный центр. Разработана четкая программа помощи: организация праздников, спортивных мероприятий, веселых субботников в городе с подопечными, обеспечение необходимыми в повседнев-

ной жизни вещами, посадка сада, серьезные ремонтные работы по обновлению помещений. 100% этих мероприятий организовано и проведено нашими сотрудниками. В проведении ремонтных работ всегда участвуют наши сотрудники, иногда привлекаются наши поставщики, но мы также задействуем и самих подростков, которые в процессе таких мастер-классов приобретают навыки мастерства по ремонту и обустройству дома. Эти мастер-классы помогают поддержать и направить сознание детей, лишенных родительского тепла, на поддержание уюта в их будущих семьях, в их взрослой жизни. А может быть и заинтересовать новым делом, помочь выбрать профессию.



Так, в течение последнего года, многие магазины Леруа Мерлен открыли свои двери программе PROект PRO «Профориентация для подростков из детских домов». (Подробнее о программе на стр. 25)

Многие магазины параллельно сотрудничают с местными благотворительными организациями, а также муниципальными и региональными администрациями, реализуя с ними масштабные проекты по ремонту или обустройству квартир для

ГК «Новард»

Три года назад желание помогать другим – причем не только деньгами, а еще и своим опытом, теплотой, заботой – способствовало созданию волонтерского движения сотрудников холдинга «Новард», которое было поддержано руководством и переведено на общекорпоративный уровень. Первые активисты предложили провести в холдинге необычную новогоднюю акцию «Стань Дедом Морозом». Ее суть заключалась в возможности каждому сотруднику лично купить подарок конкретному малышу из кураторского детского дома: ребяташки Новоуровского детского дома писали письма Деду Морозу, рассказывали о себе, своих увлечениях и мечтах. Все послания разместили на новогодние елки в офисах, сотрудники буквально за день разобрали их, купили ребятам подарки, написали теплые письма. Группа активистов отправилась в детский дом, чтобы вручить подарки, поздравить детей лично и провести для них праздник.

На тот момент сложно было оценить отношение всех людей к новой благотворительной инициативе, поэтому акцию решили проводить только в двух дочерних компаниях «Новарда». Но как только на Интранет-портале появился фотоотчет о прошедшем событии, сотрудники других компаний предложили организовать такую же акцию в своих офисах. На следующий год новогодние елки с детскими посланиями были установлены в трех офисах, а в этом году участниками акции стали сотрудники всех компаний холдинга. Число подшефных учреждений тоже выросло – теперь их три.

С сентября 2010 г. волонтеры «Новарда» каждый месяц совершают поездки в свои подшефные учреждения, общаются с детьми. В декабре состоялась очередная акция «Стань Дедом Морозом!». В январе волонтеры «Новард» провели для детишек из Головеньковского детского дома новогодние утренники, а в феврале в Желбино организовали мастер-класс по профессиональной ориентации для детей старшего школьного возраста.

Сейчас «Новард» расширяет волонтерское движение и вовлекает в социальные акции не только сотрудников корпорации и членов их семей, но и своих клиентов – жителей миниполисов, которые развивает компания «Сити – XXI век», покупательница обувной сети «ЭКОНИКА». Совместные усилия планируются, по-прежнему, сосредоточить на реализации и совершенствовании программы по профессиональной ориентации, социальной адаптации и трудоустройству детей, их духовно-нравственному воспитанию.



ветеранов войны (Новосибирск) или для малоимущих и многодетных семей, семей с детьми-инвалидами (Краснодар).

Дополнительно всегда имеют место небольшие точечные волонтерские акции в рамках нашей КСО-политики. Следующим этапом в ее развитии может однажды стать создание федерального фонда для проведения акций федерального масштаба.

■ **Елена Журавлева:** Программа «Путешествие в страну «Трансаэро» существует в компании более 3 лет и включает в себя все формы корпоративного волонтерства: 1) традиционное волонтерство – акции сотрудников для детей-инвалидов, перенесших онкологические заболевания, традиционные субботники, работа по социальной интеграции детей-сирот и др; 2) про-боно: сотрудники «Трансаэро» оказывают профессиональные услуги некоммерческим организациям (PR, стратегия, бухгалтерия и др); 3) в 2011 г. впервые начнет свою работу и грантовая программа для сотрудников-волонтеров. Ко всему прочему, в авиакомпании реализуется программа частных пожертвований сотрудников компании, доброй традицией стали донорские акции. Т. е. любой сотрудник может выбрать форму волонтерства, более всего подходящую для него: групповую или индивидуальную.

■ **Сергей Деменский:** Традиционные формы волонтерства существуют в компании с момента ее основания. Сегодня приоритетными направлениями являются социокультурные инициативы. Так, регулярно сотрудники предприятия в качестве волонтеров принимают участие в археологических раскопках памятника культурного наследия «Стоянка Омская». Кроме того, сотрудники на добровольной основе ведут кружки радиомоделирования и специальную программу для воспитанников детских домов по начальной технической грамотности. В 2011 г. специалисты Радиозавода на добровольной основе и по собственной инициативе переоборудовали пожарно-техническую выставку Центра противопожарной пропаганды и



Московский банк реконструкции и развития

25 мая 2011 г. МБРР впервые участвовал в межрегиональной благотворительной акции «К цветку цветок – к сердцу сердце» в московском социальном приюте для детей и подростков «Солнцего».

Сотрудники СБОРА и волонтеры из различных организаций, в том числе и из МБРР, вместе с воспитанниками приюта высадили на клумбы садовые цветы. Банк в этой волонтерской акции принял участие впервые, но планирует сделать ее своей традицией.

общественных связей Главного управления МЧС России по Омской области. Было проведено переоснащение программного обеспечения, модернизированы историческая диорама и ситуационные модели чрезвычайных ситуаций на территории Омска. Выставка является единственной в Омской области технической и информационной базой по подготовке и обучению студентов, школьников, руководителей и работников предприятий.

■ **Светлана Заславская:** На протяжении всего срока осуществления проектов присутствие корпорации «Эксон Мобил» в той или иной стране обеспечивает такому государству дополнительный доход, создание рабочих мест, а также помощь в осуществлении социальных программ. В России компания начала свою деятельность в 1993 г. Все эти годы компания инвестировала в социальное развитие и поддерживала корпоративное добровольчество.

Формы участия наших сотрудников разнообразны: финансовая поддержка, адресная помощь, непосредственное участие волонтеров в одной из специально разработанных корпорацией программ.

Примерами корпоративного волонтерства «Эксон Мобил» могут быть следующие акции: участие в акциях по сдаче донорской крови, сбор денежных средств на подарки для детских домов, организация субботников по очистке территории от снега и мусора, проведение внеклассных уроков в школах, участие в региональных конкурсах по английскому языку и научно-техническому творчеству.

Волонтеры компании «Эксон Нефтегаз Лимитед», являющейся дочерним предприятием корпорации «Эксон Мобил», организуют мероприятия по очистке пляжей Анивского залива и Охотского моря от бытового мусора. В результате многие километры береговой линии были очищены от загрязнений и оснащены плакатами с обращением к отдыхающим: «Сохраняйте чистоту и порядок». Ребята из подшефного детского дома участвуют в этих акциях наравне со взрослыми, приобщаясь к экологической культуре. Сотрудники «Эксон Нефтегаз Лимитед», работающие на терминале в п. Де-Кастри Хабаровского края, регулярно организуют благотворительные аукционы среди своих коллег. Средства, пожертвованные сотрудниками, расходуются на приобретение мебели, спортивного инвентаря, подарков для детского приюта. Добровольцы принимают участие в ремонте местной школы, приводят в порядок уличные спортивные сооружения поселка, а также организуют экскурсии по терминалу для местных жителей.

Сотрудники московского филиала «ЭксонМобил», их родственники и друзья несколько раз в год принимают участие в добровольческих инициативах, организуемых в рамках глобальной корпоративной программы

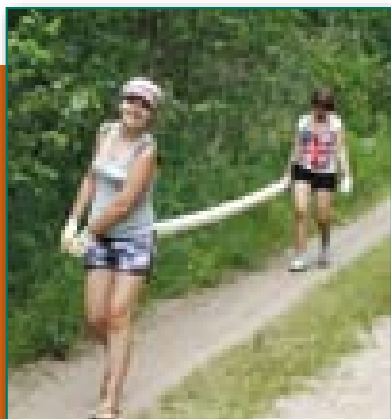
«День Заботы». Например, волонтеры и их близкие регулярно посещают территориальные центры фонда «Надежда», расположенные во Владимире и Рязани, собирая для ребят – выпускников детских домов – необходимые для жизни вещи: домашнюю утварь, игрушки, книги и одежду. Добровольцы всегда готовы помочь некоммерческой организации «Надежда» с ремонтом и обустройством прилегающей к помещению фонда территории, а также пообщаться с его подопечными.

Сотрудники московского офиса и выпускники детских домов давно уже стали друзьями и всегда рады новым встречам, где могут обсудить проблемы и планы на будущее.

■ **Татьяна Задирако:** «Чистить и красить» – это самая распространенная на сегодняшний день форма волонтерства. Везде. Не только в России.

Тенденция оказания профессиональных услуг НКО (pro bono) сейчас на взлете. Достаточно упомянуть совместный проект, который проводит уже третий год наш фонд совместно с организацией «Право общественных интересов» при поддержке компании «Клиффорд Чанс» – 16 круглых столов за год в Москве и Санкт-Петербурге, 150 НКО-участников, 20 российских и международных юридических компаний и огромный интерес в среде как НКО, так и юристов.

Что до комбинации: волонтерство + грантовая программа, то это сочетание характеризует в первую очередь деятельность самых профессиональных в бизнес-среде компаний – самых крупных, самых известных,



KPMG

22-23 июля волонтеры КРМГ отправились в двухдневный волонтерский визит на Валдай в Летний интегративный лагерь «Центра лечебной педагогики» (ЦЛП) – постоянного некоммерческого партнера компании. В компании создан Комитет по КСО и устойчивому развитию, координирующий различные программы, поддержку некоммерческих и благотворительных организаций, в рамках которого и был реализован проект.

Целью визита стало строительство деревянного забора вокруг территории лагеря (3 га), в котором отдыхают дети и молодые взрослые с

нарушениями развития. За два дня интенсивной работы волонтерам удалось построить забор протяженностью 1 км. Все работы, начиная от бурения скважин для опорных столбов и заканчивая креплением слег, были сделаны руками волонтеров.

Помимо строительства волонтеры также приняли участие в мозговом штурме по новому проекту ЦЛП – созданию социальной деревни («Данилково») – комплекса для проживания подростков и молодых людей с особенностями развития. Такие центры, где взрослые с нарушениями развития живут и работают самостоятельно при поддержке

самых финансово успешных на рынке. Для того чтобы дойти до этого понимания (деньги плюс время и профессиональные знания), компании нужно в целом пройти длинный путь развития, который включает в себя и более высокий уровень понимания, зачем и как компании нужно заниматься благотворительностью.

■ **Джамия Захарова:** Совсем недавно в форме консультирования по бухгалтерскому учету и налогообложению.

■ **Ирина Зуева:** Первые активисты предложили провести в холдинге необычную новогоднюю акцию «Стань Дедом Морозом». Ее суть заключалась в возможности каждому сотруднику лично купить подарок конкретному малышу из курируемого детского дома: ребяташки Новогуровского детского дома писали письма Деду Морозу, рассказывали о себе, своих увлечениях и мечтах. Все послания разместили на новогодние елки в офисах, сотрудники буквально за день разобрали их, купили ребятам подарки, написали теплые письма. Группа активистов отправилась в детский дом, чтобы вручить подарки, поздравить детей лично и провести для них праздник.

На тот момент сложно было оценить отношение всех людей к новой благотворительной инициативе, поэтому акцию решили проводить только в двух дочерних компаниях «Новарда». Но как только на интранет-портале появился фотоотчет о прошедшем событии, сотрудники других компаний предложили организовать такую же акцию в своих офисах. На следующий год новогодние елки с детскими посланиями были установлены в трех

специалистов, за рубежом являются обычной практикой, однако, в России нет ни одного. Волонтеры поделились своими идеями по поводу сбора средств на данный проект, а также его продвижения в публичных медиа.

Лагерь ЦАП — это уникальный для России проект, организованный в формате палаточного кемпинга. Он помогает особому ребенку сделать еще один шаг навстречу социуму и миру. Сюда приезжают семьи особых детей, подростки и молодые люди с инвалидностью, тяжелыми и множественными нарушениями развития. Многие из них лишены возможности из-за своих диагнозов попасть в санатории, дома отдыха по социальным путевкам вместе с родителями. Ребята совмещают отдых на природе с развивающими занятиями и общением со сверстниками, а их родители получают необходимую поддержку.

Лагерь существует на благотворительные пожертвования. Ежегодно более 300 детей со всех регионов России отдыхают в нем.

Это был первый опыт «выездного» волонтерства в КПМГ. Проект стал не только эффективным средством оказания помощи некоммерческому партнеру компании, но и уникальным волонтерским опытом и возможностью лучше познакомиться с тематикой конкретного НКО.



офисах, а в этом году участниками акции стали сотрудники всех компаний холдинга. Число подшефных учреждений тоже выросло – теперь их три.

С сентября 2010 г. волонтеры «Новарда» каждый месяц совершают поездки в курируемые учреждения, общаются с детьми. В декабре была проведена акция «Стань Дедом Морозом!», в январе для детей из Головеньковского детского дома провели новогодние утренники, а в феврале в Желыбино провели мастер-класс по профессиональной ориентации для детей старшего школьного возраста. В марте волонтеры вновь ездили к своим подопечным в Головеньковский детский дом, а в летние месяцы запланировано по 2-3 поездки ежемесячно.

С конца 2010 г. было организовано 7 поездок в подшефные учреждения, 1 благотворительная акция к 9 мая с фондом героев СССР ВОВ «Звезда», в них приняло участие более 150 детей из подшефных учреждений, помощь получили порядка 100 ветеранов.

■ **Екатерина Левшина:** Волонтерская практика существует у нас почти 6 лет; параллельно с запуском программы пожертвований «Им нужна Ваша помощь» мы с фондом CAF (администратором программы) прорабатывали возможность проведения волонтерских акций для НКО – участников программы. Это было даже одним из критериев при отборе НКО.

У нас есть и традиционная волонтерская программа – для благотворительного фонда помощи престарелым «Доброе дело». **Сотрудники компании несколько раз в год навещают пожилых людей – подопечных фонда; доставляют им гуманитарную помощь, а главное – дарят свое время и участие.**

Один из наиболее ярких проектов pro bono был реализован для Центра лечебной педагогики. Центру исполнялось 20 лет, и лучшие PR и маркетинг-менеджеры, редакторы и переводчики приняли участие в подготовке праздничного вечера и презентационных материалов (годовой отчет, буклеты, ролик и т. д.) для этой организации.

■ **Анна Лыгина:** Программа реализуется с 2003 г. Изначально она рассматривалась как конкурсная программа выделения грантов для поддержки волонтерской деятельности сотрудников. В 2008 г. Программа была реструктуризирована, изменены условия участия в ней, а также условия предоставления финансирования со стороны компании. В обновленном виде Программа подразумевала участие сотрудников в инициации проекта, участие в качестве волонтера, финансовое участие, а также привлечение коллег к благотворительной инициативе. В 2011 г. Программа расширяет свои границы, волонтерство становится ключевым ее элементом. При реализации используются различные механизмы – традиционное добровольчество, в том числе и возможность для сотрудников



Леруа Мерлен и PROekt PRO

Социальная ответственность в Леруа Мерлен – выбранная и осознанная часть стратегии развития компании. Каждый из 18 магазинов сети организует благотворительные акции, помогая развиваться своему городу и региону.

В рамках политики корпоративной социальной ответственности (КСО) Леруа Мерлен плодотворно сотрудничает с PROekt PRO, ведущей российской профориентационной компанией для подростков.

В 2010 г., магазины Леруа Мерлен в Москве (Сокольники) и Московской области (Мытищи, Красногорск, Химки) вместе с PROekt PRO запустили программу «Пропуск в профессию» для подростков из детских домов.

Волонтеры Леруа Мерлен подготовили увлекательную обзорную экскурсию по отделам магазина, включая беседу с подростками о профессиях, существующих в ретейле, и в частности, в секторе DIY. Особенно интересными для ребят были мастер-классы, где они смогли попробовать себя в ремонтных и дизайнерских работах. Самые активные получили солидный набор инструментов для всего детского дома с напутствием «начать ремонтные тренировки уже завтра».

Эти мастер-классы помогают поддержать и направить сознание подростков, лишенных родительского тепла, на поддержание уюта в их будущих семьях, в их взрослой жизни. А может быть и заинтересовать новым делом, помочь выбрать профессию.

Успешный опыт работы с компанией PROekt PRO открыл перспективы развития программы профориентации подростков и в регионах. Региональные магазины Леруа Мерлен также стали проводить у себя мастер-классы и экскурсии для воспитанников детских домов.

Вовлеченность сотрудников компании в социально важные проекты, а также сотрудничество со всеми заинтересованными сторонами в каждом городе присутствия – это воплощение в жизнь выбранной стратегии Леруа Мерлен «быть незаменимым магазином в социальной и экономической жизни своего города».



участия в крупномасштабных акциях как экологической, так и социальной направленности, организованных компанией; финансовая поддержка благотворительных инициатив сотрудников на условиях софинансирования. В перспективе развитие pro bono услуг, когда сотрудники применяют свои профессиональные знания и навыки.

■ **Анастасия Максимова:** Первая акция в рамках «Поможем Вместе» была запущена в 2007 г., когда Райффайзенбанк принял решение перевести все свои социальные и благотворительные инициативы на постоянную основу.

■ **Анна Машнинова:** Практика волонтерства зародилась в российском подразделении в начале 2009 г. Мы, как и многие компании, начали с довольно популярного вида добровольчества – помощи детям-сиротам. Благотворительный совет, в состав которого вошли рядовые сотрудники,

на первой же встрече решил, что в своей деятельности мы будем делать акцент не на материальной помощи, а на обучении и развитии, что соответствовало одному из направлений КСО GoTeach. Спустя год сотрудники, пожелав оказывать большее влияние на будущее детей, создали волонтерский образовательный проект, в рамках которого до сих пор еженедельно проходят занятия в детской больнице.

Волонтерские программы в рамках направлений GoHelp и GoGreen начались относительно недавно. В сентябре 2011 г. в третий раз в нашей компании будет проходить День донора (в рамках программы GoHelp).

Группа компаний Deutsche Post DHL (владеет 100% акций компании DHL Express) поставила перед собой цель сократить выбросы углекислого газа в атмосферу на 30% к 2020 г. по сравнению с уровнем 2007 г. Поэтому в рамках корпоративной программы защиты климата GoGreen мы поддерживаем проект Гринпис «Возродим наш лес». Ведь именно лес способен поглощать углекислый газ и выделять кислород, чтобы жизнь на нашей планете продолжалась. Вот уже второй год наши сотрудники с удовольствием участвуют в сборе желудей, посадках деревьев и создают на своих дачах лесные мини-питомники.

■ **Сергей Носков:** Приоритетные направления корпоративного волонтерского движения мы определили по результатам опроса, выявившего пожелания и предпочтения сотрудников банка. Таковыми являются: поддержка незащищенных слоев населения (воспитанников детских домов, инвалидов, пенсионеров и т. д.), оказание помощи жертвам катастроф и военных конфликтов, защита исторического и культурного наследия, окружающей среды, деятельность в сфере образования, науки и пр. Кроме того, волонтерская деятельность включает в себя и оказание помощи сотрудникам Внешэкономбанка, попавшим в трудную ситуацию.

Способы оказания волонтерской помощи определяются исходя из специфики каждого волонтерского проекта и могут включать в себя как традиционные формы – сбор добровольных пожертвований, донорство крови, помощь детям-сиротам и другое, так и экспертное участие в учебных и консультационных мероприятиях.

■ **Ирина Платонова:** До этого года мы в основном вовлекали сотрудников и дистрибьюторов в добровольческие акции, направленные на помощь детям: это и совместные мероприятия с детьми в детских домах, и уборка территорий, ремонт зданий, покупка необходимого оборудования для детских домов и лечебных учреждений.

В этом году по примеру наших американских и европейских коллег мы начали активно вовлекать сотрудников и дистрибьюторов в экологические проекты. Как оказалось, многие люди гораздо увереннее себя чувствуют

в качестве добровольцев, например, убирая мусор в парках и на пляже, чем общаясь с детьми в детских домах, что и понятно. В этом году мы присоединились к акции «500 уборок мусора в один день», кинув клич в 10 городах, где есть торговые центры «Амвэй». На уборки вышли около 480 сотрудников и дистрибьюторов, которые собрали 2 260 мешков мусора. Очень важно дать людям выбор – помогать детям, старикам, бездомным животным или убирать мусор.

■ **Ольга Прохода:** Практика КВ начала развиваться особенно сильно в период кризиса 2008 г., хотя бюджет на пожертвования в компании в период кризиса не был сокращен. Это традиционные акции волонтерства – помощь детям, экологические программы и т. п. Гранты компания «Нестле» не дает.

■ **Татьяна Песоцкая:** Традиционное добровольчество, про боно и традиционное волонтерство + грантовая программа.

■ **Александра Робул:** У нас бывают разовые акции по сбору средств или помощи «подшефным» учреждениям по хозяйственной части или посредством сбора игрушек, предметов первой необходимости.

■ **Роман Склоцкий:** Пока большинство компаний все-таки ориентируются на традиционное добровольчество. Про боно услуги актуальны, пожалуй, только для юридических контор. Все наши попытки найти партнеров в сфере IT, финансов, маркетинга до сих пор не были успешны. Это огромное пространство для развития сферы про боно услуг, которое постепенно и неизбежно будет заполняться. Например, за последнее время нам удалось привлечь партнеров из PR-индустрии, которые профессионально помогают нам в разработке наших PR- и медиа-стратегий и планов.

■ **Юлия Федотова:** В силу специализации нам трудно заниматься волонтерством на уровне про боно – ведь мы организуем подбор топ-менеджеров и директоров в крупные компании, проводим тренинги для управленцев. Тем не менее, мы стараемся скорее принимать участие в волонтерских проектах, нежели переводить сумму на счет. Осенью 2010 г., например, наш сотрудник перевел на русский язык несколько статей для Greenpeace.

■ **Владимир Хромов:** Наша программа будет включать несколько крупных направлений, по которым компания может выстраивать свой корпоративный волонтерский проект. Смысл нашего участия – консультационная и организационная поддержка, расширение контактов компании с наиболее авторитетными в своей сфере НКО.

■ **Вера Шейнина:** Волонтерские проекты осуществляются Шевроном в России с 2006 г. Первый проект был инициирован на корпоративном уровне и проходил в рамках Недели Заботы, которую Шеврон проводил

одновременно во всем мире. В России Шелврон реализует волонтерские проекты в форме традиционного добровольчества.

Как проходит привлечение сотрудников? Как часто проходят мероприятия по КВ? Кто их курирует?

■ **Татьяна Авраменко:** Мероприятия проходят довольно часто, минимум раз в месяц. Информирование сотрудников о запланированных акциях идет по всеобщей электронной рассылке. Также у нас есть отдельная страница на внутреннем сайте, где мы размещаем не только приглашение к участию, но и отчеты с фотографиями о прошедших мероприятиях.

■ **Дмитрий Агншев:** Курирует КВ департамент связей с общественностью, корпоративных отношений и маркетинга. Сотрудники чаще всего привлекаются сами, так как в большинстве программ КВ инициатива исходит от самих сотрудников. Банк дает поддержку и обеспечивает платформу.

■ **Полина Власова:** В корпорации Intel официально ответственность за проведение и организацию регулярно проводимых мероприятий по волонтерству лежит на департаменте по внешним связям. Регулярность проводимых мероприятий различается по городам и зависит от времени года. Обычно мы стараемся проводить хотя бы по одному мероприятию в квартал в каждом городе. Получается иногда и больше, но это зависит от сотрудников и их желания.

Как привлекаем сотрудников? Люди сами заинтересованы и с радостью участвуют в таких начинаниях. Каждый третий сотрудник Intel является или являлся добровольцем, на мой взгляд, эта статистика очень радостная. Или вот в 2010 г. в мероприятиях по программе корпоративного волонтерства Intel Involved в России приняли участие 43% всех сотрудников российского подразделения компании. Сотрудники Intel в России потратили около 3 500 часов, помогая местным сообществам. А это действительно огромный и весомый вклад в развитие местных сообществ.

■ **Галина Григорьева:** Мероприятия проходят круглый год и во многом зависят от инициативы самих сотрудников. В то же время, у компании есть особый период, когда все предприятия проводят Месяц служения обществу, и волонтерская работа проходит в самом активном режиме.

■ **Екатерина Глухова:** Привлечение сотрудников, как правило, проходит при помощи инструментов внутренней коммуникации (корпоративного заводского телевидения, электронной новостной рассылки, корпоративного журнала). Акции КВ проводятся Департаментом по связям с общественностью.

■ **Светлана Данилейко:** Мероприятия по корпоративному волонтерству проходят круглый год. В каждом магазине эти мероприятия курирует комитет социального диалога, в центральном офисе – отдел по связям с общественностью. Разработка, внедрение и управление политикой КСО доверены человеку, отвечающему за связи с общественностью и государственными органами.

■ **Елена Журавлева:** Коммуникации с волонтерами осуществляются несколькими способами: блог для сотрудников волонтеров, раздел на внутрикорпоративном сайте и в корпоративном журнале, специальные рассылки, баннерная реклама в офисах компании, встречи «Клуба волонтеров» и т. п.

Отделом социальных программ составляется расписание мероприятий на квартал, чтобы сотрудники-волонтеры могли планировать свое личное время. Волонтерские мероприятия проводятся не реже 2 раз в месяц.

■ **Сергей Деменский:** Инициатива часто исходит от самих сотрудников. Предприятие для оповещения использует не только традиционные корпоративные информационные каналы: корпоративную газету и радио, но и популярные социальные сети, в которых открыты аккаунты предприятия. Проекты корпоративного волонтерства курирует служба по связям с общественностью предприятия.

■ **Светлана Заславская:** В 2008 г. в компании «Эксон Нефтегаз Лимитед» был создан волонтерский комитет, который координирует работу волонтеров на Сахалине. В московском офисе также существует активная группа волонтеров, которые регулярно участвуют в организуемых мероприятиях по корпоративному добровольчеству.

Благодаря просветительской деятельности участников волонтерского движения в рядах добровольцев становится все больше сотрудников компании. Важно отметить, что в волонтерские инициативы вовлечены не только работники всех подразделений компании, но и члены их семей. К примеру, во многих корпоративных волонтерских акциях – «Днях заботы» – принимают активное участие дети сотрудников компании, которые вносят свою лепту в помощь нуждающимся.

■ **Татьяна Задирако:** Если это делать правильно и с расчетом на долгосрочную перспективу, то существуют уже отработанные методики по подготовке, запуску программ по КВ, подведению итогов, поддержанию интереса сотрудников в течение года. Это то, что называется know how каждого конкретного фонда, который поставляет на рынок услугу, именуемую «организация программ по КВ». За этот качественный продукт бизнес и платит деньги НКО.

■ **Джамия Захарова:** Стараемся проводить мероприятия систематически, сотрудники понимают необходимость такой работы, так что особо уговаривать никого не приходится.

■ **Ирина Зуева:** Через свое участие в волонтерской работе сотрудники помогают социализации детей из групп риска – их адаптации в обычной жизни и интеграции в общество. Тем самым они вносят свой вклад в реализацию одного из ключевых направлений социальной политики «Норварда». Цель этого направления – всестороннее развитие и поддержка детей, подготовка ребят группы риска к самостоятельной жизни в обществе, помощь в их профессиональном самоопределении, содействие устройству детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в семьи, развитие и внедрение эффективных методов благотворительной деятельности.

Сотрудники, ставшие волонтерами, сами решили привлечь к социально полезным акциям свои семьи, клиентов и партнеров дочерних компаний. В результате растет число участников акций, весомее и ощутимее становятся результаты помощи.

■ **Екатерина Левшина:** Корпоративное волонтерство курирует Отдел благотворительных программ Sanoma Independent Media. Программа помощи пожилым действует постоянно; сами акции – походы к одиноким старикам – мы организуем 4–5 раз в год, но, что ценно, многие волонтеры компании сами, помимо акций, постоянно навещают своих подопечных, звонят им, приходят и помогают.

■ **Анна Лыгина:** Деятельность по развитию корпоративного добровольчества среди сотрудников компании координирует группа социальных инвестиций управления по связям с общественностью. Анонсирование акций и проектов происходит через различные каналы внутрикорпоративной коммуникации. Это экраны и анонсы на информационных досках, которые размещены во всех офисных зданиях. Проводятся информационные сессии для сотрудников. Информация публикуется в корпоративной газете «Вести». Следует отметить необходимость личного общения. При этом важную роль в информировании и привлечении сотрудников играют они сами, в частности наиболее активные добровольцы, которые входят в неформальный Клуб волонтеров. Крупномасштабные волонтерские акции проходят 3–4 раза в год. Традиционной акцией является организация зимнего праздника для детей из социальных приютов.

■ **Анастасия Максимова:** Сотрудники информируются о благотворительных акциях банка и фондов-партнеров, прежде всего, через анонсы на внутреннем сайте, а также на страницах внутрикорпоративного журнала. Курирует подобные мероприятия отдел по связям с общественностью.

■ **Анна Машнинова:** За корпоративное волонтерство и социальную ответственность в нашей компании отвечает специалист по внутренним коммуникациям.

В рамках направления GoTeach: праздники для детей – 1 раз в месяц, занятия с детьми – 1 раз в неделю. В рамках направления GoGreen: посадка деревьев, сбор желудей, создание лесных питомников – 2 раза в год. В рамках направления GoHelp: донорство крови – 2 раза в год.

■ **Сергей Носков:** Обычно у нас реализуется порядка 10-15 волонтерских проектов в год. Организационные и координационные функции осуществляются сотрудниками, ответственными за развитие системы КСО. Эти функции закреплены за кадровым департаментом. Инициатором волонтерского проекта может быть любой сотрудник.

Механизм реализации следующий. Инициатор акции направляет куратору волонтерских проектов свое предложение. Далее информация оперативно раз-



Авиакомпания «Трансаэро»

Волонтерская «Страна Трансаэро» вновь распахнула двери для детей, перенесших онкологические заболевания. По доброй традиции пилоты, бортпроводники и сотрудники наземных служб компании провели встречу с ребятами и их родителями в реабилитационном лагере, расположенном в Калужской области. «Трансаэро» на протяжении нескольких лет участвует в организации этого лагеря в рамках социальной программы «Назад в будущее».

На этот раз дети отправились в волшебное путешествие по азиатским странам. Они стали участниками веселых викторин и танцевальных конкурсов. Волонтеры «Трансаэро» провели для детей мастер-классы по созданию традиционных азиатских костюмов и занятия по йоге. Творческая атмосфера объединила ребят в театральные представления.

Кульминацией праздника, длившегося целый день, стал большой вечерний концерт индийских танцев и красочный фейерверк. Все дети получили подарки от авиакомпании. В мероприятиях самое активное участие принимают не только сами волонтеры «Трансаэро», но и члены их семей.

Авиакомпания уже несколько лет реализует комплексную программу содействия детям, страдающим онкологическими заболеваниями.

Она включает в себя перевозки детей на лечение и реабилитационный проект «Назад в будущее». На лечение было перевезено более 600 маленьких пациентов, а реабилитацию прошли уже более 550 детей.



мещается на внутреннем интранет-портале, она содержит подробное описание проекта с указанием конкретного благополучателя, сроки начала и окончания проекта, контактную информацию. Работники, пожелавшие принять участие в волонтерском проекте, сообщают о своем решении и получают от ответственного сотрудника консультации по дальнейшим действиям. После окончания проекта обязательно публикуется отчет о проделанной работе с фотографиями и комментариями участников.

■ **Ирина Платонова:** «Амвэй» реализует крупномасштабные проекты КСО по всей России. В городе, где реализуется благотворительный проект, сотрудникам и дистрибьюторам (как правило, высокого уровня) высылаются приглашение принять участие в проекте и информация о том, как и чем они могут помочь. Мы поощряем участников тем, что размещаем информацию о них и их добрых делах с фотографиями на корпоративных ресурсах. Курируют КВ, как правило, либо сами сотрудники и дистрибьюторы, либо партнер проекта НКО.

■ **Ольга Прохода:** Курирую процесс КВ я, менеджер по КСО ООО «Нестле Россия». Рассылаются приглашения принять участие в той или иной акции, и народ отзывается. 10–15 человек могут поехать в детский дом в Людиново, что в 300 км от Москвы. Приблизительно 200 человек участвуют в программе «Елка ангелов», которую мы делаем совместно с Армией спасения: сотрудники покупают новогодние подарки для детей сирот и инвалидов.

■ **Татьяна Песоцкая:** За все программы отвечает КСО-менеджер. Привлечение происходит посредством внутренних ресурсов.

■ **Александра Робул:** Курирует мероприятия координатор по КСО. Проходят мероприятия нечасто. Сотрудники привлекаются по каналам внутренних коммуникаций (рассылка, корпоративное издание, анонсы на внутреннем портале и информационных досках).

■ **Роман Склоцкий:** Как правило, по вопросам привлечения волонтеров мы контактируем с менеджером по социальной ответственности, а если такой позиции нет, то с руководителем по связям с общественностью, либо с HR-директором. В качестве инструментов для привлечения волонтеров активно практикуются живые презентации, рассылки, новости в корпоративных изданиях. В компании «Трансаэро», например, регулярно проходят встречи Клуба волонтеров.

■ **Юлия Федотова:** За благотворительные проекты в TRANSEARCH International отвечает отдел по связям с общественностью и внутренними коммуникациями.

■ **Вера Шейнина:** Все акции инициируются и курируются мной при под-

держке президента Шеврона в России. Сотрудники участвуют исключительно на добровольной основе. Различные проекты осуществляются 3-4 раза в год.

Считаете ли Вы рабочее время? Предоставляются ли выходные дни сотрудникам или иные поощрения?

■ **Татьяна Авраменко:** Мы стараемся подсчитывать часы, которые наши сотрудники тратят на волонтерство. Специальная система учета была создана на глобальном внутреннем сайте, посвященном волонтерству. Кроме того, компания предоставляет один оплачиваемый день в год для волонтерской деятельности сотрудников. В Citi в России мы ежеквартально отмечаем лучших волонтеров среди сотрудников и публикуем на внутреннем сайте информацию о них, а самые активные в конце года получают премию и фирменную футболку.

■ **Дмитрий Агишев:** Считаем количество сотрудников, занятых в программе (в % от общего числа сотрудников банка), а также количество дней, инвестированных ими в проекты КВ. Ряд проектов (например, «Инициатива Плюс») предполагает как материальную помощь для организаций, так и дни оплачиваемого отпуска сотрудникам.

■ **Полина Власова:** Наша программа КВ признана на уровне высшего менеджмента компании, поэтому официально мы можем устраивать мероприятия и в рабочее время в соответствии с внутренней политикой Intel, но опыт показывает, что сотрудники активны не только в рабочие дни, но и в выходные тоже. Например, наша традиционная акция «День Земли» во многих городах проходит именно в субботу, что не уменьшает энтузиазм людей по поводу участия, а наоборот сотрудники еще и приводят свою семью для помощи.

По поводу организаций. Да, безусловно, такие программы у нас существуют. В 2010 г. корпорацией Intel была запущена программа «Гранты в обмен на часы» или Intel Involved Matching Seed Grant Program. Выделяемые в рамках программы пожертвования помогли сотрудникам корпорации воплотить в реальность идеи помощи школам, некоммерческим и неправительственным организациям. Программа предусматривает выделение фондов в зависимости от количества часов, которые планируется провести за разработкой и реализацией проекта. В России грант получила группа инициативных сотрудников нижегородского офиса компании Intel, представивших на конкурс проект поддержки научно-исследовательского лагеря при школе-лицее №8 Нижнего Новгорода.

■ **Галина Григорьева:** Сотрудники посвящают волонтерству в основном свободное время, но в некоторых случаях компания дает возможность

участвовать в добровольчестве в рабочее время, когда по каким-либо причинам оно невозможно в свободное.

■ **Светлана Данилейко:** Все проекты проводятся сотрудниками в рабочее время.

■ **Елена Журавлева:** Дополнительные выходные сотрудникам-волонтерам не предоставляются – это противоречит самому принципу добровольчества. Если мероприятия проходят в рабочие дни – сотрудники участвуют в нем с разрешения непосредственного руководителя, которые, как правило, всегда идут на встречу.

В компании существуют специальные мотивационные программы для сотрудников-волонтеров. Материальная помощь организациям, которым помогают волонтеры, оказывается в случае, если организация – партнер «Трансаэро» по реализации социальных программ, или если сотрудник получил грант в конкурсе волонтерских проектов.

■ **Сергей Деменский:** Предприятие оказывает материальную помощь Омскому краеведческому музею, с которым реализует совместный образовательный проект «Знатоки краеведения». Активные участники волонтерских акций поощряются ценными призами.

■ **Светлана Заславская:** В корпорации существуют корпоративные волонтерские программы, спонсируемые ею во всех странах присутствия, в том числе и в России. Одна из программ – это «День Заботы», когда сотрудники в рабочий день выезжают в некоммерческую организацию – детский дом, фонд, учебное или культурное учреждение, чтобы оказать ей посильную помощь.



Страховая группа «УРАЛ-СИБ»

Добровольцы Страховой группы «УРАЛСИБ» совместно с Детским фондом «Виктория» провели мастер-классы для воспитанников Переславль-Залесского (специального) коррекционного детского дома, на которых дети и взрослые могли обучиться новому для себя делу.

После прослушивания информационной части о будущих мастер-классах, было решено провести обучение в два блока, чтобы все воспитанники могли пройти две мастерских. В результате до обеда молодые люди проходили обучение по основам фотографии, а девушки изготавливали авторские открытки методом «декупаж». Во второй половине дня ребята осваивали тонкости кулинарного искусства, а девушки постигали основы стильного макияжа и преображались на глазах. Кульминацией праздника стала дегустация шедевров мастер-класса «Искусный повар».

Другой корпоративной инициативой является «Программа добровольного участия», цель которой – поощрение волонтерской деятельности сотрудников компании и членов их семей в образовательных, культурных, спортивных учреждениях, привлечение их к совместной работе с преподавателями, воспитателями, учениками. При этом учреждение получает спонсорскую помощь от компании и сотрудников.

Еще одной инициативой по КВ является программа научно-технического образования «Sci-Tech». Она разработана для расширения представлений учащихся в возрасте 15-18 лет о профессиях в научно-технической сфере, стимулирования интереса к математике, естественно-научным дисциплинам и высоким технологиям, получению знаний и практических навыков для реализации инновационного и предпринимательского потенциала на основе научных достижений. Волонтеры программы «Sci-Tech» посещают образовательные учреждения и проводят занятия, расширяющие знания и навыки учащихся в научно-технической сфере, способствуя повышению общей технической грамотности, развитию научно-технических компетенций и ранней профориентации учащейся молодежи.

■ **Татьяна Задирако:** Чего компании ни делают, это абсолютно правильно, так это материально не вознаграждают сотрудников за участие в КВ. Важно, во-первых, наградить наиболее активных волонтеров грамотами с указанием их имен в интранете или любыми другими способами нематериального поощрения. Людям важно получить подтверждение правильности своих действий со стороны компании и моральное удовлетворение от чувства сопричастности чему-то нужному.



Девушкам тоже было, чем похвастаться: преображенные профессиональным макияжем они засияли еще ярче, и всю эту красоту новоиспеченные «папарацци» сразу же запечатлели на фотоаппараты.

Общение получилось интересным и веселым. Воспитанники подарили на память своим взрослым друзьям авторские открытки, созданные на мастер-классе, с наилучшими пожеланиями и надеждами на новые встречи.

Целями этого мероприятия было: развитие навыков общения детей с взрослыми; формирование навыков самостоятельной деятельности у детей по определенному направлению (первоначальная профориентация); развитие воображения, творческих и коммуникативных качеств у детей и взрослых.

Обладая определенными навыками и техникой, каждый воспитанник в будущем сможет лучше интегрироваться в общество и найти себе занятие по душе.

Во-вторых, компания может поощрить волонтеров тем, что даст им возможность делать свои волонтерские проекты также и в течение рабочего времени. Так, например, многие компании разрешают сотрудникам потратить некоторое количество часов (от 4 до 8 часов в год) на волонтерство в рабочее время, что не является компенсацией, но и не является для работника потерей в зарплате, в свою очередь, позволяя заниматься волонтерством в удобное время на рабочей неделе. Выходные дни за участие в волонтерских проектах компаниями, как правило, не предоставляются, т. к. в подобном случае это уже становится не волонтерством.

■ **Екатерина Левшина:** Нет, выходные дни за участие в волонтерских проектах не предоставляются; сотрудники занимаются добровольчеством в свое свободное время. В качестве поощрения фонд «Доброе дело» пишет благодарственные письма или грамоты нашим волонтерам; приятно видеть, что многие хранят их на рабочем месте.

■ **Анна Лыгина:** У нас нет практики считать рабочее время, затраченное сотрудниками во время волонтерских акций. Кроме этого, вся волонтерская деятельность осуществляется в свободное от работы время. Также в компании не существует практики материального поощрения сотрудников за участие в волонтерских акциях. Это добровольный и осознанный вклад сотрудников. Конечно, мы благодарим сотрудников за их участие, за их инициативы и помощь, но внедрять какие-либо бонусы, дополнительные выходные или же отгулы в рамках этой программы мы считаем некорректным.

■ **Анна Машнинова:** Один из основных вопросов, который предстояло решить благотворительному совету, – мотивация волонтеров, т. е. что будет получать сотрудник за участие в волонтерских акциях. Сами сотрудники решили, что волонтерство – дело добровольное, каждый занимается этим по личному желанию, и дополнительной мотивации от компании не требуется. На мой взгляд, лучшая награда волонтерам – это признание их заслуг и поддержка проектов, которые они реализуют. Так, например, наш образовательный волонтерский проект дважды получал гранты от штаб-квартиры, а российское подразделение DHL выделило средства на ремонт в опекаемой больнице и закупку кроватей.

■ **Сергей Носков:** Безусловно, мы ведем учет рабочего времени. В настоящее время во Внешэкономбанке вопросы корпоративного волонтерства на постоянной основе курирует один человек, при необходимости используется служебный транспорт банка.

В 2010 г. был введен дополнительный ежегодный оплачиваемый день отпуска («День волонтера»), который дает возможность каждому сотруднику посвятить один рабочий день в году деятельности на благо общества,

участвуя по выбору в любом волонтерском проекте, организованном банком.

■ **Ольга Прохода:** Акции КВ проходят в выходные. Варианты поощрения рассматриваются. Несомненно, это нужно делать, но наши сотрудники участвуют в акциях исключительно по зову сердца, а не ради поощрения. Это люди, в основном, с четкой жизненной позицией, готовые помогать тем, кто находится в тяжелой жизненной ситуации. Тем не менее, мы стараемся поблагодарить сотрудников, предлагаем билеты на концерты оркестров, с которыми «Нестле» имеет договорные обязательства, рассматриваем другие способы поощрения.

■ **Татьяна Песоцкая:** Время считается во внутреннем учете. Выходных или каких-либо других поощрений нет. Некоторые организации, с которыми мы работаем, также получают от нас пожертвования на осуществление тех или иных программ. Ежегодно во время оценки персонала учитывается количество часов, отработанных сотрудником, и это может повлиять на общую оценку и, соответственно, премию.

■ **Александра Робул:** Мы рассматриваем все перечисленные варианты, но пока не решили, будут ли они включены в наши программы.

■ **Юлия Федотова:** Нет, как правило, каждый сотрудник самостоятельно выбирает время для КВ. Это может быть как «окно в рабочем графике», так и личное время.

■ **Вера Шейнина:** Обычно специально выделяется рабочий день для проведения мероприятия. Специальных программ поощрения не существует, но, конечно, президент всегда присылает письмо участникам акции с благодарностью за проделанную работу.

Дает ли эффект компании реализация программы КВ и какой?

■ **Артем Шадрин:** Подобные программы – важный инструмент корпоративного имиджа, повышения самооценки сотрудников. КВ значительно улучшает моральный климат в коллективе, является своего рода тимбилдингом. Кроме того, реализация программ корпоративного добровольчества повышает привлекательность компании как работодателя.

В отличие от PR и рекламы, корпоративное добровольчество дает высокие результаты, хотя присутствует и значительный PR-эффект.

■ **Татьяна Авраменко:** Плюсы корпоративного волонтерства для компании очевидны: это и усиление социального вклада компании в общество, в котором она ведет свой бизнес, и сплочение коллектива, и выявление лидеров, и развитие потенциала сотрудников, повышение лояльности сотрудников, и, одновременно, улучшение имиджа компании в обществе.

■ **Дмитрий Агишев:** Мы понимаем КВ, которое является частью КСО, как специальный вид нашей бизнес-активности. КСО – своего рода мандат на ведение бизнеса банка, гарантирующий устойчивое развитие нашего бизнеса в долгосрочной перспективе. КСО укрепляет репутацию, доверие наших стейкхолдеров к банку как к инвестиционному партнеру, бизнес-партнеру, работодателю, бренду.

■ **Полина Власова:** Помимо того что это, безусловно, является частью социальной корпоративной политики, программа КВ сильно сплачивает всех сотрудников, предоставляя им возможность общаться и обмениваться информацией. А сплоченность в коллективе – важный фактор результативности любой компании.

■ **Галина Григорьева:** Ежегодные опросы сотрудников показывают, что КСО играет роль в вопросе выбора места работы. Безусловно, волонтерство – один из критериев такого выбора, т. к. расширяет возможности самореализации людей.

■ **Екатерина Глухова:** Если говорить об эффекте для компании, можно с уверенностью сказать, что реализация подобных программ, безусловно, дает эффект, даже если КВ носит несистематический характер.

В первую очередь, это – чувство общей солидарности, сплоченности, собственной «нужности» кому-то и друг другу, которое возникает у сотрудников в процессе реализации таких проектов. И, безусловно, улучшение репутации компании в



Сахалин Энерджи «Время доброты»

Весной 2011 года в «Сахалин Энерджи» наступило «Время доброты». Добровольческая акция с таким названием стартовала в компании 21 марта. В программе акции – серия мероприятий, объединенных общей целью – продвижение ценностей личной и корпоративной благотворительности среди сотрудников компании.

В течение месяца в компании были организованы информационные сессии для сотрудников по различным аспектам

благотворительности, фотокросс, задания которого также были объединены темой «время доброты», и благотворительная ярмарка. Все средства, собранные за время проведения акции, направлялись на приобретение оборудования для детской областной больницы.

На ярмарку, которая стала финальным мероприятием акции, пришло более двухсот человек – сотрудников «Сахалин Энерджи» вместе с детьми, родными и друзьями. Никто не удивлялся, что вход на ярмарку платный: таковой была одна из форм сбора средств. Еще до ярмарки начался сбор вещей и изделий, изготовленных сотрудниками компании и предназначенных для того, чтобы быть проданными на благотвори-

глазах представителей местных сообществ, существующих и потенциальных клиентов.

■ **Светлана Данилейко:** Волонтерство – это личный сознательный выбор и вклад каждого человека в построение цивилизованного общества. КВ – это выбор компаний, желающих участвовать в построении такого общества и в повышении качества жизни всех его членов.

■ **Елена Журавлева:** Безусловно, реализация программ КВ имеет ряд преимуществ для компании. Например, таких как:

- ♦ укрепление корпоративной культуры и ценностей, повышение лояльности и нефинансовой мотивации; развитие креативности и инициативности сотрудников, формирование самообучающей среды;
- ♦ являясь частью более широкой программы социальных инвестиций, КВ позволяет повысить эффективность этих программ и позиционировать их среди сотрудников;
- ♦ постоянно действующие программы КВ открывают для компании возможности для позиционирования КСО, а также формирования и усиления имиджа компании как социально ответственного работодателя;
- ♦ волонтерские программы позволяют повысить эффективность внутренних коммуникаций.

К тому же к волонтерским программам привлекаются члены семей сотрудников «Трансаэро», что позволяет укреплять семейные ценности и лояльность к компании.

тельном базаре или служить лотами на аукционе. Самодельные артисты – сотрудники компании готовили в свободное от работы время программу выступлений. Тщательно продумывались и организовывались развлечения для детей и взрослых.

Шатер гадалки, «обжорные ряды», детский пятачок с развлечениями, мастер-классы по изготовлению открыток и обрядовых кукол, раскрашиванию пасхальных яиц, аукцион редких и интересных предметов, переданных директорами компании на благотворительные цели, благотворительный базар, самодельные и профессиональные музыканты – чего только не было на ярмарке?! А не было равнодушных и скучающих. Не было тех, кто бы не знал, что каждый рубль, оставленный на ярмарке, пойдет на приобретение оборудования для Сахалинской детской больницы.

В итоге было собрано почти полмиллиона рублей, которые, после удвоения компанией, были направлены на приобретение оборудования для отделения патологии новорожденных и недоношенных. Презентация нового оборудования состоялась в конце сентября 2011 года.



■ **Сергей Деменский:** Степень участия и заинтересованности сотрудников в тех или иных добровольческих акциях позволяет руководству предприятия выбрать наиболее востребованные социальные программы при разработке стратегии корпоративного управления.

■ **Светлана Заславская:** С каждым днем в России все больше сотрудников, подрядчиков и партнеров компании присоединяются к добровольцам. Благодаря волонтерскому движению, наши сотрудники и члены их семей не только получают огромное моральное удовлетворение, но и обретают настоящих друзей среди населения.

■ **Татьяна Задирако:** По моему мнению, дает. В следующих областях:

- ♦ альтернативная практика денежным пожертвованиям (в период кризиса, да и сейчас, очень распространена);
- ♦ повышает лояльность сотрудников к компании;
- ♦ дает хорошее и быстрое PR-покрытие;
- ♦ улучшает имиджевую составляющую бизнеса;
- ♦ способствует улучшению взаимоотношений с широким спектром заинтересованных лиц (государство, клиенты, сотрудники, поставщики и т. д.);
- ♦ дает возможность служить отраслевым стандартом для определенной части рынка, в идеале – для всего бизнеса сектора;
- ♦ способствует повышению капитализации бренда.

■ **Джамия Захарова:** Указанные мероприятия полезны как студентам и преподавателям (закрепление полученных знаний и повышение квалификации), так и гражданам, не имеющим возможности оплатить такие услуги.

■ **Ирина Зуева:** По результатам ежегодного мотивационного опроса, проведенного в конце 2010 года, сотрудники отмечают готовность чаще участвовать в подобных акциях. Организатор движения признана лучшим сотрудником группы компаний по итогам года и получила корпоративную премию «Созидаем с любовью» в номинации «Созидание года».

■ **Екатерина Левшина:** Основной эффект для компании – повышение уровня лояльности сотрудников; без преувеличения можно сказать, что большинство гордится тем, что у нас есть свои благотворительные программы, в том числе КВ. Еще есть большой воспитательный, моральный результат; нередко после окончания акций коллеги подходят ко мне и рассказывают, с какими интересными людьми они встретились, сколько узнали от них и вообще задумались о тех, кому нужна помощь.

■ **Анна Лыгина:** Эффект прежде всего – это интерес сотрудников к тем корпоративным программам, которые осуществляет компания, понимание принципов и подходов, которые применяет компания для реализации своих социальных программ. Участие в волонтерских акциях или же реа-

лизация собственных инициатив позволяет сотрудникам приобретать новые навыки, развивать лидерские способности. Такой подход позволяет расширить масштаб социальных инвестиций компании и привлекать дополнительные средства для оказания помощи наиболее незащищенным слоям населения. Непосредственное участие сотрудников в программах компании развивает корпоративную культуру и укрепляет имидж компании как социально ответственной. Очевидно, что в долгосрочной перспективе подобного рода программы корпоративной благотворительности укрепляют репутацию компании как социально ответственного работодателя. В конечном итоге подобные программы создают атмосферу доверия к компании среди широких слоев населения.

■ **Анастасия Максимова:** Благодаря программе «Поможем Вместе» у каждого сотрудника есть возможность внести свой личный вклад и помочь нуждающимся.

■ **Анна Машнинова:** Для нас корпоративное волонтерство – в первую очередь инструмент внутренних коммуникаций и вовлечения сотрудников. Есть ли эффект? Конечно есть! Это и адаптация новых сотрудников, которые с помощью волонтерских мероприятий легко находят друзей в различных отделах, это и элемент тимбилдинга. Но самое главное, что, поддерживая волонтерство в компании, мы показываем, каких качеств ждем от наших сотрудников: ответственности, готовности прийти на помощь, равнодушия. Именно эти качества особенно ценны в сфере услуг.

■ **Сергей Носков:** Скажу честно, когда сотрудники обратились к нам с инициативой организовать корпоративное волонтерское движение, мы отнеслись к этому с некоторой долей скепсиса. Но на деле результаты превзошли все наши ожидания.

Поверьте, люди открыты для добрых дел, надо только дать им возможность реализовать себя. Во Внешэкономбанке волонтерство – уже неотъемлемая часть корпоративной культуры, объединяющая людей неравнодушных, с активной жизненной позицией, обостренным чувством справедливости, желанием протянуть руку помощи тому, кто в этом нуждается. Кроме того, совместная работа в одном проекте сотрудников разных подразделений, неформальное общение, налаживание личных контактов укрепляет в людях чувство сопричастности общему делу, помогает ощутить себя командой единомышленников, позитивно сказывается на настроении сотрудников. Можно без преувеличения сказать, что участие в волонтерской деятельности не менее эффективно для командообразования, чем дорогостоящие тренинги.

■ **Ольга Прохода:** Работа на благо общества сплачивает коллектив. Человек, участвующий в акциях, по-другому начинает смотреть на жизнь.

■ **Татьяна Песоцкая:** Да, разумеется, и компаниям и сотрудникам.

■ **Александра Робул:**

- ♦ Сотрудники становятся более информированными.
- ♦ Повышается имидж компании как работодателя и лояльность самих сотрудников.
- ♦ Возможность для сотрудников реализоваться в «творении добра».
- ♦ Это своего рода мероприятия по тимбилдингу.

■ **Юлия Федотова:** Это необходимость, продиктованная мировыми бизнес-стандартами.

■ **Владимир Хромов:** Основные результаты – повышение эффективности внутренних коммуникаций сотрудников и создание механизмов поддержания мотивации их работы.

■ **Вера Шейнина:** Несомненно, дает положительный эффект. Сотрудники знакомятся с благотворительными программами компании, у них самих повышается чувство социальной ответственности и желание участвовать в различных благотворительных проектах компании. Программы КВ влияют также положительно на репутацию компании.

Какие сложности, связанные с КВ, были у компании?

■ **Артем Шадрин:** Сложности могут быть связаны с отсутствием у руководства компаний и HR-подразделений понимания принципов развития корпоративного добровольчества.

■ **Татьяна Авраменко:** Сложности всегда есть, но тем приятнее, когда что-то удастся, и в результате всех усилий люди получают помощь. В начале у нас были проблемы с привлечением сотрудников, но личный пример коллег и рассылка регулярных внутренних отчетов помогли это преодолеть. Теперь мы составляем целый график волонтерских мероприятий! Определенную сложность составляла бюрократичность внутренних процессов закупок для того или иного волонтерского мероприятия, но и это мы со временем решили.

■ **Галина Григорьева:** Привлечение к волонтерству не является простой задачей в целом. И ее решение никогда не будет окончательным. Нужны постоянные усилия, главными из которых являются постоянный пример лидеров компании, стимулирование через корпоративные программы, яркие коммуникации, обратная связь, предложение сотрудникам как можно более разнообразных возможностей, успешные партнерства с НКО.

■ **Светлана Данилейко:** Особенных сложностей нет, есть рабочие решаемые вопросы. При работе с детскими домами, например, важно учитывать одну особенность: дети, лишенные родительского тепла, очень за-

крытые, замкнутые, не приучены к физическому труду, нелегко идут на контакт, поэтому важно их заинтересовать. К примеру, при ремонте столовой в одном детском доме сотрудники нашего магазина вместе с подростками наклеивали обои, а затем разрисовывали стены при помощи трафаретов. Во второй части дети более увлеченно подходили к работе. Даже самую простую работу им необходимо творчески представить, а это требует особого энтузиазма сотрудников.

■ **Сергей Деменский:** Главная сложность – негативное отношение к волонтерам и благотворительности в целом со стороны тех, кому действительно нужна эта помощь. Вторая сложность – отсечь проекты и «просителей», чьи цели и задачи «оторваны от реальности». Преодолеть это удалось только за счет демонстрации реальных результатов и действенности помощи.

■ **Татьяна Задирако:** Две основные сложности – это потеря интереса сотрудников к волонтерству на протяжении всего года и низкий процент участия сотрудников компании в волонтерских проектах. Как их преодолевать: системной работой по подготовке, проведению, завершению волонтерских программ и организацией промежуточных акций, работающих в совокупности на формирование понимания сотрудниками компаний того факта, что волонтерство – это не одноразовая акция, а долгосрочное, протяженное во времени деятельное участие в жизни нуждающихся (будь то люди, животные или природа).

■ **Ирина Зуева:** Непростым процессом для волонтерского движения стал выбор благополучателей – тех, кто действительно нуждается в помощи, как финансовой, так и нематериальной. Необходимо было найти такое учреждение, которое находилось бы не очень далеко от Москвы, чтобы у волонтеров не было проблем с тем, как добраться до места, а также хотелось найти такой детский дом, который действительно нуждается в разносторонней поддержке. Так как большинство детских домов, школ-интернатов и других нуждающихся в поддержке учреждений в Москве и Московской области уже получают материальную и волонтерскую помощь от каких-либо организаций, стали искать в сопредельных областях. В итоге было принято командное решение взять шефство над Желыбинской специальной (коррекционной) школой-интернатом VIII вида для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей (Калужская область), Головеньковским детским домом-интернатом и специализированным домом ребенка №2 (Тульская область), центром инвалидов «Пеленг» (г. Москва).

Как и любые новички, члены корпоративного волонтерского движения уже успели столкнуться с небольшими трудностями. Дело в том, что многие сотрудники испытывают страх перед общением с детьми: они готовы

помогать материально и готовить встречи, разрабатывать сценарии, но лично общаться с воспитанниками детских домов всегда сложно. Чтобы устранить это препятствие, в корпорации решили проводить подготовительные встречи волонтеров, на которых обсуждаются вопросы, как лучше общаться с детьми. Обмен опытом и впечатлениями многим помогает преодолеть опасения, почувствовать себя увереннее.

■ **Екатерина Левшина:** Были некоторые организационные сложности на начальном этапе; это было достаточно легко преодолимо.

■ **Анна Лыгина:** Особых сложностей, которые невозможно преодолеть, не было. И, надеюсь, не будет. Встречается пассивность, но всегда есть и будут те, кто хотят делать добрые дела. Что касается добровольческих инициатив, то личный пример, общение и раскрытие перспектив – это то, что помогает преодолеть трудности. При этом перспектива – это то, что может измениться, если мы реализуем ту или иную акцию или проект. Очень важным моментом всегда остается демонстрация результатов: необходимо показывать то, что свершилось благодаря участию ваших коллег. В нашем случае в большинстве проектов сотрудники участвуют и как волонтеры, и как со-спонсоры инициатив, соответственно, речь идет в том числе и о финансовой отчетности.

■ **Анна Машнинова:** На первоначальном этапе основной трудностью было вовлечение сотрудников. В первый раз на призыв поехать в детский дом отозвался всего лишь 1 человек. Тогда мы изменили подход и дали возможность сотрудникам самим выбирать, кому они хотят помогать и как.

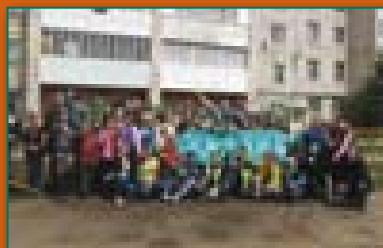


Амвэй

15 мая 2011 г. состоялось масштабное событие – «500 уборок в один день», инициированная общественной организацией «Мусора.Больше.Нет!». В 50 регионах Российской Федерации и четырех странах СНГ (Беларусь, Украина, Азербайджан, Казахстан) одновременно прошли акции по уборке мусора. Более 9000 человек отправились в этот день на свои любимые места прогулок и отдыха,

чтобы по собственной инициативе убрать их от накопившегося там мусора.

Компания «Амвэй» выступила одним из спонсоров этой масштабной акции, выделив средства для покупки перчаток и мешков для мусора, а также продукцию Amway Home. Помимо этой помощи, «Амвэй» обратилась с призывом к Независимым предпринимателям и сотрудникам в 10 городах поддержать эту акцию. В результате около 480 волонтеров, вооружившись перчатками и мешками для мусора, с энтузиазмом



Такая свобода привлекла в ряды волонтеров около 200 человек, около половины из которых участвуют в волонтерских мероприятиях каждый месяц.

■ **Сергей Носков:** Как и у любого нового проекта, самое сложное – начало. Необходимо дать правильный старт начинанию, в данном случае – это преодолеть стереотипы, определить цели, ориентиры движения, сформировать надежный механизм реализации и контроля. Возможно, есть мнение, что волонтерство – дело добровольное, «по велению сердца» и не нуждается в административном регулировании. Однако мы придерживаемся позиции, что волонтерство – это важная часть наших корпоративных ценностей, и задача банка – поддержать инициативу персонала и создать необходимые условия для привлечения к добровольческой деятельности как можно большего числа сотрудников.

■ **Ольга Прохода:** Пока сложностей не было. Компания очень помогает поддерживать волонтерство, оплачивая транспорт, некоторые покупки и т. п.

■ **Татьяна Песоцкая:** Процент участия сотрудников изначально не был высоким, но с продвижением этой темы «в массы», информации стало больше. Как показывает практика, чем более информированными являются сотрудники, тем активнее они берутся за ту или иную работу. Так же очень показательно для младших сотрудников то, как к этому относятся старшие, руководство.

■ **Александра Робул:** Все предложения о волонтерской помощи шли сверху вниз. Сотрудники пока не инициировали акций, но, возможно, с вне-

вышли на уборку самых популярных мест отдыха в Самаре, Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Казани, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Иркутске и Краснодаре. Вместе с другими добровольцами они на протяжении нескольких часов убирали пляжи и парковые зоны своего города под руководством координаторов от «Мусора. Больше. Нет». Перед акцией в каждом городе экологи и добровольцы, имеющие опыт уборок, провели тренинги по определению различных видов мусора и соблюдению принципа его раздельного сбора.



Результаты акции в России и СНГ: сотни чистых территорий; 160 тонн отходов, 40% которых были вывезены на переработку.

Независимые предприниматели «Амвэй» и сотрудники внесли весомый вклад в общее дело, убрав мусор в 23 местах отдыха и собрав 2260 мешков мусора!

Самые активные участники получили призы в виде наборов продукции Amway Home.



дрением программы или системного подхода ситуация может измениться.

■ **Юлия Федотова:** Прежде всего, многие организации, которые выступают посредниками между бизнесом и «нуждающимися», склонны принимать суммы только от определенной цифры, что приводит к резкому ограничению возможностей среднего и мелкого бизнеса. В таком случае компаниям лучше проводить про боно акции в оговоренные дни или организовывать субботники. Этим вполне может заниматься офис-менеджер или отдел внутренних коммуникаций. Мы также думали об объединении бюджетов и усилий с другими компаниями.

Приведите примеры успешных программ по КВ

■ **Артем Шадрин:** Трансаэро, IBM, например.

■ **Татьяна Авраменко:** Один из успешных примеров – это серия экскурсий в банк для детей и молодых людей с ограниченными возможностями, где волонтеры показывают и рассказывают о работе банка, а также о своей карьере и просто общаются. Это очень полезно, как для участников экскурсии, так и для самих сотрудников. После таких экскурсий сотрудники воодушевились и сделали в офисе фотовыставку о равных возможностях.

Многолетняя дружба волонтеров с некоторыми детскими учреждениями – это явный успех, такая работа дорогого стоит. И, конечно же, наш ежегодный международный День волонтера! В этот день приходят много новичков, которые впоследствии становятся постоянными добровольцами.

■ **Полина Власова:** Все проекты, проводимые компанией, были удачными. Они были разнонаправленные, поэтому сравнивать их просто не имеет смысла.

Наш ежегодно проводимый проект экологической направленности постоянно собирает много сотрудников. Весной каждого года сотрудники корпорации встречаются и проводят День Земли, это мероприятие стало традиционным для волонтеров Intel. В 2010 г., например, в Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге и Сарове сотрудники вышли на уборку прилегающих к офису территорий. В Новосибирске и Москве сотрудники Intel потратили часть своего свободного времени на озеленение территорий, сажали молодые ели и делали цветочные клумбы. Сотрудники Intel провели массу волонтерских мероприятий экологической направленности. В Новосибирске и Москве на регулярной основе был организован сбор ненужной бумаги и использованных батареек, которые затем централизованно сдавались в переработку.

Летом 2010 г. сотрудники Intel не остались равнодушными к проблеме лесных пожаров. В Нижнем Новгороде волонтеры устроили сбор вещей первой необходимости для погорельцев. Также сотрудники пожертвовали собственные средства в сумме нескольких тысяч долларов в адрес некоммерческих организаций, которые помогали погорельцам. В дополнение к этому благотворительный фонд Intel перечислил эквивалент собранной суммы на закупку постельных принадлежностей и посуды для пострадавших жителей Выксунского района Нижегородской области.

В конце года мы обычно проводим ежегодную акцию «Исполняем желания». В 2010 г. волонтеры Intel вместо Деда Мороза и Снегурочки исполняли желания ребят из 4 детских домов и приютов (Саров, Нижний Новгород, Санкт-Петербург), детей из малообеспеченных семей (Новосибирск) и ребят из двух отделений НИИ нейрохирургии им. Бурденко (Москва).

■ **Галина Григорьева:** У нас очень хорошо развивается индивидуальное волонтерство по программе Bravo! в Белой Калитве Ростовской области. Это небольшой город, где люди воспринимают нужды своего сообщества, судя по всему, более остро, чем в больших городах. Наши сотрудники проводят самые разнообразные проекты в школах, детских садах, доме культуры и других социально значимых организациях и очень ценят возможность заработать таким образом для этих организаций волонтерские гранты ACTION и Bravo!

■ **Екатерина Глухова:** Из успешно реализованных проектов Holcim в России можно назвать акцию «Помоги детям» по сбору одежды и материальных средств в качестве поддержки воспитанников детского приюта при церкви Святой Троицы в Коломне; организация сбора материальных средств среди сотрудников для помощи ребенку, больному лейкемией и проживающему на территории присутствия компании. Также хочется отметить оказываемую на добровольных началах поддержку нашими сотрудниками местных сообществ (помощь в тушении лесных пожаров летом 2010 г., проведение ремонта школ и других объектов социальной значимости).

■ **Елена Журавлева:** Можно привести много успешных примеров из российской и, особенно, зарубежной практики, когда сотрудники не только участвуют в социальных проектах, но и своими силами создают фонды и организации помощи нуждающимся.

Правильно организованная программа КВ, независимо от ее известности, способна принести множество выгод компании и сотрудникам.

■ **Сергей Деменский:** Ежегодно волонтеры обеспечивают организацию и поддержку участников «Сибирского марафона»; сотрудники предприятия участвуют в судействе Спартакиады детских домов «Дина-

мовские старты «Омск против наркотиков». Сейчас привлекаются волонтеры для участия в собственной акции предприятия «Готов к Труду и Обороне!».

■ **Татьяна Задирако:** Поскольку мы говорим скорее об акциях, то все они были успешными, так как им предшествовала подготовка. С каждой компанией по-разному. Кому-то помощь пожилым и слово благодарности от них – одно из ярчайших впечатлений, для кого-то детский праздник в удаленном детском доме – огромный успех. Если посмотреть с другой стороны – если компания приходит к нам на протяжении нескольких лет, обращаясь за помощью в реализации волонтерских инициатив, – это успех, значит, в прошлый раз все прошло удачно для всех участников.

■ **Джамия Захарова:** Все программы, связанные с помощью людям, больным тяжелыми заболеваниями, а также одиноким пожилым людям. Практически в каждом городе есть такие организации.

■ **Ирина Зуева:** Проекты волонтерского движения группы компаний «Новард»:

- ♦ «Такие разные профессии» (первичная диагностическая и профориентационная деятельность, организация мастер-классов с привлечением различных специалистов, экскурсии, помощь в трудоустройстве, информационная поддержка выпускников, помощь в социализации).
- ♦ «Тренинги для всех!» (проведение развивающих занятий с детьми ДД).

♦ Проект «С днем рождения!» (выявление интересов и же-



Сахалин Энерджи «Спешите делать добро»

Управление по связям с общественностью «Сахалин Энерджи» в канун 2011 г. в рамках программы поддержки благотворительных инициатив сотрудников «Спешите делать добро» предложило им стать «волшебниками» и «магами».

Сопричастным зимним чудесам можно было стать, пожертвовав любую сумму денег в ящики для

сбора средств, которые были установлены на первых этажах в офисах компании в Южно-Сахалинске. Все собранные средства, в соответствии с условиями программы, были удвоены компанией.

Помимо финансового участия сотрудникам предлагалось внести свой вклад в подготовку и проведение мероприятий в качестве волонтеров – замечательная возможность примерить на себя отличную от основной профессию: сценариста, организатора, актера или просто массовика-затейника.

Благодаря «волшебникам» из «Сахалин Энерджи» более 100 воспитанников социально-реабилитационных центров из 5 районов Сахалинской области смогли

лений каждого ребенка, выбор и закупка подарков, непосредственное поздравление детей, организация праздничного мероприятия, оформление «настенного домика» с открывающимися окошками, в которых «живут» именинники (или дерево с «яблоками», на которых висят детские фотографии), рядом плакат с интересами детей. Даритель выбирает именинника, затем организуется поздравление).

- ♦ «Праздник!» (организация праздников 1 сентября, День учителя, Масленица, 23 февраля, 8 марта, Последний звонок и т. д.).
- ♦ «Благотворительные акции» (например, «Собираем в школу!», «Стань Дедом Морозом!», «Здравствуй, Лето!», «Помощь выпускникам», «Весенняя витаминизация» и т. д.).
- ♦ «Культурный шок» (организация экскурсий, посещения музеев, выставок, театров, консерватории и т. д.).
- ♦ «Покажи ребенку Родину!» (организация поездок, экскурсий с целью нравственного и военно-патриотического воспитания).
- ♦ «Общение с педагогами» (организация совместных семинаров-мероприятий с педагогами и администрацией курируемого учреждения).
- ♦ «Материальное обеспечение» (решение конкретных вопросов учреждения с помощью поиска ресурсов).

■ **Екатерина Левшина:** Программа помощи одиноким пожилым людям очень успешна; так же мы высоко оцениваем

посетить детский спектакль в областном театре в предновогодние дни.

На протяжении 2 лет сотрудники компании являются долгожданными гостями на новогодних праздниках в областном центре для реабилитации детей с ограниченными возможностями «Преодоление».

Традиция продолжилась: на средства, собранные сотрудниками, были приобретены новогодние подарки и наборы для детского творчества.

Подарки воспитанникам Центра сотрудники компании вручили сами во время традиционного новогоднего праздника.

Еще одно чудо волонтеры сотворили своими руками: организовали сказочный праздник для детей из реабилитационных центров из 5 районов Сахалинской области. Солнечным зимним утром детей пригласили на снежную полянку, где их встретили сказочные чудовища, добрые волшебники и Дед Мороз со Снегурочкой. В роли актеров выступили сами сотрудники. Веселые конкурсы, снежный бой и захватывающие приключения, а после этого - горячий чай и сладкие подарки.



наш pro bono проект для Центра лечебной педагогики, удался не только сам праздник, но и он дал импульс, толчок для организации по разработке и поддержанию новых контактов, привлечению новых жертвователей и т. д.

■ **Анна Лыгина:** В рамках программы «Спешите делать добро» на полученный от компании грант и средства сотрудников были приобретены спортивный инвентарь и развивающие игры для приюта детей из неблагополучных семей, расположенного на базе Детского центра медико-социальной реабилитации в п. Пионеры Холмского района. До распределения по детским домам здесь на период до полугода находятся 30-40 детей.

Идея оказать помощь приюту пришла группе сотрудников компании после того, как они узнали, что у детей практически отсутствуют игрушки, развивающие игры и спортивный инвентарь. Помимо подарков для ребят также были организованы веселые спортивные соревнования, в которых принимали участие и дети и сотрудники «Сахалин Энерджи».

Дети, как правило, попадают в приют из социально неблагополучных семей, где родители уделяли мало внимания их воспитанию. Поэтому оказанное внимание становится вдвойне дорогим. Дети не только играли в футбол, участвовали

ЭксонМобил («День заботы»)

Сотрудники московского филиала «ЭксонМобил», их родственники и друзья несколько раз в год участвуют в добровольческих инициативах, организуемых в рамках глобальной корпоративной программы «День Заботы».

Так, сотрудники компании и их близкие регулярно навещают территориальные центры фонда «Надежда», расположенные во Владимире и Рязани, собирая для ребят необходимые вещи: домашнюю утварь, игрушки, книги и одежду. Добровольцы всегда готовы помочь некоммерческой организации с ремонтом и обустройством прилегающей к помещению фонда территории, а также по-

общаться с его воспитанниками – выпускниками детских домов.

Волонтеры и выпускники детских домов уже давно стали друзьями и всегда рады новым встречам, где могут обсудить проблемы и планы на будущее.

В 2010 г. в Рязани «День Заботы» приобрел для всех еще большую значимость, так как добровольцы «ЭксонМобил» смогли оказать необходимую помощь тем, кто в ней остро нуждался. Сотрудники регионального центра «Надежда» рассказали о 110 выпускниках детских домов, которых перевели в ря-



в спартакиаде вместе со специалистами компании, но и могли задать вопросы о профессии нефтяника.

Начиная с 2009 г. сотрудники компании становятся инициаторами и участниками нескольких благотворительных проектов, целевой аудиторией которых являются дети из социально-реабилитационных центров и дети с ограниченными физическими возможностями из центра реабилитации детей-инвалидов «Преодоление». Самым масштабным мероприятием в истории программы стала добровольческая акция «Время доброты», которая прошла в марте-апреле 2011 г. В программе акции: информационные сессии для сотрудников по вопросам благотворительности; «фотокросс»; благотворительная ярмарка, во время которой проходил сбор средств для покупки оборудования для областной детской больницы. Более 500 тыс. руб. было собрано в течение акции, сумма была удвоена компанией. Все мероприятия были подготовлены самими сотрудниками.

■ **Анастасия Максимова:** Сотрудники Райффайзенбанка уже несколько лет участвуют в мероприятиях программы «Спорт во Благо», которую курирует один из партнеров банка – благотворительный фонд «Даунсайд Ап». Эти спортивные мероприятия организуются примерно раз в три месяца с целью собрать средства на специальные программы адаптации и развития детей с синдромом Дауна.

занский техникум и оставили без финансовой поддержки. У ребят не было денег на еду и одежду. Добровольцы не смогли остаться равнодушными к проблемам ребят и решили оказать помощь, купив на собственные средства самые необходимые продукты, которые потом были распределены среди учащихся.

В 2011 г. сотрудники «ЭксонМобил» впервые приняли участие в программе «Дача», созданной на базе сельского дома в Камешковском районе Владимирской области. Главной целью программы является поддержка выпускников детских домов и интернатов, их социализация и приобщение к здоровому образу жизни. Молодые люди, проживающие во Владимирской области, приезжают на «Дачу» с целью продуктивного отдыха, включающего в себя работу в огороде, участие в ведении хозяйства и улучшение условий быта.

Во время визита на «Дачу» добровольцам «ЭксонМобил» был выделен серьезный фронт работ: прополка огорода, бетонирование фундамента для беседки, строительство фасадного забора. Во всех работах добровольцам активно помогали ребята из фонда «Надежда».

Благодаря частым визитам волонтеров компании, у выпускников детских домов появился дополнительный стимул стремиться к знаниям и к более активной жизненной позиции, включая формирование собственных добровольческих инициатив.



■ **Сергей Носков:** Начиная с 2008 г. нами было реализовано более 30 волонтерских проектов. Это традиционные Дни донора; постоянно действующая «горячая линия», благодаря которой каждый сотрудник может обратиться за помощью к коллегам; акции по оказанию помощи жертвам катастроф, военных конфликтов и стихийных бедствий; пасхальные Дни добра (помощь в восстановлении исторического и культурного наследия).

Большой отклик среди сотрудников находят проекты, организованные в поддержку воспитанников муниципального образовательного учреждения «Школа-интернат для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» Воскресенска. Начавшись с новогоднего поздравления детей-сирот в 2008 г., проект продолжился целой серией акций: каждый год к 1 сентября сотрудники закупают школьные принадлежности, учебники, канцелярские товары; в зимнее время школа обеспечивается необходимыми лекарствами и витаминами. С нетерпением дети ждут новогоднего поздравления, когда в рождественскую акцию «Елка желаний» исполняются все их заветные пожелания – от детских машинок и кукол до мобильных телефонов и электронных игр. С 2010 г. действует постоянный проект «День именинника» – ежемесячно сотрудники навещают ребят, поздравляют их с днем рождения, вручают подарки, вместе пьют чай за праздничным столом.

■ **Юлия Пасс:** Например, программа «Пропуск в профессию» для детей из детских домов. **Цель программы – помочь выпускникам детских домов освоиться в мире профессий, сделать собственный выбор и понять, как устроена взрослая профессиональная жизнь.**

Программа организована фондом «Краски детства» и проводится PROekt PRO.

Мы вовлекли в этот проект самые разные компании, и не только московские. Например, Леруа Мерлен, Ахмад, Бизнес Кар, Coleman, Coca-Cola, NewsOutDoor, ресторан Галерея, типография Тиссо, «Кира Пластинина» и др. Детям важно получить живой опыт и непосредственное представление о том, какие есть специальности, в чем заключается та или иная работа, и как люди ее находят.

Сотрудники компании рассказывают о своей работе, о разных профессиях, о том, с чего лучше и как начать свою профессиональную деятельность. Это реальная помощь в социализации и профориентации детей из детских домов, и возможность сотрудникам компании поделиться с детьми тем, в чем они действительно являются компетентными.

PROekt PRO специально выбирает те компании, в которых есть стартовые позиции для выпускников из детских домов, компания предоставляет для сотрудников соц. пакеты, а также система внутреннего обучения вы-

строена таким образом, что дает возможность карьерного лифта с любых должностей.

■ **Ольга Прохода:** Все КВ акции можно считать успешными, так как они меняют мировоззрение участников – человек перестает заикливаться на своих проблемах, так как он принимает участие в решении более существенных, глобальных проблем, про которые он мог даже не знать до участия в акциях КВ.

■ **Татьяна Песоцкая:** Участие сотрудников в днях карьеры: к нам приходят на экскурсию школьники, студенты, молодые люди с инвалидностью, где мы рассказываем о фирме, профессии, и т. д. С нашей стороны выступают не только юристы, но и другие сотрудники других специальностей.

■ **Александра Робул:** Знаю о программах БАТ совместно с CAF по софинансированию пожертвований сотрудников и о международной программе Intel Involved.

■ **Роман Скоцкий:** Наше сотрудничество не сводится к какому-то одному виду помощи. Это могут быть и разовые акции, и PR-поддержка, и грантовая программа, и участие волонтеров в нашей программе наставничества. С недавнего времени к числу наших партнеров присоединился IBM.

■ **Лидия Тихонович:** Есть очень хорошие программы, которые компании делают в партнерстве с НКО. Такое сотрудничество есть у KPMG и БФ «Даунсайд Ап». Сотрудники KPMG постоянно принимают участие в спортивных мероприятиях «Даунсайд Ап», а также оказывают фонду волонтерскую помощь в фандрайзинге. Эта помощь очень эффективна – однажды, например, они обзвонили около 50-ти компаний, и таким образом даже нашли генерального партнера для турнира по мини-футболу, организованного «Даунсайд Ап». И сами сотрудники тоже остались довольны – для них это был новый интересный опыт.

Второй пример – это сотрудничество DHL и БФ «Большая перемена». Занятия волонтеров DHL с детьми из психоневрологического интерната впечатлили даже специалистов. Волонтеры очень ответственно подошли к делу, а педагоги «Большой перемены» им помогли методически: показали, как можно в принципе строить занятия. Это вообще уникальный проект – когда волонтеры начинают фактически профессионально работать с очень сложными детьми.

■ **Юлия Федотова:** Наш петербургский офис на протяжении нескольких лет патронировал детский приют. Ребята ходили по театрам, кафе, знали сотрудников по именам и очень радовались живому общению.

■ **Вера Шейнина:** С 2006 г. сотрудники компании выезжают в реабилитационный центр «Даунсайд Ап» и помогают в благоустройстве территории и

в работе по подготовке методических материалов для детей с синдромом Дауна. Это ежегодный проект. Сейчас сотрудники уже заранее интересуются датой проведения проекта с тем, чтобы поучаствовать в акции.

■ **Юлия Юдина:** Одна из лучших программ по корпоративному волонтерству – IBM. (Подробнее о волонтерских программах IBM читайте на стр. 94–98).

С какими организациями вы сотрудничаете по программам KB?

■ **Татьяна Авраменко:** Мы часто сотрудничаем с различными некоммерческими благотворительными организациями, например, по сдаче крови или сбору одежды («София», «Созидание»). С нашими давними подопечными мы общаемся уже напрямую, а вот помощь в поиске новых объектов для волонтерской деятельности очень нужна, и в таком случае мы обычно обращаемся к благотворительным фондам, таким как «Здесь и сейчас», «Дорога вместе» или WWF.

■ **Полина Власова:** Мы сотрудничаем с разными общественными организациями, поддерживаем их начинания и проекты. Также сотрудничаем с лесохозяйствами городов в рамках акции «День Земли». Сотрудничаем с детскими домами в рамках новогодней акции. Все зависит от проекта.

■ **Галина Григорьева:** Мы сотрудничаем с НКО, которые умеют работать с волонтерами, а также всеми теми организациями, в пользу которых работают волонтеры. Их список очень большой.

■ **Светлана Данилейко:** Леруа Мерлен сотрудничает с компанией PROekt PRO, с которой мы начали проводить проекты профориентации подростков из детских домов в Москве и Московской области, а затем развернули эту инициативу по всем регионам; благотворительной организацией, помогающей молодым бездомным «Самюсосьял Москва», Клаудвочер, «Вторая мама» (Краснодар), «Надежда по всему миру» (Ростов) и многими другими. Сотрудничество с этими компаниями нам видится как весьма эффективное.

■ **Елена Журавлева:** По программе KB «Трансаэро» сотрудничает с такими организациями, как АНО «Дети», Big Brothers Big Sisters in Russia, анимационная студия «Да», БФ «Настенька», Клаудвочер и др.

Самый главный урок сотрудничества с НКО – оно является обязательным условием эффективного развития программы KB.

■ **Сергей Деменский:** Омский краеведческий музей, Государственный исторический музей, Российский Союз молодежи, Общероссийская общественная организация «Деловая Россия», ГК «Аврора Центр», Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ, ДОСААФ России,

Управление по Омской области Федеральной службы РФ по контролю за оборотом наркотиков.

■ **Татьяна Задирако:** Нужно договариваться заранее о том, в чем, собственно, будет заключаться День волонтера, каковы ожидания со стороны компании и со стороны той организации, где будет проводиться День волонтера. В течение реализации волонтерских программ нужно проговаривать правила и договоренности еще раз и придерживаться заранее намеченного формата.

Нужно подвести итоги волонтерских инициатив и спросить сотрудников, были ли они довольны тем, как прошло их участие, и хотят ли они продолжать участвовать в волонтерских мероприятиях в будущем. Это в значительной степени помогает сформировать группу активистов внутри компании, которые будут продвигать идеи добровольчества в массы.

■ **Ирина Зуева:** Очень приятно, что за последние несколько лет возросло количество некоммерческих организаций, которые занимаются вопросами волонтерства и развития подобных программ в крупных компаниях. Мы провели несколько совместных акций с социальной биржей взаимопомощи Клаудвочер и с православной службой «Милосердие».

■ **Екатерина Левшина:** Больше и чаще всего мы сотрудничаем с Фондом помощи престарелым «Доброе дело»; также был опыт взаимодействия с Центром лечебной педагогики, фондом «Большая перемена» и другими.

■ **Анна Лыгина:** В основном это социальные учреждения. Положительный опыт сотрудничества с социально-реабилитационными центрами для несовершеннолетних. В течение нескольких лет взаимодействуем с центром реабилитации детей-инвалидов «Преодоление». Были единичные случаи партнерства с общественными организациями, но они были менее продуктивны.

■ **Анна Машнинова:** Разработать и реализовать волонтерский образовательный проект нам помог фонд «Большая перемена». Они не только провели вводный тренинг для волонтеров-преподавателей, рассказав, как правильно строить урок, на что обращать внимание, какие методики использовать, как успокоить расшалившихся детей и сконцентрировать их внимание на процессе обучения, но и сопровождали волонтеров на протяжении всего года, организуя «педсоветы» и присутствуя на «открытых» уроках. Кроме того, советы «Большой перемены» помогли волонтерам правильно поставить цели и определить эффективность программы.

Совершенно потрясающие волонтерские программы предлагает Гринпис в рамках проекта «Возродим наш лес». Они необычны и интересны, очень хорошо организованы, ведь работа с волонтерами – один из фоку-

сов Гринпис. Но что самое приятное, сотрудники Гринпис всегда готовы оказать профессиональную консультацию, как по вопросам экологии, так и в организации собственного мероприятия.

Донорские программы мы реализуем с находящимся с нами рядом гематологическим центром и фондом «Подари жизнь», который также отличается великолепной работой с волонтерами.

■ **Сергей Носков:** Не секрет, что людям наиболее понятна и вызывает больше доверия адресная помощь; активнее помогают конкретным людям – детям, ветеранам, конкретным организациям – детским домам, больницам и т. д. Поэтому один из принципов нашего КВ – принцип адресности. Организованное волонтерское движение мы тоже начали с реализации проектов, направленных на конкретных благополучателей. Однако мы понимаем, что надо развиваться дальше, искать новые формы и технологии работы, поднимать управление волонтерским движением на качественно новый уровень. И здесь нам потребуется помощь профессионалов. Мы готовы к взаимовыгодному, эффективному и прозрачному сотрудничеству с НКО.

Один из первых проектов – участие в благотворительном пробеге, организованном БФ «Даунсайд Ап».

■ **Ольга Прохода:** Наше сотрудничество с благотворительными организациями по КВ очень успешно. Мы хорошие партнеры. Партнерство с Армией спасения длится уже 4 год – это проект «Елка ангелов». С общественной организацией «Мусора. Больше.Нет» мы провели три акции. Помощь, а особенно экспертное мнение тех, кто постоянно работает в области благотворительности, очень существенны и полезны.

■ **Татьяна Песоцкая:** Только по КВ отдельных нет, мы, если с кем-то и работаем, то стараемся, чтобы это было комплексно в комбинации с финансированием или юридическим консультированием. Среди наших партнеров: United Way Russia, Big Brothers Big Sisters, INTEGRA, и т. д.

■ **Александра Робул:** Ведем переговоры с CAF. **Понимаем, что на правильном пути, и видим перспективы.**

■ **Роман Склоцкий:** Мы убедились, что ситуация с развитием волонтерства в каждой компании, которой мы предлагаем дружбу и сотрудничество, абсолютно уникальна и характерна только для нее. Наша задача как НКО – предложить такие форматы сотрудничества, которые будут отвечать именно этой ситуации именно в этой компании. Не стоит давить и преследовать исключительно собственные интересы. Залог эффективного и долгосрочного сотрудничества – в живом диалоге, в идентификации потребностей друг друга, в уважении целей, стоящих перед партнерами, во взаимном доверии.

■ **Юлия Федотова:** Мы принимаем участие в некоторых программах фонда «Весна в сердце», CAF Russia.

■ **Владимир Хромов:** СВОД сотрудничает с московским благотворительным собранием «Все вместе». Если есть обращение компании, мы почти всегда и очень быстро можем предложить несколько вариантов сотрудничества с разными НКО, помогающими социально нуждающимся.

■ **Вера Шейнина:** Мы сотрудничаем с реабилитационным центром для детей с синдромом Дауна «Даунсайд Ап», благотворительными фондами «Настенька», «Жизнь», «Линия жизни».

■ **Юлия Юдина:** Значительная часть НКО не готовы системно работать с корпоративными волонтерами, поскольку это требует дополнительных ресурсов, в которых НКО ограничены. Компании также зачастую не готовы к работе со своими сотрудниками не на разовой (акции, приуроченные к каким-либо датам), а на постоянной основе. Потребуется время для гармонизации отношений НКО и бизнеса в части взаимодействия по волонтерским программам.

Необходимо ли что-то менять в российском законодательстве для развития добровольчества?

■ **Артем Шадрин:** В часть 2 Налогового Кодекса внесены изменения на отмену налогов на доходы физических лиц с платежей на проживание и проезд добровольцев к месту осуществления добровольческой деятельности. Также внесены изменения в закон о благотворительной деятельности и благотворительных организациях.

■ **Татьяна Авраменко:** Российское законодательство позволяет нам сегодня успешно осуществлять нашу работу. Не могу сказать про законодательство, но большая поддержка и пропаганда добровольчества через СМИ и со стороны правительства существенно помогли бы развитию гражданского общества в нашей стране.

■ **Татьяна Бурмистрова:** Для успешного продвижения любой социально-экономической идеи в общественное развитие требуется две предпосылки: во-первых, инициатива «снизу» (самых бизнес-структур); во-вторых, поддержка общественного движения «сверху», т. е. государством, которое создает благоприятный для этого климат. Первые шаги в этом направлении уже предприняты:

- ♦ Выстроена «идеологическая» база добровольческой деятельности. На основе принятой в июле 2009 г. Концепции содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в РФ в действующий Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (1995 г.) были внесены существенные поправ-

ки (ФЗ от 23.10.2010), вступившие в силу в январе 2011 г., существенно расширяющие сферы применения данного закона.

- ♦ Определены экономико-правовые условия осуществления добровольческой деятельности. Добровольцы работают безвозмездно в интересах благополучателя (допускается возмещение некоторых их расходов), осуществляют свою деятельность на основе гражданско-правовых договоров. Для них с января 2011 г. установлены льготы по налогообложению при уплате страховых взносов во внебюджетные фонды (выплаты, возмещающие расходы добровольца, не включаются в налогооблагаемую базу доходов добровольца).

Вызывает опасение следующее: как бы хорошее добровольческое дело не превратилось в очередную «кампанейщину», когда чиновники начнут составлять планы по оказанию добровольческих услуг, которые перерастут в кампанию по составлению и сбору отчетности, ее обобщению и передаче в вышестоящие инстанции. Нашему административному аппарату удастся забюрократизировать любое начинание, из которого выхолащивается сама идея, а остаются рапорты и цифры «добрых дел».

■ **Полина Власова:** Нет таких моментов, которые бы мешали развивать корпоративное добровольчество внутри компаний. Единственное препятствие, которое может возникнуть, – это сами люди. У нас в России люди все-таки не понимают необходимость процесса волонтерства, это уже так заложено во многих из нас. Изменить это сложно, но возможно, если направить усилия в это русло.

■ **Галина Григорьева:** Как и во многих других странах, волонтерство должно входить в число критериев, по которым оцениваются кандидаты на учебу, работу, участие в каких-либо программах. Это свидетельство зрелости человека. Думаю, законодательство может и должно стимулировать волонтерство и формировать отношение к нему общества.

■ **Екатерина Глухова:** Поддержка государства, безусловно, важна, как в принципе и поддержка любой «хорошей практики». Возможно, говорить о КВ на уровне законодательства пока рано, но активное продвижение этого вопроса, я бы даже сказала агитация, со стороны органов власти необходима.

■ **Светлана Данилейко:** Мы заметили, что сегодня молодые сотрудники имеют реальный запрос на «добрые дела». Они хотят работать по-другому, «не только ради денег, но и ради смысла». «Быть полезными» в своем городе, «приносить пользу», хотят «публично гордиться своей компанией» – вот, что мы слышим во время наших опросов в магазинах.

Изменяется мир, изменяются люди, должен изменяться и бизнес. Нам

нужно идти в ногу со временем. Государству, Бизнесу и Человеку. Конечно же, государству необходимо создавать предпосылки и условия, чтобы и у бизнеса и у человека были желание и возможность делать благие дела.

■ **Елена Журавлева:** При реализации программ корпоративного добровольчества работодатели и сотрудники-волонтеры сталкивались бы с меньшими трудностями, если бы законодательство более четко регламентировало вопросы трудового времени, затрачиваемого сотрудниками на волонтерские программы. Четкая законодательная схема взаимоотношений также была бы дополнительным стимулом, как для работодателей, так и для сотрудников.

■ **Сергей Деменский:** Сегодня волонтерство в нашей стране находится на стадии формирования. Законы следует принимать после того, как оно сформируется как полноценный социальный институт. Первоочередная задача – дать развиться персональной ответственности и инициативе, самостоятельно дорасти до уровня социального института, а уже затем принимать соответствующие законы.

■ **Татьяна Задирако:** В российском законодательстве много вещей нужно менять для того, чтобы государство действительно поощряло граждан страны и бизнес в области благотворительности в частности. Но развитие КВ как важной составляющей КСО напрямую не зависит от поощрительного или наоборот репрессивного законодательства в этой области. Только если государство запретит компаниям заниматься КВ, что мне представляется очень маловероятным.

■ **Джамия Захарова:** Уже в школах следует приучать детей, как в советские времена были тимуровские команды, когда дети с радостью помогали всем нуждающимся.

■ **Сергей Носков:** Безусловно, надо развивать нормативную правовую базу добровольческой деятельности. Без системной государственной помощи невозможно построить современную инфраструктуру поддержки и продвижения волонтерского движения. Необходимо развивать центры добровольчества, создавать систему профессиональной подготовки и переподготовки специалистов в области добровольной работы, налаживать эффективное взаимодействие НКО и бизнеса, органов власти, регулировать финансовые аспекты, обеспечить широкую информационную кампанию по развитию добровольчества. Все это должно опираться на четкую, прозрачную, продуманную нормативную платформу.

Именно тогда волонтерство станет действительно инновационным инструментом социального партнерства, будет способствовать повышению социальной активности, расширению возможностей полноценного участия граждан в общественной жизни страны.



Алкоа

Ежегодно в течение октября все предприятия Алкоа проводят Месяц служения обществу. В течение целого месяца тысячи сотрудников компании участвуют в волонтерских проектах в помощь местным сообществам. В России это – экологические акции, включающие озеленение сообществ, благоу-

стройство территорий и помещений образовательных и некоммерческих организаций, поддержка пожилых людей, инвалидов, детей на попечении государства и другие благотворительные проекты.

В 2011 г. компания провела шестой Месяц служения обществу, в котором приняли участие более 50% российских сотрудников Алкоа. В последнее время корпоративные волонтеры не просто участвуют в акциях, но и являются их инициаторами и организаторами.



■ **Ольга Прохода:** Мне кажется, что нужно поощрять тех, кто занимается КВ, хотя они это делают, как я уже написала, не из-за поощрения. Но способы поощрения должны быть, чтобы вовлечь людей, которые никогда не занимались волонтерством и не планировали. Пример заразителен.

■ **Татьяна Песоцкая:** Были примеры в прошлом преференций законодательства, но они не всегда себя оправдывали. С другой стороны, сейчас уже развитие благотворительности, добровольчества перешло на другой уровень. Поэтому изменения, скорее всего, пошли бы на пользу. Сейчас крайне важна прозрачность перед обществом в развитии данной области, а это уже не имеет прямой связи с законодательством.

■ **Александра Робул:** Скорее в целом отношение людей к идее волонтерства. А каждый отдельный работодатель может регулировать КВ в меру своих приоритетов.

■ **Юлия Федотова:** Это скорее вопрос правильного корпоративного «воспитания» сотрудников. Как показывает опыт – любое доброе дело, которое ты совершил, делает жизнь полноценнее, а человека лучше и добрее.

■ **Владимир Хромов:** Развитие КВ зависит почти полностью от готовности компаний и НКО слушать друг друга и учитывать взаимные интересы. По мере расширения практики КВ, конечно, могут высветиться и разнообразные юридические проблемы.

Есть существенная проблема, которая мешает развитию волонтерских движений в целом. Это полная незащищенность прав НКО по сравнению с администрацией учреждений, подопечным которых НКО помогает. Решить ее можно только в случае существенного роста вовлеченности лю-

дей в волонтерские движения. Тогда можно будет предусмотреть в законе механизмы заключения договорных отношений между НКО и соц. учреждениями. Пока лоббистского потенциала сообщества НКО, чтобы пробить такие поправки, явно не хватает.

■ **Юлия Юдина:** Развитие КВ зависит от общей культуры благотворительности и добровольчества в нашем обществе, понимания выгод КВ в компаниях, готовности НКО к работе с корпоративными волонтерами. Законодательство не играет здесь существенной роли.

Что бы Вы еще хотели добавить по этой теме?

■ **Артем Шадрин:** Важно, чтобы эта деятельность компаний не превращалась в «принудилровку».

■ **Татьяна Авраменко:** Мне кажется, в словосочетании «корпоративное волонтерство» главное слово это «волонтерство», а компания здесь для того, чтобы поддержать и помочь своим сотрудникам быть ответственными гражданами общества, так что развитие КВ зависит от активности самих сотрудников, чему способствует политика нашей компании в области КСО.

■ **Татьяна Бурмистрова:** С экономической точки зрения в волонтерском движении необходимо рассматривать всю совокупность интересов, которая представлена не двумя сторонами – донорами и благополучателями – а тремя, включая государство. Интересы государства заключаются в поддержке и максимальном наполнении социальных услуг, оказываемых обществом, что в конечном итоге должно способствовать улучшению качества жизни населения. Для этого надо проанализировать состав и структуру социальных расходов государства. В целом их динамика имеет позитивный тренд к постоянному росту. Судя по официальной статистике, совокупные расходы консолидированного бюджета (вместе с внебюджетными фондами), т. е. расходы на социально-культурные мероприятия (включающие как расходы на образование; здравоохранение, физическую культуру и спорт; на культуру, кинематографию, СМИ; так и на социальную политику) в 2006 г. резко возросли, (достигнув 17% от ВВП), затем чуть росли, резко увеличившись до 21,7% в 2009 г. и 22,6% в 2010 г. к ВВП. Расходы на социальную политику имели ту же тенденцию сильного роста в 2006 г. (27% в консолидированном бюджете страны), падения в 2008–2009 гг. и опять роста, доля расходов на социальную политику в консолидированном бюджете достигла в 2009 г. около 30%, а в 2010 г. – 35%.

Однако любые расходы в своем составе делятся на две части: текущие, предназначенные для выплат пенсий, социальных пособий малоимущим

и инвалидам, стипендий и т. д., и капитальные расходы, означающие вложения для строительства, реконструкции и модернизации зданий и сооружений социальной сферы. Анализ официальной статистики показывает, что ввод в действие объектов социально-культурного назначения последние годы постоянно снижался, особенно в сфере здравоохранения (в частности, в сельской местности), связанных с охраной материнства и детства, учреждений культуры. Это означает, что создание новых капитальных объектов или реконструкция действующих зданий социально-культурного назначения производится в намного меньших масштабах, чем это было в конце 90-х – начале 2000 гг. При этом большинство такого рода объектов возводилось за счет бюджетных средств.

Для полноты картины нами были проанализированы федеральные целевые программы социальной направленности (Социальная поддержка инвалидов, Дети России, Старшее поколение, Последствия радиационных аварий, Социальное развитие села) на предмет их обеспечения бюджетными инвестициями за 2004–2008 гг. Была выявлена аналогичная тенденция: начиная с 2006 г. бюджетные инвестиции сократились на реализацию этих программ в несколько раз. **Т. е. государство не в состоянии обеспечивать бюджетными средствами потребности социальной сферы. Оно пока лишь в состоянии «поддерживать на плаву» объективно растущие текущие социальные расходы, связанные с социальными и пенсионными выплатами населению.**

Для ликвидации такого диссонанса требовалось найти скрытые резервы. Таким резервом может стать и благотворительная деятельность частного бизнеса, и добровольный труд волонтеров.

Эта идея переноса центра тяжести социальных расходов с бюджетных на внебюджетные источники и была положена в основу Концепции содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества. Об этом недвусмысленно было заявлено в формулировке целевой направленности Концепции – это активизация потенциала благотворительности и добровольчества как ресурса развития общества, позволяющего дополнить бюджетные источники для решения социальных проблем внебюджетными средствами и привлечь в социальную сферу трудовые ресурсы добровольцев.

Специалисты Минэкономразвития оценили даже вклад труда добровольцев в размере 14,5 млрд руб. Кроме того, ставится задача увеличить вклад добровольцев: при достижении уровня современных развитых государств – до 100 млрд руб. Объем благотворительных пожертвований в России оценивается сегодня в 45 млрд руб., а при достижении уровня современных развитых стран может достичь 200–300 млрд руб.

Таким образом, идеология государственного регулирования социальной сферы, в настоящее время состоит в смещении акцентов в выполнении социальных обязательств с государственного сектора на третий (некоммерческий) сектор. Теперь некоторые некоммерческие организации наделены особым статусом социально ориентированных НКО.

■ **Полина Власова:** Intel выступает также и наставником, воспитателем для своих сотрудников. Компания проводит обучение людей правильному отношению к природе, к окружающим. И происходит это именно через программу KB Intel Involved.

■ **Галина Григорьева:** У меня впечатление, что в России происходят изменения в отношении к волонтерству, и оно перестает восприниматься многими как чудачество. Хотелось бы, чтобы эта тема систематически изучалась в опросах, чтобы лучше понимать, насколько серьезны и устойчивы эти изменения.

■ **Екатерина Глухова:** Интерес к этой теме у непосредственных участников программ KB, т. е. сотрудников компании есть, и он продолжает расти. По результатам опроса о вовлечении сотрудников в волонтерские программы, проведенного в рамках компании, выяснилось, что более 60% работников поддерживают эту инициативу и готовы принимать в ней участие. Уверена, что при такой поддержке работников, наша деятельность в этом направлении станет более эффективной в ближайшее время.

■ **Елена Журавлева:** KB станет эффективной практикой для компаний, когда НКО начнут помогать воспитывать эту культуру в российских компаниях, реализуя совместные проекты, образовательные программы для волонтеров, продвигая принципы благотворительности и т. п., а также помогать с образованием сотрудников, которые в компании смогли бы курировать программы KB. Процесс не может быть односторонним, он должен поддерживаться обеими сторонами: компаниями и НКО.

Одним из самых перспективных направлений в KB я бы выделила коучинг НКО по профессиональным вопросам или индивидуальное волонтерство. Здесь как раз стоит совместная задача перед компанией и НКО в постановке целей и организации работы для волонтера.

■ **Джамия Захарова:** Принимать или менять законы – бесполезно, надо менять ментальность людей, вводить «моду» на доброту, отзывчивость, желание помочь нуждающимся.

■ **Ирина Зуева:** По мнению организаторов волонтерского движения «Новард» проблемы, которые решаются в рамках реализации данного проекта, универсальны как для бизнес-сферы, так и для государственных учреждений, поэтому данный опыт можно тиражировать в других компаниях, где сотрудники испытывают потребность в реализации высоких мотивов.

Специфичность данной программы заключается в том, что волонтеры от бизнеса становятся посредниками между детьми из сиротских учреждений и специалистами, которые будут обучать их профессиональным знаниям и навыкам в дальнейшем.

■ **Алексей Костин:** Волонтерские программы российских компаний стали заметным явлением в последние примерно пять лет. Наибольшая активизация этой деятельности произошла в период кризиса 2009 г. и сразу после него. С одной стороны, компании увидели в волонтерстве финансовую альтернативу своим корпоративным благотворительным программам. Т. е. фактически часть своих благотворительных расходов они «переложили» на своих сотрудников. Как это часто в России бывает – в добровольно-принудительном порядке. Затем после кризиса многие компании осознали реальную ценность волонтерства не как замены, а как дополнения к своим проектам КСО – «не было бы счастья, да несчастье помогло».

В результате такого «прозрения» волонтерская деятельность российских компаний резко активизировалась в последние несколько лет. Это можно только приветствовать, многие НКО, включая и журнал «Бизнес и общество», активно поддерживают это движение. Однако в масс-медиа об этом практически ничего не рассказывается. Поэтому население страны в целом об этом еще фактически и не слышало. Даже само слово «волонтерство», наверняка, вызывает у большинства простых людей недоверие. Нужны специальные промоушен-проекты в этой области, опросы, исследования, интервью с крупными руководителями и т. д. и т. п.

■ **Юлия Пасс:** Тема КВ – новая для России, и, учитывая опыт компаний, которые уже начали этот путь, можно сформулировать некоторые пожелания тем, кто только открывает для себя эту тему.

- ♦ **Делайте то, в чем ваша компания преуспела.** И может поделиться с другими. Пусть то, что вы делаете, будет близко для вашего бизнеса, его продолжением в новую сферу.
- ♦ **Развивайте долгосрочные программы.** Они позволяют увидеть результат усилий и вызывают желание присоединиться у других сотрудников.
- ♦ **Очень важно добровольное участие сотрудников и широкое оповещение всей компании, открытость программ.**
- ♦ **Измерение прогресса.** Важно видеть результаты того, что сделано.
- ♦ **Большое пожелание к СМИ,** чтобы, благодаря в том числе и их работе, эта тема приобрела социальную значимость, а это требует регулярного внимания, а не разовых публикаций.

■ **Ольга Прохода:** Необходимо писать о том хорошем, что делается в обществе и для общества. Многие люди даже не знают, что существует

волонтерство. У нас в стране оно не так развито, как, например, в США. И писать об этом нужно не только в специализированных изданиях, но и в федеральной прессе.

■ **Лидия Тихонович:** Наиболее удачные программы КВ – это те, что строятся в партнерстве с НКО. Если между НКО и корпоративными волонтерами есть взаимное доверие, то легче найти точки соприкосновения и учесть интересы обеих сторон – и некоммерческая организация получит нужную помощь, и компания сможет провести настоящий, органичный тимбилдинг. Таким образом, можно избежать разнообразных казусов, когда, например, пожелания волонтеров не совпадают с реальными нуждами НКО.

Хотелось бы, чтобы компании не боялись практики про боно. Ее часто считают обременительной для сотрудников, не дающей возможности «переключиться», заняться чем-то другим. Это вовсе не обязательно так. Про боно дает и возможности роста. Во-первых, в НКО можно реализовать собственный проект, что проблематично сделать в большой компании (сотрудники ИД «Independent Media Sanoma Magazines», например, охотно помогают ЦЛП делать отчеты. Их продукты даже получают награды). Во-вторых, преподавание в НКО – это расширение компетенций, новый опыт. Есть и другие не менее интересные возможности.

■ **Владимир Хромов:** Пришло время, когда объединения НКО готовы выступать в роли экспертного сообщества по отношению к корпоративным благотворителям. И не только выступать, но и отстаивать свое видение того, кому и как помощь целесообразно оказывать. Необходим широкий диалог между сообществами благотворителей и НКО, чтобы стороны строили долгосрочные и эффективные механизмы взаимодействия.



ВОЗМОЖНО ЛИ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО БЕЗ НКО?

Тема корпоративного волонтерства актуальна сегодня для России и имеет серьезный потенциал для развития. Это подтвердили оживленные дискуссии, развернувшиеся в ходе конференции «Корпоративное волонтерство как инновация и управление переменами», организованной журналом «Бизнес и общество» 30 июня при поддержке Минэкономразвития РФ, Минздравсоцразвития РФ, Комитета общественных связей Правительства Москвы и ГК «Новард». Развитие волонтерского движения, которое сейчас происходит во многих компаниях, и готовность их к диалогу на эту тему лишний раз доказывает, что предприниматели заинтересованы не только в получении прибыли и повышении стоимости своих компаний, но и хотят приносить пользу обществу.

Об этом сказал в приветственном слове и директор Департамента стратегического управления (программ) и бюджетирования Минэкономразвития **Артем ШАДРИН**. Он обратил внимание на то, что корпоративное волонтерство повышает в целом уровень доверия к бизнесу в обществе, показывает, что он действительно социально ориентирован. А это, в свою очередь, снижает асоциальные риски, связанные с деятельностью предприятия.



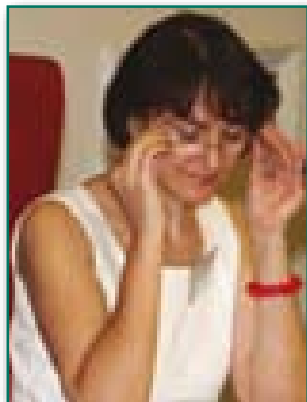
Советник Минздравсоцразвития РФ
Юлия ГРЯЗНОВА от-

метила, что есть ряд значительных социальных задач, которые могут быть выполнены только в сотрудничестве государства и общества, при добровольной активности граждан и компаний. Она выделила направления, по которым нужна помощь: программа развития безвозмездного донорства «Служба крови», «Здоровая Россия» и программа для инвалидов «Доступная среда», которая, в частности, включает трудоустройство инвалидов. Выступающая добавила, что сегодня



для России важно корпоративное волонтерство, позволяющее масштабные, регулярные действия по решению задач на будущее.

Говоря о форматах взаимодействия государства и бизнеса в этой сфере, г-жа Грязнова отметила готовность государства предоставлять методическую помощь в проведении мероприятий, проводить общественные обсуждения, в том числе и на собственных площадках, обсуждать возможности совместных проектов. Она предложила провести совещание в министерстве, чтобы обсудить, в каких форматах и по каким направлениям возможно сотрудничество компаний и государства.



Главный редактор журнала «Бизнес и общество» **Татьяна БАЧИНСКАЯ**, в качестве эпиграфа к конференции привела недавнее открытие британских ученых, пришедших к выводу, что одним из критериев счастья является работа в благотворительных организациях на общественных началах, когда люди чувствуют себя частью целого сообщества.

Накануне конференции журнал провел опрос по корпоративному добровольчеству, в котором приняли участие более 30 представителей бизнеса, НКО, СМИ и экспертов. Все они пришли к выводу, что волонтерское движение компаниям выгодно: оно не просто приносит доброе имя, но и повышает лояльность сотрудников. Среди других выгод эксперты отметили улучшение взаимоотношений с заинтересованными сторонами, морального климата и укрепление корпоративной культуры и ценностей, развитие потенциала и повышение самооценки сотрудников, выявление лидеров, развитие креативности и инициативности, формирование самообучающей среды и даже укрепление семейных ценностей. (Полностью экспертный опрос смотрите на стр. 3 - 65).



В свою очередь, **Владимир ХРОМОВ**, директор Союза волонтерских организаций и движений, подчеркнул экспертную роль НКО в развитии KB: «Бизнес считает, что он определяет формат проекта, а НКО должна под него подстраиваться. То, что бизнес не воспринимает НКО как равного партнера, не учитывает их мнение по формату проекта, часто приводит к конфликтам и с администрацией социальных учреждений и даже может нанести вред подопечным. Очень часто

подобные проекты либо не ориентированы на интересы подопечных, либо удовлетворяют их лишь косвенно. К типичным причинам неудачного сотрудничества между компаниями и НКО можно отнести: неготовность учитывать интересы друг друга, отсутствие восприятия со стороны компании НКО как равноправного партнера, низкий профессионализм НКО, изменение договоренностей в последний момент, организационные причины».

На стадии обсуждения идеи КВ компании редко прибегают к помощи НКО, хотя это может помочь при выборе направления КВ. «В идеале, НКО-партнер должен провести обучение сотрудников, помочь совместно выработать правила поведения во время акции. На стадии подготовки акции НКО, пользуясь наработанными связями, согласовывает все вопросы с администрацией соцучреждений. И очень важно на стадии осмысления результатов акции проанализировать ошибки и недоработки на будущее обоим партнерам. Поэтому давайте идти навстречу друг другу», – пожелал Владимир Хромов.



Татьяна ЗАДИРАКО, исполнительный директор БФ «Дорога вместе», обозначила три основных момента развития корпоративного волонтерства в России. Первый связан с кризисом, когда с уходом денег бизнес пытался найти какие-то заместительные «терапии», а потом КВ начало развиваться само по себе. Второй – поиск российскими компаниями своего пути в реализации и формировании КСО, когда компании рано или поздно, учитывая зарубежный опыт, приходят к корпоративному волонтерству. По мнению выступающей, российский бизнес находится на этапе попытки осмысления этого процесса. Сейчас на взлете еще одна тенденция в сфере КВ – оказание безвозмездных профессиональных услуг или pro bono. И третий момент связан с недостатком сервисных организаций, продающих/предлагающих опцию «корпоративное волонтерство».

Чтобы успешно развивать КВ, г-жа Задирако посоветовала создавать организованные центры волонтерства (или сервисные организации, как, например, западный проект Engage), чтобы развить системную деятельность в области КВ вместо разовых акций и вовлекать в этот процесс большее количество людей. «Обязательно надо поддерживать интерес сотрудников к волонтерству в течение всего года. Обеспечить участие в подобных акциях управленцев высшего звена компаний, которые лич-

ным примером показывают необходимость и важность КВ. И обязательно выбирать профессиональных партнеров среди НКО», – такие рекомендации дала г-жа Задирако тем, кто сегодня задумывается о проектах в области добровольчества. «Глобальные перспективы КВ состоят в поиске унифицированной системы оценки эффективности программ КВ, которой на сегодняшний день не существует», – заключила выступающая.

С последним тезисом Татьяны Задирако не совсем согласился исполнительный директор программы наставничества «Старшие Братья Старшие Сестры» **Роман СКЛОЦКИЙ**. Он поделился своими взглядами на анализ эффективности КВ со стороны НКО.

«Инструментарий, который можно применять для планирования, реализации и оценки эффективности корпоративных волонтерских проектов может быть самым разнообразным: логические модели, теория изменений, карта взаимоотношений участников проекта, экспериментальные методы, система сбалансированных показателей, оценка эффективности расходов и многие другие. Уверен, что каждая из компаний может выбрать из этого списка инструмент, наиболее полно отвечающий ожиданиям инвесторов и других стейкхолдеров, влияющих на реализацию корпоративных волонтерских проектов», – считает он.

Оценка дает возможность определить социальный эффект и устойчивый результат, улучшить волонтерскую программу, создавать больше выгод, а также просчитать ресурсы. «Тем самым, когда наступит очередной кризис, руководство компании сможет увидеть, что проект приносит не только радость, например, детям, но и пользу бизнесу. И тогда вероятность сворачивания проекта снижается», – полагает Роман Склоцкий.

Проблемы, которые возникают на пути к оценке деятельности НКО или корпоративного сектора схожи. «Мы часто что-то делаем, а вот что, на самом деле очень сложно понять. Создание системы учета и мониторинг помогут оценить немедленный результат», – добавил спикер. К основным препятствиям можно также отнести нехватку ресурсов и опыта, исследований и инструментов, времени и денег, иногда отсутствие интереса и страх перед результатом. Ведь до конца невозможно просчитать, как наши действия повлияют на жизнь ребенка в частности и общества в целом. В завершение своего выступления Роман Склоцкий отметил, что «необходимо развивать сотрудничество между НКО и компаниями в области оценки



как социальных проектов вообще, так и в корпоративном волонтерстве в частности».

Анна ГААН, директор по социальным проектам УК «Клаудвочер», продолжила тему «подводных камней», которые могут встать на пути корпоративных волонтеров. Организация «Клаудвочер» выступает интегратором социальных проектов, объединяющим коммерческие компании и корпоративных волонтеров с благополучателями, и помогает им найти общий язык. Среди тенденций г-жа Гаан отметила значительное увеличение количества компаний, включивших в 2009 г. корпоративное волонтерство в программы по развитию персонала и внутрикорпоративные политики. Это было связано прежде всего с тем, что во время глобального экономического кризиса у людей произошла переоценка ценностей, высвободилось много свободного времени, и компании серьезно пересмотрели свои траты на благотворительные проекты и стали больше помогать ресурсами (трудовыми, предоставляя помещения для НКО, своей продукцией). Еще один тренд, уже нового времени, – постепенный переход от разовых волонтерских акций к постоянным программам корпоративного волонтерства. К «подводным камням» выступающая отнесла нерегулярность акций, их нечеткую социальную значимость и пользу, из-за чего сотрудники компании не имеют точного представления, кому и как часто они помогают, и зачем они собственно это делают. Важным моментом для организации работы с корпоративными волонтерами является умение выстраивать эффективную коммуникацию, разговаривать с ними на одном языке для того чтобы донести нужную информацию. Еще один «подводный камень» – «выгорание» волонтеров, которое происходит из-за отсутствия мотивации и поощрения со стороны руководства. Среди ошибок, которые допускают компании, Анна Гаан отметила проведение волонтерских акций в неподходящие даты (например, посадку деревьев или посещение детских домов летом), выбор благополучателей без учета специфики бизнеса, например, традиционную помощь детским домам, не думая о многодетных семьях, пожилых людях, ветеранах.



Корпоративное волонтерство – одна из форм деловой активности компаний, направленная на сплочение персонала и развитие единства духа среди сотрудников. Это проявление корпоративной социальной ответственности в последнее время приобретает все большую популярность в России. В связи с новизной этой формы деятельности и ее динамичным



развитием у специалистов возникает потребность в повышении собственной квалификации.

Представители компаний отчасти убедили участников конференции в том, что обвинения НКО не всегда обоснованы. Так, руководитель социальных программ компании «Амвэй» **Ирина ПЛАТОНОВА** сделала акцент на новом опыте компании – добровольчестве в области экологической ответственности. Компания на протяжении последних трех лет активно вовлекала сотрудников и дистрибьюторов в качестве волонтеров в различные социальные проекты.

Поскольку эти проекты направлены в основном на детей, то и волонтерские акции были организованы в детских домах, больницах и реабилитационных центрах. Однако, несмотря на то, что в компании был специально организован тренинг по волонтерству, не все сотрудники были готовы к таким поездкам. В этом году, в связи с выходом на рынок нового бренда биоразлагаемой экологичной продукции, «Амвэй» начала смещать свой фокус в область защиты окружающей среды. Предложив сотрудникам и дистрибьюторам поучаствовать в добровольческой акции по уборке от мусора мест отдыха в 10 городах, компания получила очень широкий отклик – 480 добровольцев откликнулись на призыв и собрали около 2 260 мешков мусора. В дальнейшем «Амвэй» также собирается предлагать несколько проектов для волонтеров – и в детских домах и в области защиты окружающей среды. По мнению Ирины Платоновой, очень важно, чтобы волонтеры получали удовлетворение и только позитивные эмоции от своей работы.



Ирина ЗУЕВА, руководитель службы по связям с общественностью ГК «Новард», сразу обозначила, что для компании корпоративное волонтерство – это возможность объединить людей под девизом добрых дел, причем в группе компаний «Новард» произошло сближение интересов сотрудников и владельцев бизнеса. Что касается формализации волонтерского движения, по мнению г-жи Зуевой, «волонтерство – это в первую очередь добровольное решение человека помогать нуждающимся, поэтому успех такого проекта внутри компании будет

в том случае, когда желание делать добрые дела иницируется снизу, а не наоборот. Когда бизнес решает формализовать свое корпоративное волонтерское движение для того, чтобы сделать его системным, стоит не забывать, что жесткая регламентация сверху может «остудить» подобные инициативы и привести к ее затуханию и даже отторжению сотрудниками. Чем больше формализации и отчетности в этом процессе, тем меньше в нем остается души, и тем больше вероятность загубить саму идею добровольности. В этом вопросе важна «золотая середина»: нужен явный лидер проекта, HR и PR департаменты должны создавать условия для развития волонтерства и вовлекать в него большее количество сотрудников, постоянно напоминать о том, что в компании существует традиция совершать добрые дела, а также обязательно поощрять активных участников. Основные инструменты, которые помогут систематизировать добровольчество в компании, – информационная открытость, постоянная коммуникация, организационная и мотивационная поддержка». Ирина Зуева также рассказала про проекты, которые осуществляются компанией – это, например, «Такие разные профессии» (профориентация), «Культурный шок» (посещение музеев, театров), «Покажи ребенку Родину» (военно-патриотическое воспитание).

Свое видение стратегического подхода к корпоративному волонтерству, в частности о переходе от разовых акций к системе, представила

Светлана ЗАСЛАВСКАЯ, советник по связям с общественностью «ЭксонМобил Раша Инк». Она подчеркнула, что корпоративное волонтерство прочно вошло в культуру компании, добровольческие инициативы востребованы, сотрудники уже не представляют себе работу по-другому. В «ЭксонМобил Раша Инк» термин «корпоративная социальная ответственность» заменен на более объемный – «корпоративное гражданство», который включает корпоративное управление, технику безопасности и охрану труда, охрану окружающей среды, управление рисками, связанные с изменением климата, экономическое развитие, участие в жизни общества, права человека. Г-жа Заславская отметила, что волонтерские проекты существуют в компании более 10 лет и назвала три глобальные программы, которые компания реализует на мировом уровне – «День заботы» (оказание помощи НКО и ее подопечным по возможности совместно с подопечными), «Программа добровольного участия» (поощрение волонтерской деятельности





сотрудников компании в образовательных, культурных, учебных заведениях), программа научно-технического образования Sci-Tech (организация занятий и презентация для учащихся 15-18 лет для расширения их представлений о профессиях в научно-технической среде). В этих программах принимают участие, кроме сотрудников, пенсионеры компании, родственники работников и партнеры. В России дополнительно существуют инициативные группы – волонтерский комитет «Эксон Нефтегаз Лимитед» на Сахалине, созданный в 2008 г. (в нем состоит 30 волонтеров), волонтеры московского офиса.

Г-жа Заславская тоже отметила увеличение волонтеров как на Сахалине, так и в Московском офисе.

Оксана КРИТИКОВА, руководитель по внутрикорпоративным коммуникациям и социальным проектам компании «Эльдорадо», считает, что развитие волонтерского движения – это типичный проектный менеджмент, направленный на достижение конкретной цели, для чего нужны ресурсы, программа действий, организационная структура в лице команды и координатора. (Более подробно с волонтерскими проектами компании «Эльдорадо» можно познакомиться в статье Оксаны Критиковой «Настоящее Эльдорадо для волонтеров» на стр. 106)

Светлана ДАНИЛЕЙКО, советник по связям с общественностью и государственными органами Леруа Мерлен – GROUPE ADEO, отметила, что волонтерство для сотрудников компании – это личностная гражданская позиция.

Управленческий принцип Леруа Мерлен – «каждый – предприниматель на своем месте», подразумевающий максимальную автономию в принятии решений на уровне каждого магазина, распространяется и на политику КСО, в которую прочно встроено волонтерство.

Все волонтерские программы действуют в рамках миссии Леруа Мерлен «Помочь каждому построить дом своей мечты». А также корпоративных ценностей, в частности: Дружелюбие, Уважение к ближнему, Ответственность, Близкая дистанция. Политика КСО и волонтерство в компании максимально локализованы.



В каждом магазине действует комитет социального диалога, выборный орган сотрудников, который разрабатывает программу социальной поддержки своего города. Все волонтерские проекты компании ведутся в рабочее время: именно поэтому она применяет термин «корпоративное волонтерство». Хотя, очень скоро, сотрудники стали использовать и свое личное время.

Магазины проводят серьезные ремонтные работы по обновлению жилых помещений для стариков, ветеранов войны, малообеспеченных, многодетных и патронатных семей. 100% этих мероприятий организовано и проведено сотрудниками компании.

Г-жа Данилейко указала на тот факт, что компания успешно сотрудничает с НКО, к примеру, с организацией PROekt PRO Леруа Мерлен осуществляет проект профориентации подростков из детских домов в Москве, Московской области, НКО «Вторая мама» в Краснодаре и «Надежда по всему миру» в Ростове.



Главным критерием оценки политики КСО и корпоративного волонтерства выступающая назвала качество отношений между всеми заинтересованными сторонами в любом бизнесе: сотрудники, менеджмент, акционеры, клиенты, партнеры, финансисты, НКО, политики, общество.

Татьяна КИПЧАТОВА, руководитель корпоративных отношений IBM в России и СНГ, сфокусировала выступление на перспективе развития услуг pro bono: «Главный ресурс компаний, предлагающих инновационные продукты и услуги – знания и квалификация сотрудников». Подобно тому, как знания и ноу-хау помогают бизнесу стать более эффективным, в такой же степени профессиональные знания помогают организациям некоммерческого сектора совершенствовать услуги для незащищенных групп населения.

Наличие таких программ дает много преимуществ для компаний. «В IBM волонтерская деятельность рассматривается как часть программы по развитию лидеров. С ее помощью легко выявить потенциальных лидеров среди сотрудников, тех, кто легко берет на себя обязательства, находит средства для выполнения поставленных задач», – отметила Татьяна Кипчатова.

В современных условиях бизнес-лидер должен обладать набором компетенций, которые включают в себя понимание общественных вызовов:

экологических, социальных, культурных и экономических. Такие программы дают бесценный опыт, который необходим бизнес-лидеру. Передача в дар технологий, ноу-хау, экспертизы и личного времени сотрудников – важное направление развития современных программ по корпоративному гражданству.

Сервисный корпус IBM – это глобальная инициатива, которая была разработана в компании и имела своего рода прообраз в государственной программе США «Корпус мира», когда опытные люди из бизнеса едут в страны с развивающейся экономикой, чтобы применить свой опыт к решению задач общественного сектора. «Точно таким же образом в IBM формируются небольшие команды из сотрудников. Обычно такие команды комплектуются по принципу дополняемости навыками и знаниями. Это огромная работа, большие инвестиции в развитие сотрудников», – отметила выступающая.

Среди последних проектов компании: Сервисный корпус IBM в Казани, 2010 г. – «Долгосрочная стратегия развития социально-образовательной сети Казанского (Приволжского) Федерального университета», а также «Долгосрочная программа повышения посещаемости Национального музея республики Татарстан». В 2011 г. планируется Сервисный корпус в Сочи, Ростове, Алмате (Казахстан).

Выступающая еще раз подчеркнула ценность волонтерских инициатив для компании, которые развивают новый социальный и культурный опыт у сотрудников, навыки работы в мультикультурных командах; понимание и уважение социальных ценностей. Корпоративное волонтерство формирует навыки работы с организациями общественного сектора и правительственными организациями, знание глобальных стандартов КСО и следование этим стандартам, новые профессиональные навыки и компетенции, новые возможности для бизнеса.

Менеджер социальных проектов Clifford Chance Moscow **Татьяна ПЕСОЦКАЯ** продолжила тему pro bono. Московский офис компании существует с 1991 г. Деятельность компания разделяет на pro bono, благотворительность и волонтерство в сфере, где профессионально сильны сотрудники компании – юриспруденция. Три глобальных принципа компании – доступ к правосудию (юридические консультации для НКО и частных лиц), доступ к образованию и доступ к финансированию (юридическая помощь для людей, которые хотят начать или раз-





вить свой бизнес). Г-жа Песоцкая уточнила, что в pro bono входит подготовка исследований по различным законодательным вопросам, проведение круглых столов для НКО по юридическим вопросам, проведение мастер-классов для малоопытных предпринимателей по юридическим аспектам, консультирование, работа со студентами – лекции в вузах, судейство юридических конкурсов. Выступающая отметила, что время, затраченное на pro bono, учитывается наряду с рабочим временем. Так, в 2010 г. 60 юристов затратили на оказание pro bono услуг около 1000 часов.

Г-жа Песоцкая обратила внимание на то, что проекты, финансируемые компанией, обязательно должны содержать волонтерский (а именно pro bono) компонент. Помимо финансовой помощи Clifford Chance Moscow занимается сбором вещей, книг для нуждающихся, предоставляет офисные помещения для проведения встреч или семинаров, свою офисную технику для печати и тиражирования материалов. Волонтерская помощь

компании предоставляется в виде представительства компании в Попечительских советах НКО, помощи НКО, работающим с подростками, в их профессиональной ориентации (IT-отдел и отдел кадров), помощи с переводом текстов, посадки цветов и деревьев, организации детских праздников.

Говоря о мотивации сотрудников компании, г-жа Песоцкая выделила три момента – возможность получения профессиональных навыков (например, уникальная для младших юристов компании возможность научиться прямому общению с клиентом), расширение профессионального кругозора и следование одному из корпоративных принципов – помощь и поддержка местного сообщества.

Среди сложностей Татьяна Песоцкая назвала следующие: поначалу сотрудники считали, что волонтерство – это что-то личное, не связанное с работой, не все верили в честность и прозрачность НКО и, соответственно, не видели смысла в такой помощи, их беспокоила нечеткость формулирования проблем и запросов от НКО. На нынешнем этапе проблемы заключаются в нехватке времени на волонтерскую работу. Важным моментом также является то, что НКО не всегда благодарят за безвозмездную помощь, а это очень значимо для волонтера.

Быть может тогда компании могут обходиться своими силами? Или все-таки помощь НКО необходима? По мнению Ирины Зуевой «...обращаться за советом следует в том случае, если у компании есть порыв, но нет лидеров и ресурсов для воплощения задумки в жизнь. НКО – это владелец определенной базы и технологий». Ее мысль поддержала Оксана Критикова: «Если у компании есть внутренняя экспертиза управления проектами корпоративного волонтерства, то на сторону ходить не нужно. При отсутствии знаний и навыков необходима помощь профессионалов, и здесь правильное решение – передача волонтерских проектов на outsourcing в НКО».

Несмотря на разногласия по некоторым вопросам, участники конференции сошлись в одном. К сожалению, в России плохо проработана законодательная база в сфере благотворительности. Такой вопрос, как снижение налогов для частных лиц и компаний, занимающихся волонтерством (к примеру, налог на оказание услуг и pro bono), весьма актуален. Но решить его сможет лишь государство, а участники конференции могут привлечь внимание к проблеме.

«Горячая» дискуссия по некоторым вопросам доказала их актуальность. В целом конференция позволила собравшимся выйти на следующий уровень консолидации интересов представителей компаний, НКО и государства в сфере корпоративного волонтерства.

СОСТОЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

Корпоративное добровольчество является динамичной всемирной силой, направляемой коммерческими компаниями, которые хотят внести свой вклад в решение серьезных локальных и мировых проблем.

Каждый день во всем мире десятки тысяч сотрудников добровольно тратят свое время, талант и энергию, чтобы внести свой вклад в улучшение жизни местного сообщества и, в особенности, нуждающихся слоев населения.

Как ни странно, но мировой экономический кризис даже способствовал укреплению корпоративного добровольчества. Сотрудники компаний активно участвуют в добровольческой деятельности: проявляют инициативность в решении возникающих проблем местного сообщества, а также в удовлетворении основных потребностей безработных и социально уязвимых категорий граждан; эффективно используют выделенные денежные средства на нужды населения; поддерживают моральное состояние граждан в трудные времена.

О ПРОЕКТЕ

Этот проект был разработан для получения нового знания о корпоративном добровольчестве, которое поможет компаниям расширить и укрепить достижения и результативность волонтерской деятельности на международном, национальном или местном уровне.

Проект является инициативой Международной ассоциации добровольческих усилий (IAEV) и Глобального совета по корпоративному добровольчеству (GCVC) и посвящен празднованию 10-летия международной программы ООН – «Год добровольцев» (IVY+10).

Проект состоит из двух частей:

- Исследование состояния корпоративного добровольчества, региональные и местные оценки характера, масштабов, а также тенденций, проблем и возможностей, формирующих положение корпоративного добровольчества в мире.
- Глобальное исследование организаций, в фокусе которого то, как международные компании организуют и управляют корпоративным добровольчеством.

Это качественные исследования, основанные на опыте, экспертных оценках и наблюдениях компаний и НКО, работающих для развития и поддержки корпоративного добровольчества, а также независимых экспертов. Первое исследование состояния корпоративного добровольчества основано на интервью с экспертами, анализе документов, интервью с представителями международных, региональных и национальных компаний, а также на анализе других исследований корпоративного добровольчества. Второе исследование – глобальное исследование организаций – основано на персональных и телефонных интервью, анализе документов компаний и дополнительных материалов.

С тех пор, как в 30-х годах корпоративное добровольчество было определено как набор «разумных» действий, оно понималось, особенно в Великобритании и США как «социально одобряемые» действия для общества. На сегодняшний день общепризнанно, что деятельность корпоративного добровольчества является стратегической и приносит ценный вклад в развитие общества, становится неотъемлемой частью стратегий корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития в любой компании.

По результатам экспертных бесед с представителями глобальных, региональных и национальных компаний состояние мирового корпоративного добровольчества характеризуется и зависит от деятельности НКО, которые поддерживают и содействуют развитию корпоративного добровольчества, а также от деятельности независимых наблюдателей.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЛОКАЛИЗАЦИЯ

Компании, поддерживающие и развивающие корпоративное добровольчество, сделавшие его своей неотъемлемой структурной частью, относятся к различным областям бизнеса. Это компании, работающие с физическими и юридическими лицами (B2B), представляющие различные отрасли промышленности, такие как финансы, страхование, промышленное производство, горная промышленность, розничная торговля, фармацевтика, логистика, консалтинг, право и др., действующие в каждом регионе мира.

Региональные, национальные и местные предприятия привлекают своих сотрудников для добровольческой деятельности. Работая вместе или самостоятельно, они отвечают на потребности местного сообщества в регионе присутствия, там, где ведут свой бизнес.

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА НА РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ ОБЩЕСТВА

Все чаще компании стремятся сосредоточить усилия своих сотрудников, занимающихся волонтерской деятельностью, на конкретных проблемах. Для достижения наибольшего вклада в решение человеческих, социальных и экологических проблем компании привлекают все свои ресурсы – человеческие, финансовые, ресурсы в натуральной форме и др.

Корпоративное добровольчество направлено на удовлетворение базовых человеческих потребностей в еде, жилье, безопасности, в доступе и эффективности медицинской помощи.

Волонтеры из числа сотрудников также работают для решения проблем социальной справедливости, а именно, предотвращения использо-

вания детского труда, расширения прав и возможностей женщин, доступа к юридическим услугам, а также для расширения деятельности людей с ограниченными возможностями здоровья.

Они помогают детям, молодежи и взрослым научиться читать и считать, получить профессиональные навыки и повысить готовность к работе, общаясь как наставники и тренеры. Они сажают деревья, занимаются очисткой береговых линий, строительством детских игровых площадок, просвещением местных сообществ по вопросам энергопотребления и сбережения энергии, восстановлением жилых домов и государственных зданий.

Корпоративные добровольцы используют в этой работе свои профессиональные навыки и личные качества, свои способности организовывать и управлять проектами, свое понимание и навыки целеполагания, энтузиазм и приверженность делу.

ОПТИМИСТИЧЕСКАЯ ДИНАМИКА

Корпоративное добровольчество не является статичным, оно постоянно растет и меняется для удовлетворения новых потребностей местного общества и соответствия ожиданиям компаний.

Мировые компании, участвовавшие в исследовании, говорили о постоянных положительных изменениях в корпоративном добровольчестве. Все начиналось с его планового внедрения через новые программы, но сейчас эти программы постоянно обновляются и трансформируются.

Наряду с тем, как бизнес компаний выходит на мировой уровень, корпоративное добровольчество сотрудников также должно приобре-

Банк «УРАЛСИБ»

Добровольцы Детского фонда «Виктория» и Банка «УРАЛСИБ» провели совместное мероприятие для воспитанников Шатурского социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних.

Дети и добровольцы превратились на время в компаньонов, которым предстояло



отправиться на поиски сокровищ «морских волков». Быстро переодевшись в пиратов, все разделились на несколько команд и начали свое путешествие. Прежде всего, искатели приключений познакомились со своей командой: в решительные моменты всегда необходимо знать, на кого можно положиться! Основным было задание «5 ключей» – пять препятствий, через которые необходимо было пройти, чтобы получить заветные ключи, правильно подобрав которые, можно открыть сундук с сокровищами и получить звание самого лихого и отважного пирата.

тать глобальный характер – этому компании должны обучаться. Но поскольку в действительности компании находятся на разных стадиях этого процесса, корпоративное добровольчество еще окончательно не сформировалось как явление мирового масштаба, а продолжает активно развиваться.

Особую роль в развитии, как компаний, так и добровольческой деятельности играют молодые сотрудники, приступающие к работе с новой энергией и приносящие новые идеи. Во многих странах они приходят уже с опытом общественной работы в старшей школе и в университете. Хотя наличие опыта и приверженность идеям корпоративной социальной ответственности, активной добровольческой деятельности не является обязательным условием при приеме на работу, отсутствие такого может быть сдерживающим фактором.

Корпоративное добровольчество – это «большой шатер», охватывающий широкий круг мероприятий, философий, подходов и управленческих структур.

В деятельности корпоративного добровольчества участвуют не только обычные сотрудники компаний, но и высококвалифицированные кадры, профессионально занимающиеся добровольческой деятельностью, как в рамках одной организации, на местном уровне, так и по всему миру.

Речь идет о том, что добровольцы используют свои навыки в межличностных взаимодействиях с людьми, нуждающимися в помощи; малые группы добровольцев работают вместе с НКО, помогая им в осуществлении их миссии; волонтеры во всемирном движении в течение дней, недель, месяцев принимают участие в реализации конкретных проектов.

Пока одни были пиратами, другие готовили вкусный обед. После трапезы ребята и взрослые принимали участие в спортивных играх, запускали змеев, общались. По возвращении в школу, добровольцы вручили воспитанникам подарки.

Мероприятие преследовало несколько целей: развитие навыков эффективной коммуникации у детей и взрослых;

развитие воображения, творческих и коммуникативных качеств в каждом ребенке; развитие нестандартного мышления при совместном решении проблем и выработке стратегии; создание командного духа среди взрослых и детей.

Погружая детей в подобные игровые ситуации, добровольцы вместе с воспитанниками детских учреждений учатся по-новому смотреть на мир и находить в нем себя.



О Т Ч Е Т

Этот отчет представляет основные положения и главные выводы проекта. Это международный документ, призванный обозначить ключевые выводы, а также быстро и эффективно их распространить для широкой аудитории. Дополнительные материалы – полная версия отчета, материалы онлайн и книга – будут выпущены в 2011 году.

Корпоративные добровольцы собирают деньги и другие ресурсы в натуральной форме; участвуют в крупномасштабных проектах; оказывают помощь на микро-уровне; организуют образовательные мероприятия, в которых часто принимают участие их семьи, сотрудники, ушедшие на пенсию, поставщики, клиенты и стратегические партнеры компании.

Компании в немалой степени зависят от партнерства с международными и локальными НКО, которые помогают им больше узнать о нуждах местного сообщества и направить волонтеров в те места, где они могут принести наибольшую пользу. В обмен на это бизнес помогает НКО укрепить свое положение, вместе создает новые проекты, направленные на изменение некоммерческих организаций и местного сообщества.

Нет лучшего способа, «рецепта» для корпоративного добровольчества. Характер и масштабы деятельности корпоративных добровольцев зависят от специфики бизнеса, общей ситуации, основываются на корпоративной культуре компании, ее ресурсах, приоритетах, рабочей силе и характере текущих отношений с сообществом на территории присутствия. Компании осознают, что лучше сделать что-то малое, чем не делать ничего, но при этом не обязательно пытаться сделать все.

Существует множество региональных и культурных особенностей в понимании и практике добровольчества, которые формируют и адаптируют корпоративное добровольчество к местному контексту.

Желание и готовность помогать универсальны. Добровольчество, в некотором роде, существует в каждом обществе, среди людей с разным материальным благосостоянием, разными политическими, религиозными и этическими взглядами.

Но даже сегодня в мире глобализации существуют региональные и культурные отличия в поведении людей, их ценностях и в том, что они считают допустимым и должным, а что – недопустимым. Эти отличия распространяются на всю добровольческую деятельность в конкретном регионе, в том числе и на корпоративное добровольчество.

Компании должны понимать и учитывать эти различия. То, как осуществляется волонтерская деятельность в одном регионе, может быть недо-

пустимым в другом. Отличия существуют и в том, как люди говорят, какие используют образы, как взаимодействуют и помогают друг другу.

В одних странах сильный некоммерческий сектор является важным элементом общества, независимо от поддержки государства. В других странах обеспечение общественного благосостояния воспринимается как прямая обязанность государства, а для волонтеров оставлено мало возможностей решения проблем в области социального обеспечения и образования.

В одних странах считается, что поощрение и поддержка добровольческих инициатив сотрудников является должным и желательным для работодателя. В других странах добровольчество считается личным делом каждого, и работодатель не воспринимается как агент, имеющий право и возможность стимулировать волонтерскую деятельность. Мировые компании должны учитывать эти различия, адаптируясь к местным ценностям, обычаям и ожиданиям.

ОБЗОР РЕГИОНОВ

Африка

В целом регион характеризуется низким уровнем развития корпоративного добровольчества. Наиболее заметным исключением является Южная Африка, где значительное число местных компаний организовали волонтерские программы и начали совместную деятельность. В большинстве африканских стран компании сосредоточили свои «корпоративные социальные инвестиции» на финансовой поддержке НКО, государственных инициативах и на спонсировании локальных мероприятий в сообществе. Международные компании, работающие в этом регионе, с переменным успехом привлекают сотрудников для участия в добровольческих программах.

Арабские государства

В этом регионе корпоративное добровольчество развивается медленно, в основном, в Объединенных Арабских Эмиратах, Иордании, Ливане и Египте при незначительном межсекторном партнерстве. В большинстве стран компании сосредоточили свои «корпоративные социальные инвестиции» на финансовой поддержке НКО, государственных инициативах и на спонсировании локальных мероприятий в сообществе. Международные компании, работающие в этом регионе, с переменным успехом привлекают сотрудников для участия в добровольческих программах.

Азиатско-Тихоокеанский регион

Международные компании отмечают энтузиазм сотрудников в добровольческой деятельности в этом регионе. Высоким уровнем корпоративного добровольчества характеризуются и региональные, местные компании. Зачастую акцент делается на наиболее очевидные, актуальные проекты, высокий уровень вовлечения сотрудников. Также с большим энтузиазмом корпоративным добровольчеством занимаются молодые сотрудники. В регионе сильны традиции волонтерской помощи при стихийных бедствиях, помощи в улучшении жизни бедных и социально уязвимых слоев населения.

Европа

В отличие от других регионов, в Европе корпоративное добровольчество во многом зависит от региональных особенностей – роли государства в обеспечении социального благосостояния; представлений людей о роли компаний в поддержке добровольчества сотрудников, при том, что волонтерство многими воспринимается как частная и личная деятельность; а также от истории, религии и традиций.

Однако постепенно корпоративное добровольчество занимает центральное место в корпоративной социальной ответственности большинства компаний и выступает в качестве инструмента вовлечения сотрудников. Сильные модели появляются в результате сотрудничества бизнеса с партнерами-НКО, например ENGAGE и национальные советы корпоративного добровольчества в Португалии и Турции.



Coca-Cola Hellenic

Рождественский Караван – это социально ориентированный проект, который традиционно проводится компанией Coca-Cola Hellenic в канун Нового года для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в России – с 2001 г.

Яркие, празднично украшенные грузовики с изображением Санта-Клауса привозят подарки в детские дома, реабилитационные центры и больницы. В роли Санта-Клауса выступают волонтеры Coca-Cola Hellenic, они же принимают активное участие в сборе подарков и денежных средств для детей. В рамках Рождественского Каравана проходят детские спектакли и театрализованные представления, игры и конкурсы.

Латинская Америка

Отличительной чертой модели корпоративного добровольчества в этом регионе является то, что оно в большей степени направлено на преобразование, чем на «помощь», на реализацию прав граждан на участие в решении данных проблем, чем на просто «творение добра». Личный рост сотрудников является ключевой задачей – расширение их мировоззрения, обеспечение понимания социальных проблем, включение командного духа в их систему ценностей. Основные направления корпоративного добровольчества включают совместные действия сотрудников из разных компаний, программы, проводимые молодыми людьми, совместное определение приоритетов для поддержки со стороны корпоративных добровольцев и представителей местного сообщества.

Северная Америка

Корпоративное добровольчество появилось именно в этом регионе и сегодня является зрелой, сформировавшейся деятельностью. Присутствует в большинстве крупных компаний и постепенно появляется в малых и средних организациях. Корпоративное волонтерство является неотъемлемым условием устойчивого развития любой компании, частью политики КСО. Компании уделяют внимание профессиональному местному и зарубежному добровольчеству. Однако существует опасение, что зрелость корпоративного добровольчества может отразиться как потеря инновационного потенциала. Сегодня коммерческие и некоммерческие организации уже достаточно развиты, чтобы поддерживать формирование корпоративного



Караван проезжает по всем городам-миллионникам страны, а также областным центрам, где расположены подшефные Coca-Cola Hellenic детские дома. В 2010 г. Рождественский Караван проехал по 47 российским городам, охватив вниманием более 8000 детей и подростков.

Проект действительно масштабный, подготовка к нему начинается в сентябре, когда волонтеры заранее закупают необходимое оборудование и оснащение для грузовиков, готовят подарки для детей, продумывают маршруты следования грузовиков, и согласуют списки детских домов с соответствующими органами городских, районных и областных администраций. В реализацию этого кроссфункционального социального проекта вовлечены почти все отделы Coca-Cola Hellenic: внешних связей, маркетинга, продаж, доставки, логистики и т. д.

волонтерства с помощью новых технологий, оценки, консультирования и профессионального менеджмента.

Международные компании занимаются глобальной добровольческой деятельностью.

Было проведено 47 интервью с представителями международных компаний. Исходя из полученных данных, были подготовлены оценки состояния корпоративного добровольчества в глобальном контексте.

Стратегический вклад

Корпоративное добровольчество является стратегически важным для достижения коммерческих целей бизнес-организаций. Оно всегда создавалось для какой-либо стратегической задачи компании. Оно выросло из первоначальной роли во взаимодействии с местным сообществом и сегодня используется как инструмент управления корпоративной культурой, привлечения сотрудников, бренд-менеджмента, взаимодействий с внешними целевыми группами и для входа на новые рынки.

«Добровольчество в нашем ДНК» – это выражение верно для многих компаний, особенно тех, у которых сильны индивидуальные учредители, заинтересованные в участии в решении социальных проблем местного сообщества. Другие компании используют добровольчество как способ формирования корпоративной культуры, адаптируя ее к изменяющимся условиям и ожиданиям работников.

Привлечение удовлетворенных, лояльных и эффективных сотрудников необходимо для любого бизнеса. Стратегически разработанные программы добровольчества создают сильные и эффективные рабочие группы, предоставляют работникам возможности личностного роста и помогают развитию лидерских и профессиональных навыков. Сейчас желаемым результатом корпоративного добровольчества является воспитание в сотрудниках соответствующих ценностей, гордости и преданности компании.

Несмотря на то, что совместная добровольческая деятельность с другими компаниями находится на ранней стадии развития, она уже рассматривается как способ укрепления отношений с поставщиками, потребителями и стратегическими партнерами, что при этом требует инвестиций и грамотного управления.

Выводы:

- ♦ Тщательное планирование и демонстрация положительного вклада волонтерства в достижение бизнес-целей компании укрепляет место добровольчества в организации.

- ♦ Внутренние партнерские отношения, в особенности среди сотрудников отделов персонала, являются ключом к успеху.

ВДОХНОВЛЯЮЩИЙ ОПЫТ

Понятие «вдохновляющий опыт» более адекватно, чем понятие «лучший опыт» – «лучший» это оценка очевидца, но общеизвестно, что любой опыт высоко ситуативен.

Концепция «лучшего опыта» построена вокруг идеи, что «общественная мудрость» самостоятельно выделит лучшие практики. Но что делать, если люди не сходятся во мнении о том, что представляет собой «лучший опыт»? Может ли являться что-то «лучшим опытом», если не существует ясного понимания желаемого результата?

Большинство существующих практик, которые принято называть «лучшими», на самом деле являются просто «самыми популярными». Так, например, часто случается, что «дни, недели и месяцы службы» затрачиваются на действия, которые «надо сделать», а не на продуманные действия, основанные на четко определенном желаемом результате, и которые лучшим образом подходят для выполнения поставленных задач.

По результатам исследования «вдохновляющим опытом» мы называем то, чему компании могут научиться друг от друга, что они могут адаптировать к собственной ситуации и начать работать для достижения желаемых результатов.

Выводы:

- ♦ При принятии решения о том, что делать, необходимо вначале ясно понимать желаемые результаты и только потом оценивать возможности, извлекая уроки из чужого опыта.
- ♦ Распространение вдохновляющего опыта важно, как внутри компании для обучения и адаптации, так и между организациями.

ПАРТНЕРСТВО С НКО

Мировые и местные партнерские отношения с НКО являются жизненно важным элементом корпоративного добровольчества.

Роль НКО в качестве партнера значительно выросла по мере того, как компании сосредоточили свое внимание на положительных результатах корпоративного добровольчества для решения проблем территории и на роли добровольчества как неотъемлемой части работы с персоналом.

В настоящее время компании признают, что НКО имеют опыт, который может помочь управлять корпоративной вовлеченностью сотрудников. Это способствует росту возможностей для волонтеров вложить свои лич-

ные и профессиональные навыки в работу для получения положительного результата.

Все чаще компании и НКО двигаются к «трансформации партнерства», в которой они вместе работают для достижения общих целей путем взаимного обмена людьми, опытом, обучением и ресурсами. По мере того, как растет значимость сотрудничества, компании готовы инвестировать в развитие «производительности» партнерских НКО.

Многие компании ищут международных партнеров, которые смогут направлять программы корпоративного волонтерства, оказывать содействие в вовлечении сотрудников в добровольчество на международном уровне. На уровне отдельных стран и местных сообществ компании ищут партнеров среди НКО, которые знают о локальных потребностях, культуре, приемлемых ролях волонтеров и возможностях для их участия в решении социальных проблем. НКО также могут заниматься администрированием волонтерских программ компаний, которые те отдают на аутсорсинг.

Выводы:

- ♦ НКО должны понимать и отвечать задачам бизнес-организаций в партнерских отношениях.
- ♦ Взаимное открытое общение, совместное планирование, взаимная оценка, обучение и обратная связь укрепляют партнерские отношения между компанией и НКО.

ЭксонМобил Sci-Tech

В октябре 2011 г. компания «ЭксонМобил» совместно с межрегиональной общественной организацией «Достижения молодежи» объявила о запуске новой образовательной программы Sci-Tech в России. Инициатива была создана при поддержке корпорации «Эксон Мобил» и уже работает в восьми Европейских странах с 2010 г. Благодаря программе Sci-Tech, российские школьники в возрасте от 15 до 18 лет смогут больше узнать о возможностях и перспективах, связанных со знанием математики и естественных/точных наук, приобретут опыт проектно – исследовательской деятельности и получат практические навыки, расширяющие их представления о профессиях научно – технического профиля.

Структура и содержание Sci-Tech разработаны в увлекательной и наглядной форме. Все материалы программы направлены на то, чтобы показать, что математика, естественные и точные науки являются – и в еще большей степени будут являться – универсальным международным языком профессионалов и важнейшим инструментом успеха в современном мире высоких технологий.

Участники программы смогут использовать интерактивные ресурсы Sci-Tech для знакомства с глобальными проблемами и задачами современной и будущей энергетики. Молодые люди будут иметь возможность проверить уровень своих знаний с помощью интерактивного – теста, после успешного прохождения которого будет сформирован электронный именной сертификат.

В рамках программы ребята будут общаться с экспертами компании «ЭксонМобил», чтобы «из первых рук» получить информацию об основных тенденциях и изменениях, происходящих в научно-технической области и связанных с ней профессиях. Промежуточным итогом успешного сотрудничества и реализации программы послу-

РАЗЛИЧНЫЕ ФИЛОСОФИИ И ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Существуют отличия в основных философских принципах и видах деятельности корпоративного добровольчества в различных компаниях.

Программы основаны на различных бизнес-моделях («добавленная ценность компании»); моделях социального обеспечения («помощь тем, кто в ней нуждается»); моделях социального развития («меняющиеся системы»); моделях человеческого развития («расширение возможностей людей, которые нуждаются в помощи, создание заинтересованных граждан-волонтеров»).

Одни из этих программ больше ориентированы на достижение внешнего эффекта. Другие – больше на внутренние результаты, а именно на масштабы участия, качество опыта добровольцев и выгоды для компании.

Существует множество мнений по поводу «места» добровольчества в компании, как стратегического, так и оперативного, а также по поводу ожиданий участия руководителей, средних менеджеров и работников. То, что лучше всего подходит компании, то и стоит реализовывать.

Деятельность международных организаций направлена на ограниченное число приоритетных направлений, работа по которым позволяет достичь наибольшего эффекта. Очевидно, что и на локальном уровне руководство компаний должно быть способно ответить на ожидания и



жит проведение общероссийского конкурса Sci-Tech среди школьников от 15 до 18 лет в ноябре 2011 г.

Весной 2012 г. победители российского конкурса Sci-Tech примут участие в международном финале, где также соберутся лучшие команды юных изобретателей из Бельгии, Великобритании, Германии, Италии, Нидерландов, Норвегии, Польши и Франции, чтобы представить ведущим экспертам отрасли свое видение эффективной энергетики.

«Программа Sci-Tech является нашей корпоративной инициативой, которая уже хорошо себя зарекомендовала в Европе. И мы очень

рады тому, что сегодня в программе Sci-Tech смогут принять участие дети из России», – сказал Гленн Уоллер, Президент «ЭксонМобил Раша Инк.».

«Новая программа Sci-Tech в полной мере реализует практико-ориентированный подход к формированию научно-технических знаний у школьников. Создавая условия для активного участия экспертов «ЭксонМобил», мы вдохновляем молодежь на творчество и готовим ее к открытиям», – считает исполнительный директор МОО «Достижения молодых» Нина Кузнецова.

Подробная информация о программе опубликована на сайте: <http://scitech.ja-russia.ru>.

потребности местного сообщества. Следующий важный вопрос: кто направляет добровольческую деятельность – компания в целом или сами сотрудники.

Выводы:

- ♦ «Быть честным с самим собой» – необходимое правило в разработке программ корпоративного добровольчества.
- ♦ Головной офис может создать структуру ожиданий, приоритетов и политики компании, но лучше всего, если политика будет выстроена на ожиданиях компании в целом, на запросах и в ответ на местные реалии.

ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО, ОСНОВАННОЕ НА ЗНАНИЯХ, И МЕЖДУНАРОДНОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

Добровольчество, основанное на знаниях, и международное добровольчество – новые тенденции с огромным потенциалом влияния. Но существует множество проблем, препятствующих их распространению.

Добровольчество, основанное на знаниях – использование профессиональных и личных навыков – также старо, как и корпоративное добровольчество само по себе. Но в недавние годы оно приобрело особое значение для компаний как способ увеличения их роли в решении конкретных проблем сообщества.

Несмотря на то, что под добровольчеством, основанном на знаниях, чаще всего подразумевают профессиональные навыки, оно включает любые относящиеся к делу знания, которые могут быть использованы для решения проблем и создания новых возможностей. Добровольчество, основанное на знаниях, включает навыки менеджеров, бухгалтеров, юристов и маркетологов, а также водителей грузовиков, садовников или продавцов.

Существует две основных проблемы, препятствующих распространению добровольчества, основанного на знаниях. Во-первых, необходимо определить потребности сообщества, сформировать возможности, провести отбор и подготовку добровольцев, чтобы быть уверенным в удовлетворительном результате – все это требует значительных инвестиций со стороны компании. Во-вторых, волонтеры могут не захотеть использовать свои профессиональные навыки для добровольческой деятельности, предпочитая вместо

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА:

Kenn Allen, Ed.D, Project Director; President of the Civil Society Consulting Group LLC;

Monica Galiano, Senior Researcher; President of Iniciativa Brazil;

Sarah Hayes, Senior Researcher; Consultant Director of the Global Corporate Volunteer Council.

этого участвовать в деятельности, которая будет способствовать развитию новых навыков, либо обеспечивать личную удовлетворенность и социальные связи.

Международное добровольчество пока находится на стадии развития и может быть полезным только для ряда компаний, в которых действуют соответствующие специальные программы. Международное добровольчество должно соответствовать коммерческим интересам компании, корпоративной культуре и особым знаниям сотрудников. Эти программы тесно связаны со стратегиями развития управленческих качеств и навыков сотрудников компаний. Но из-за высоких затрат на путешествия, жилье и управление проектом, программы международного добровольчества доступны лишь для немногих сотрудников.

Выводы:

- ♦ Добровольчество, основанное на знаниях, и международное добровольчество имеют высокую потенциальную отдачу и эффект от инвестиций.
- ♦ Для многих компаний оба вида добровольчества скорее всего не получают должного распространения, будут нишевыми программами, поскольку не предполагают массового участия сотрудников и требуют высоких инвестиций.
- ♦ Оба вида добровольчества предоставляют возможности для НКО по управлению программами на основе аутсорсинга.

ИЗМЕРЕНИЕ И ОЦЕНКА

Несмотря на то, что признается важность оценки производительности, результатов и эффектов корпоративного добровольчества, тем не менее, инвестиции в текущие измерения и оценку невелики.

Несмотря на явное стремление к совершенству в своей деятельности, к повышению уровня участия и роли добровольцев в решении местных и глобальных проблем, компании, как правило, не включают оценку достигнутых результатов в обязательные процедуры реализации программ.

Большинство компаний ограничиваются количественным измерением результатов – числом сотрудников, занимавшихся добровольческой деятельностью, количеством затраченных на это часов, количеством проектов и т. д. Но некоторые компании намеренно не делают этого по каким-либо практическим или философским причинам. Многие признают слабость системы отчетности, невысокую заинтересованность со стороны головного офиса, в особенности из-за удаленности от штаб-квартиры компании.



Распространено убеждение, что для проведения оценки требуется довольно много времени, опыта и финансовых ресурсов. Но есть и исключения. Некоторые компании доверяют системе оценки реализуемых проектов со стороны партнеров-НКО. В ряде случаев компании инвестируют в разработку более точных и независимых систем

оценки – социологические исследования методом кейс-стади (доскональное изучение отдельного случая), предварительные и повторные замеры, наблюдение за изменениями в сообществе, мониторинг отношения сотрудников-добровольцев к компании и сообществу.

Выводы:

- ♦ Не существует международных стандартизированных моделей сбора информации о корпоративном добровольчестве. Также нет универсальной модели агрегирования данных о корпоративном добровольчестве по нескольким компаниям.
- ♦ На данный момент компании полагаются на здравый смысл и «житейскую логику» при оценке добровольческих программ. Это, потенциально, приводит к снижению эффективности реализуемых проектов.

ТЕХНОЛОГИЯ

Существуют примеры инновационного использования технологий для поддержки корпоративного добровольчества, но большинство компаний используют довольно стандартные и ограниченные технологии.

Несмотря на то, что новые методы использования технологий распространены еще незначительно, они находят свой путь в «большой шатер добровольчества» через интернет-добровольчество, которое

Дополнительная информация

О проекте – www.gcvcresearch.org; kenn@civilsocietyconsulting.com

Об IAVE – www.iave.org; info@iave.org, GCVC – sarah@civilsocietyconsulting.com

Член Совета директоров IAVE в России
gbodrenkova@yandex.ru

Перевод выполнен Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ВШЭ: www.grans.hse.ru,
go@hse.ru

создает устойчивые наставнические отношения и связи, через микроволонтерство, позволяющее внести личный вклад в достижение глобальных целей, а также через международные проекты профессионального добровольчества.

Существуют компании, разрабатывающие новые онлайн-методы поддержки добровольческой деятельности своих сотрудников, в первую очередь, через мультязычные интернет-порталы, включающие справочные материалы и возможности для коммуникаций, распространения информации, обмена опытом и идеями между сотрудниками.

Доступность подобных порталов до сих пор остается серьезной проблемой, во-первых, из-за ограниченности или отсутствия доступа сотрудников к компьютерам на рабочем месте. Во-вторых, из-за того, что большинство онлайн-механизмов были созданы для удобства компании, а не для удобства пользователей. Также существуют реальные барьеры использования подобных площадок для коммуникаций, поскольку в рабочее время у сотрудников может быть заблокирован доступ к интернету. Наряду с этим, многие компании не удовлетворены оперативностью, возможностями программного обеспечения и работой поставщиков.

Выводы:

- ♦ Крепкие партнерские отношения могут быть построены с помощью внутренних IT-ресурсов посредством предоставления онлайн-механизмов, удобных для пользователей и руководителей программ.
- ♦ Существует открытый рынок и широкие возможности для инновационных продуктов, отвечающих потребностям компаний.

Благодарности

Приносим благодарность сотрудникам международных компаний, кто принял участие в глубинных интервью; тем, кто был опрошен и участвовал в фокус-группах, а также в написании отчетов и проведении анализа для исследования состояния корпоративного добровольчества; сотрудникам организациям, которые помогли реализовать проект.

Особая благодарность нашим финансовым спонсорам, которые работали с нами на протяжении всего проекта.

Этому проекту оказывали поддержку Совет директоров Международной Ассоциации Добровольческих усилий (IAVE), члены Глобального совета по корпоративному добровольчеству (GCVC). Организаторы Всемирной Конференции Волонтеров, Национальный Центр добровольчества и благотворительности в Сингапуре, пригласившие для презентации отчета по исследованию на пленарном заседании.

Выражаем благодарность Валькирии Гаротти (Walkyria Garotti) из Сан-Паоло за разработку дизайна отчета и XpressPrint (Pte) Ltd в Сингапуре за его публикацию.

IBM и шесть стратегических причин для празднования столетия компании путем общественно полезной работы

Розабет Мосс Кантер, консультант



Столетний юбилей корпорации IBM, который отмечался 15 июня, – это празднование дня рождения для всего мира. Атрибуты этого праздника, однако, не торт, свечи и маскарадные костюмы. Это, скорее, день, когда «вы засучили рукава, чтобы хорошо поработать». Почти 300000 сотрудников IBM и членов их семей в 120 странах мира обязались отработать не менее 8 часов, принимая активное участие более чем в 3500 проектах, которые используют инструменты или возможности IBM. В рамках этой социальной инициативы, был разработан новый инструментарий для решения текущих задач. И это – не просто слова, это – реальная работа.

Возможно, это масштабное привлечение сотрудников IBM к такой общественно значимой инициативе может помочь многим другим компаниям, крупным и совсем небольшим, в осознании стратегической важности ведения бизнеса с опорой на основополагающие корпоративные принципы. Это должно помочь компаниям использовать любую возможность помочь тем, кому эта помощь требуется. Многие компании демонстрируют приверженность принципам социальной ответственности в случае стихийных бедствий. Так, Procter & Gamble получила высокую оценку в «Нью-Йорк таймс» за свою благотворительную инициативу Tide Loads of Hope, а фургоны Duracell Power Relief содействуют усилиям по оказанию помощи пострадавшим от наводнений на юге США.

Но почему бы не сделать доброе дело в хороший день по хорошему поводу? Некоторые компании уже связывали празднование своих юбиле-

ев с идеей общественного служения. Novartis отмечает каждую годовщину слияния, которое позволило создать компанию в ее нынешнем виде, международным днем добровольных общественных работ, что я предложила в 1996 году, будучи консультантом по вопросам интеграции после слияния. Однако, деятельность IBM (о которой я знаю благодаря моей работе в качестве консультанта) показывает, каких инновационных и стратегически важных результатов можно достичь, когда компания берется за социальную инициативу с таким размахом – от высших руководителей до рядовых сотрудников.

Сотрудники IBM приняли участие в этих мероприятиях в соответствии со своими профессиональными умениями, навыками и персональными интересами. Они хотели содействовать текущей деятельности компании и реализации эффективных решений, не наносящих ущерба окружающей среде. Некоторые из таких мероприятий были запущены в канун 100-летия компании. Вот ряд примеров: Образовательная инициатива по вопросам неприкосновенности частной жизни и противодействию буллингу (травле в отношении ребенка со стороны группы одноклассников), осуществляемая в 100 школах Германии. Новая технология Web-сайтов, разработанная в Индии и предназначенная для людей со слабым зрением; запущена на 50 сайтах. Главный исполнительный директор IBM Сэм Пальмизано с мэром и директором одной из школ города Балтимор, штат Мэриленд, оказывают помощь в подготовке учащихся и преподавателей для будущей карьеры в областях STEM (Science, Technology, Engineering and Math – наука, технологии, инженерное дело и математика). Доступ женщин-предпринимателей к набору эффективных бизнес-инструментов IBM для предприятий сектора малого и среднего бизнеса, наряду с новым Web-сайтом Supplier Connection, созданным IBM для доступа к крупным корпоративным контрактам; курирует программу старший вице-президент Джинни Рометти (Ginni Rometty). Маркетинговый инструментарий для некоммерческого применения в сочетании с практическими занятиями, которые провел главный директор по маркетингу Йон Ивата (Jon Iwata) и другие специалисты. Эти занятия проводились в рамках семинара, организованного в Аспирантуре педагогических наук Гарвардского университета (Harvard Graduate



ВОЛОНТЕРСТВО В IBM

Сотрудники IBM во всем мире активно принимают участие в волонтерских проектах, направляя свои знания и профессиональный опыт в бизнесе на решение наиболее актуальных задач общественного сектора. Каждый третий сотрудник IBM является волонтером.

Компания активно поддерживает и поощряет КВ. В поддержку волонтерства разработан и постоянно обновляется специальный интранет ресурс, On Demand Community. On Demand Community – это инструмент, содержащий более 200 презентаций, руководств для проведения экспериментов, брошюр и видеоматериалов, которые рекомендуются к использованию при работе с НКО и школами. Так, волонтеры, собирающиеся уделить свое время подросткам, найдут здесь презентации о безопасности в Интернете, идеи для инженерных экспериментов TryScience, материалы о выборе инженерных профессий и т. д. Добровольцы, собирающиеся оказать содействие НКО, найдут рекомендации по технологическому планированию и управлению проектами для НКО, рекомендации по переходу на СПО, маркетинговые стратегии и т. д.

On Demand Community также предлагает «лучшие практики» КВ, отмечает лучших волонтеров и их команды, проводит обучение. В On Demand Community встроена система учета волонтерских часов. При наличии определенного количества волонтерских часов организация, получившая данную волонтерскую помощь, получает денежный либо технологический грант от компании IBM.

Одна из специальных волонтерских программ IBM – Corporate Service Corps. В рамках этой программы сотрудники IBM объединяются в небольшие проектные команды и направляются в страны с развивающимися экономиками, чтобы оказать помощь организациям некоммерческого и государственного сектора. Все организации получают эту помощь на безвозмездной основе.

В 2011 г. компания IBM в честь своего 100-летия реализует специальную программу волонтерских инициатив сотрудников, Celebration of Service, чтобы особенным образом ознаменовать год юбилея компании. Инициатива направлена на развитие волонтерства, основанного на профессиональных знаниях и навыках (skills-based volunteering).

Профессиональное содействие в отборе, подготовке и реализации совместных волонтерских проектов оказывает CAF Russia. В программе принимают участие 17 НКО. Каждый волонтерский проект был «прикреплен» к одному из бизнес подразделений компании, внутри которых были созданы проектные команды, к которым может подключиться любой из сотрудников IBM.

Проекты НКО были представлены на Сервисном Форуме IBM в апреле 2011 года. На нем было организовано «голосование» жетонами, по результатам которого победители получили небольшие гранты от IBM.

В рамках Celebration of Service компания выделила отдельный грантовый фонд, который будет направлен на поддержку самых успешных проектов, получивших наибольшее вовлечение сотрудников IBM.

Совместное празднование столетия IBM с участием НКО прошло по всему миру 15 июня. В России была организована общая встреча всех сотрудников IBM и НКО, в ходе которой совместные команды IBM-НКО представили свои проекты. Кампания Celebration of Service продлится до конца года, однако ее задача – заложить основы для долгосрочного сотрудничества IBM и НКО в рамках корпоративных волонтерских инициатив.

School of Education) для национальных организаций из Бостона, штат Массачусетс, таких как City Year и Citizen Schools.

Существует шесть стратегических преимуществ празднования ключевых корпоративных событий и исторических вех путем участия в социально значимых мероприятиях:

1. Общественная деятельность отражает корпоративную сущность. Она делает цели и ценности конкретными и осязаемыми. Она формирует «человеческое лицо» компании и показывает, что компания является частью общества и готова внести свой вклад в его позитивное развитие.

2. Сотрудники ценят такую возможность. Это воодушевляющий шанс принять участие в решении вопросов, которые их волнуют в связи с профессиональными интересами.

3. Клиентам нравится это. Они могут присоединиться. Они видят, каких принципов и ценностей придерживается компания, и что это – не на словах, а на деле.

4. Общественно значимые мероприятия формируют сообщество внутри организации. Исчезает состояние разобщенности, изолированности подразделений. Люди, выполняющие в организации совершенно разные функции, работают вместе. Люди из многочисленных служб, отделений и филиалов ощущают себя частью чего-то большего, чем они сами.

5. Общественно значимые проекты формируют сообщество за пределами организации. В процессе достижения общих целей в рамках социальных инициатив налаживаются новые связи.

6. Общественно значимая деятельность показывает, что ваши продукты и услуги могут приносить реальную пользу людям и делать доброе дело. Когда празднование корпоративных дат, связанное с социальными инициативами, является также частью бизнес-стратегии, то выигрывают все,



от городской школы до женщин-предпринимателей. Конечно, это маркетинг. Но на первом месте здесь – социальные аспекты.

IBM играет ведущую роль – как сказали бы некоторые, привлекает и направляет. Это – важная тенденция. На праздничных мероприятиях все чаще организовывается сбор книг для школ в Африке или одежды для бездомных. Я бывала на подобных мероприятиях, которые включали воскресную работу по обустройству и озеленению двора городской школы. Объединив усилия, можно сделать большое дело. Можно коренным образом изменить подход – от работы ради личной выгоды к деятельности, проникнутой общей целью. И когда глобальная компания не только демонстрирует первоклассные результаты в области обслуживания клиентов, но практически контактирует с сотнями потенциальных клиентов, эффект от непосредственного воздействия может оказаться значительно сильнее, чем любое побуждение к действию.



КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО: МОДЕЛИ И ВОЗМОЖНЫЕ «ПОДВОДНЫЕ КАМНИ»



**Юлия
ДОРОЖИНСКАЯ**
руководитель
проекта «Корпоративное волонтерство», тренер
УК «Клаудвочер»

Хочу поделиться своими мыслями о существующих моделях корпоративного волонтерства, с которыми я и мои коллеги из УК «Клаудвочер» познакомились, работая с различными компаниями, и предложить вам обратить внимание на некоторые причины возникновения конфликтных ситуаций и нестыковок во взаимодействии с корпоративными волонтерами; компании и некоммерческих организаций.

Корпоративное волонтерство (добровольчество) – это участие сотрудников в добровольной работе в различных социальных программах при поддержке организации, в которой они работают.

Это движение набирает обороты во всем мире. Различные компании, крупные и только родившиеся, создают свои социальные или благотворительные программы, волонтерами в которых являются собственные работники, а также члены их семей или пенсионеры компании.

Корпоративное добровольчество обеспечивает следующие выгоды местному сообществу: расширение знаний, умений и профессионального опыта НКО (в сфере кадрового менеджмента, финансового управления, маркетинга, связей с общественностью); привлечение в программы НКО большого числа квалифицированных добровольцев, что ведет к увеличению масштаба и разнообразия оказываемых ими социальных услуг, а также к сокращению затрат на рекрутинг и заработную плату; создание новых партнерских отношений между различными ветвями власти, бизнесом и некоммерческими общественными организациями; повышение социальной активности граждан, пополнение их знаний и увеличение возможностей их участия в различных общественных программах; обогащение исторического опыта и культурной жизни сообщества. Выгоды очевидны.

Итак, на повестке дня вопрос: как это происходит? Во многих компаниях сотрудники самостоятельно участвуют в волонтерских или благотворительных проектах. Кто-то делает это под эгидой НКО, кто-то создает свои волонтерские движения или общества, кто-то помогает индивидуально.

В одних компаниях инициативы сотрудников поддерживаются, в других – сотрудники сталкиваются с разными административными барьер-

рами и вынуждены скрывать свои волонтерские инициативы. Ситуации бывают разные, также как и основания для возникновения корпоративного волонтерства: требования и традиции западных корпораций, развитие и выход на новый рыночный уровень самой компании, определенные требования к бизнесу в обществе, личная инициатива топ-менеджмента, КСО, зарождение волонтерского общества среди сотрудников по их инициативе.

МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

На данный момент существуют три самые распространенные модели:

1. «Партнерская модель». Сотрудники компании участвуют в добровольческой деятельности партнеров из общественных организаций, НКО, БФ, социальных служб и т. д.

Модель эффективна, когда компания заключила договоренности с НКО, основанные на партнерстве с учетом профессиональных навыков друг друга.

Зачастую происходит следующая ситуация: компания



Kraft Foods

Основная миссия благотворительных и волонтерских программ компании во время глобальной Недели волонтерства, которая проходит в компании уже третий год подряд в первую неделю октября, – «Сделаем мир ярче вместе!». Количество волонтеров растет из года в год. Так, в 2009 г.

их было 100 человек, в 2010 – 403 человека. В 2011 г. – более 800 сотрудников принимали участие в акциях, направленных на повышение качества жизни местных сообществ, защиту окружающей среды и помощь детям. Также существенно расширилась география Недели волонтерства: впервые к командам из Москвы, Санкт-Петербурга, Покрова, Собинки, Великого Новгорода, Чудова и Иркутска присоединились коллеги из Самары, Казани, Владивостока, Красноярска. Корпоративные волонтеры помогали заповедным территориям России: Приокско-Террасному заповеднику, парку природы «Дудергофские высоты» в Ленинградской области, национальному заповеднику «Столбы» в Красноярске, Волжско-Камскому заповеднику в Казани, национальному парку «Самарская Лука» в Самаре, сельскому поселению Виллози в Ленинградской области, Дальневосточному морскому заповеднику во Владивостоке, Прибайкальскому национальному заповеднику в Иркутске, Химкинскому лесу, национальному парку «Мещера» во Владимирской области.

В 2011 г. волонтеры компании помогли не только природе, но и незащищенным слоям населения – воспитанникам детских домов и интернатов. Сотрудники присоединились к покраске стен детского отделения московской больницы, где лечат детей с врожденным пороком сердца, сходили с ребятами из московских интернатов в Музей Востока и приняли участие в совместном уроке рисования. Также была организована экскурсия по Москве для ребят из детских домов Ярославской и Калужских областей, которые впервые увидели столицу. Были проведены праздники для детей в Покровской школе и детском саду Чудовского района. А во Владимире волонтеры приняли уча-

самостоятельно решает, кому помогать и как помогать, исходя из своих собственных потребностей, запросов и понимания существующей проблематики. Далее соответствующий запрос в виде программы, проекта, акции идет в НКО: сделайте нам вот так и желательно в короткий срок. Представители НКО, обладающие профессиональной компетенцией в данном вопросе, сразу видят некоторые несоответствия, а порой знают, что данный вид помощи носит временный эмоциональный эффект и не решает поднятую проблему. Возникают так называемые ножницы: с одной стороны НКО заинтересовано в сотрудничестве с компанией, а с другой стороны видит несостоятельность или сложность поставленной задачи. И, при отсутствии возможности корректировки запроса, либо выполняет заказ, либо просто отказывает компании. В результате появляются недовольство и претензии к позиции друг друга.

Пример: 2011 год объявлен ООН годом посадки лесов. И большинство компаний стали сажать деревья. При этом запросы звучали так: хотим посадить 500 деревьев в черте города (это конкретные примеры Москвы и Самары). Специализированные

стие в городском празднике для детей с ограниченными возможностями.

Волонтерские программы доступны для сотрудников «Крафт Фудс Рус» в течение всего года. В феврале 2011 г. была запущена программа «Помочь просто», в рамках которой сотрудники могут помочь детям с заболеваниями сердца – подопечным фонда «Детские сердца», и детям-сиротам, подопечным художественного центра «Дети Марии».

Сотрудники могут помогать нуждающимся, как материальными пожертвованиями, так и участием в волонтерских программах. Компания совместно с центром «Дети Марии» организует выезды в детские дома, во время которых волонтеры могут подружиться с ребятами и принять участие в художественных мастер-классах. Организуются также сбор подарков и принадлежностей для рукоделия и рисования для воспитанников детских домов и коррекционных школ-интернатов. Денежные пожертвования на лечение детей, больных пороком сердца, удваиваются за счет компании.

Подобные акции находят широкий отклик. Так, в декабре 2010 г. была проведена акция «Подари новогоднее чудо», в рамках которой сотрудники «Крафт Фудс Рус» смогли почувствовать себя настоящими Дедами Морозами и купить подарки 300 ребятам в 9 детских домах. Прямо перед Новым годом волонтеры компании отправились в детские дома во Владимирской, Ленинградской и Новгородских областях и вместе с Дедом Морозом вручили подарки ребятишкам.



НКО знают, что существует определенное время, когда можно сажать деревья, в противном случае они не приживутся. Есть еще один большой вопрос: где сажать? Если реализовывать проект в городских парках, то наталкиваемся на существующие условия:

- ♦ После посадки дерева необходимо поливать - кто это будет делать? Парк не обладает таким ресурсом.
- ♦ Выбранные компанией породы деревьев не всегда подходят под посадку в парке. Предлагаемые же парком виды иногда стоят дороже, да и существуют определенные условия высадки: деревья сажают с комом. А это существенно увеличивает стоимость проекта.
- ♦ Многие парки выставляют свои условия проведения акции на их территории: дополнительные расходы на размещение кейтеринга, столов, туалетов и т. д. Их тоже надо понять – выделяемый им бюджет не так велик.

В рассмотренном случае компании придется заплатить еще и НКО за оказываемые услуги. Реализовать данный проект не так просто, как кажется в начале. Он имеет сложную логистику.

Специализированная НКО всегда даст грамотную консультацию: кому необходима помощь на данный момент, где это важнее всего, как правильнее всего начать и реализовать данный проект, какие ресурсы на это потребуются.

И тут возникает вопрос выбора: НКО – партнер? Или НКО оказывает услуги? В разных вариантах разные результаты, условия и правила игры. И об этом необходимо договариваться заблаговременно, до начала реализации мероприятия.



БАТ Россия

«БАТ Россия» уже не первый год оказывает содействие волонтерским проектам, инициаторами которых выступают сотрудники компании. Разработана специальная процедура, в рамках которой предусмотрен бюджет для компенсации расходов сотрудников в рамках каждого проекта: так, например, при работах по благоустройству и озеленению компания компенсирует расходы на сопутствующие материалы (саженцы, лопаты, ведра и т. д.). В 2011 г. сотрудники компании инициировали 12 волонтерских акций в Тюме-

ни, Уфе, Стерлитамаке, Екатеринбурге и других российских городах.

В Новокузнецке команда волонтеров организовала несколько праздников для воспитанников школы-интерната №66 для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. Волонтеры подготовились основательно: арендовали красивые костюмы, музыкальное оборудование и подготовили вместе с ребятами развлекательную программу с песнями, танцами, конкурсами и подарками. Праздник удался на славу!

2. «Уникальная корпоративная модель». Корпорация разрабатывает собственную программу добровольческой деятельности. Чаще всего эту модель используют крупные компании. И в этом случае возникают вопросы:

- ♦ Существует ли система подсчета и обратной связи пользы реализуемых программ?
- ♦ Какую стратегию благотворительности выбирает компания: реализовывать краткосрочные акции, решая вопросы благополучателей «здесь и сейчас», или большие программы, которые растянуты во времени и рассчитаны на изменение ситуации в целом?
- ♦ Как выстраивается система работы с корпоративными волонтерами (способы привлечения новых волонтеров, мотивации, поощрения, удержания и «выгорания»)?

Частую выбор сотрудников – кому и как помогать – не совпадает с видением волонтерской деятельности самой компании, да и ресурсы могут быть ограничены. В подобных случаях мы проводили специальные семинары, на которых можно узнать о корпоративной благотворительности, о проектах, направлениях и способах участия. Потом каждый сотрудник рассказывал о своих проектах и о благополучателях. Затем проводился совместный мозговой штурм, в результате которого искали общие способы объединения потребности компании и сотрудника.

Пример: организация помогает воспитанникам из детского дома. На семинар пришли волонтеры, которые не хотят ездить в детские дома, но готовы помогать «братьям нашим меньшим».

«Нам очень нравятся конкурсы и атмосфера, которую вы создаете. Спасибо вам! И приходите чаще, на детей благотворно влияет не только атмосфера мероприятия, – такими словами в адрес волонтеров завершила праздник заместитель директора школы-интерната Елена Галицкая. – Глядя на то, как вы готовитесь к празднику, они учатся, как нужно себя вести, понимают, что нужно помогать друг другу. Для детей ведь важна каждая мелочь».



Для детей ведь важна каждая мелочь».

По окончании каждого проекта красочная презентация о нем выкладывается на обозрение всех сотрудников «БАТ Россия» на внутреннем интернет-портале Interact, где существует специальная страничка «Волонтерство». Читая о том, что делают коллеги, идеями волонтерства проникается все больше сотрудников компании. Количество волонтерских акций растет каждый год.



Было принято решение: связаться с приютом для животных, чтобы сотрудники компании и воспитанники детских домов могли приезжать и вместе ухаживать за питомцами. Волонтерская группа заинтересована в таком мероприятии, и сама компания не выходит за рамки выбранного благополучателя.

3. «Индивидуальная добровольческая деятельность». Корпорация поощряет персональные усилия и личные инициативы сотрудников в волонтерстве. Такую модель я редко встречала. Есть успешные примеры, когда инициатива сотрудника выросла из единичной акции в проведение «Недели волонтерства» для всей компании, а потом в создание и выделение отдельного бюджета на реализацию подобных идей.

Чаще всего это происходило следующим образом: проводим семинар или предварительную встречу перед мероприятием, и выясняется, что есть несколько сотрудников, которые уже давно систематически кому-то помогают.

И тут возникают следующие вопросы:

- ♦ Как узнать про таких пионеров?
- ♦ Как компания может поддержать индивидуальную инициативу?
- ♦ Как соблюсти баланс между волонтерской деятельностью и должностью сотрудника?
- ♦ И что делать, когда индивидуальная инициатива вырастает в создание волонтерской группы. Как управлять этим?

Предлагаю Вам систему, которая возможно, ответит на некоторые вопросы, которые были поставлены ранее или возникли в результате прочтения этой статьи.

ИНСТРУМЕНТЫ, ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДИКИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для начала необходимо провести исследование, оценивающее готовность и возможность компании выявить потенциальных волонтеров. И после этого разработать формы и методы эффективного привлечения сотрудников к добровольчеству.

1 этап: Выявление исходных предпосылок для реализации программы по корпоративному волонтерству.

Задача: получение информации о характере уже существующих инициатив и выявление предпочтений сотрудников по их дальнейшей добровольческой деятельности.

Методы проведения работ:

- ♦ анкетирование;

- ♦ изучение существующих проектов и акций;
- ♦ интервью с представителями компании.

2 этап: Подготовка программы по корпоративному волонтерству.

Задача: подготовка проекта с учетом основных подходов к благотворительной деятельности компании и интересов/запросов сотрудников.

Программа будет определять ключевые подходы к вовлечению потенциальных добровольцев к участию в благотворительной деятельности через волонтерство. Также она позволит развивать филантропическую активность, основываясь на системном подходе.

Методы проведения работ:

- ♦ мозговые штурмы с участием специалистов по корпоративному добровольчеству и действующих волонтеров компании;
- ♦ консультации с необходимыми специалистами.

3 этап: Подбор конкретных акций и партнеров для реализации программы по корпоративному волонтерству.

Задача: предложение и выбор наиболее подходящих проектов.

Методы проведения работ:

- ♦ анализ благотворительных инициатив на предмет соответствия принципам программы по корпоративному волонтерству;
- ♦ мозговые штурмы с участием представителей компании и специалистов некоммерческого сектора.

4 этап: Обучение сотрудников принципам осознанного волонтерства.

Задача: подготовка волонтеров.

Методы проведения работ:

- ♦ Тренинги/семинары с сотрудниками по различным аспектам волонтерской деятельности, основным правилам участия в ней. Занятия обычно проводят эксперты некоммерческих организаций, волонтерских движений, психологи НКО.

Результатом четвертого этапа станет приобретение волонтерами навыков и компетенций, необходимых для эффективной деятельности.

5 этап: Участие в реализации благотворительных мероприятий в рамках программы корпоративного добровольчества. Практическое применение/внедрение теоретического материала.

Задача: успешное проведение мероприятия.

В результате волонтеры смогут грамотно реализовать собственный проект, минимизировать риски его срывов, получить обратную связь и наметить следующие шаги. Все это благотворно повлияет на мотивацию как для действующих, так и для потенциальных добровольцев.

НАСТОЯЩЕЕ ЭЛЬДОРАДО ДЛЯ ВОЛОНТЕРОВ



Оксана
КРИТИКОВА,
руководитель
по внутрикор-
поративным
коммуникаци-
ям и социаль-
ным проектам
компании
«Эльдорадо»

Во время поездки в почтовой карете Авраам Линкольн убеждал своих попутчиков в том, что все добрые дела совершаются благодаря эгоизму. В этот момент раздался истошный визг свиньи – тонули ее поросята, свалившиеся в пруд. Линкольн выпрыгнул из кареты, бросился к пруду и вытащил поросят. Когда он вновь сел в карету, его попутчик заметил: «Ну, Эйб, какое отношение эгоизм имеет к тому, что только что произошло?» – «Побойся Бога, Эд! Самое прямое! Я бы целый день места себе не находил, если бы бросил на произвол судьбы это несчастное семейство! Неужели ты не понимаешь, что я сделал это только для того, чтобы меня не мучила совесть?»

Я, ТЫ, ОН, ОНА. ВМЕСТЕ – ЦЕЛАЯ СТРАНА

«В каждой организации численностью более 100 человек, всегда можно собрать группу людей, настолько же эгоистичных, как и Авраам Линкольн» – эту мысль мне внушили в одной очень успешной международной корпорации, родом из Америки. Важнейшей составляющей ее корпоративной социальной ответственности много десятилетий является развитие волонтерского движения. Компании, поддерживающие своих волонтеров, понимают, что характерные качества добровольцев – сознательность, ответственность, вовлеченность – важны для развития бизнеса, потому что такие люди являются их движущей силой, проводниками качественных изменений.

Развитие волонтерского движения «Эльдорадо» шло параллельно с активной работой по перепозиционированию компании. Обновленный бренд строился на новой идеологии коммуникации с потребителями. Обещание компании быть внимательными к каждому покупателю, помогая ему сделать правильный выбор, нашло продолжение в слогане, объединившем всех сотрудников «Эльдорадо» – «Мы сделали правильный выбор!». Что, в

свою очередь, нашло естественное преломление в девизе волонтерского движения «Наш выбор – помощь тем, кому она необходима».

Корпоративное волонтерство стало частью корпоративной культуры. Через 3 года после старта деятельность волонтеров «Эльдорадо» на всех уровнях воспринимается не просто как добрые дела группы энтузиастов, а как участие эльдорадовцев в решении общественных задач, их вклад в решение проблем общества при поддержке и поощрении со стороны компании.

МАНИФЕСТ

«Прежде, чем объединяться, и для того, чтобы объединиться, мы должны сначала решительно и определенно размежеваться» – из «Заявления редакции «Искры», написанного в 1900 году Владимиром Лениным. Понимая, что объединение будет прочным только тогда, когда его участниками станут люди с общими целями и интересами, и для этого нужно «размежеваться» с теми, кто не отвечает этому условию и не может быть участником объединения, инициативная группа села писать Манифест волонтеров «Эльдорадо».

Затем документ был вынесен на широкое обсуждение, после принятия поправок прошел юридическую экспертизу и был опубликован на внешнем www.eldorado.ru и внутреннем my.eldorado.ru сайтах, и позже размещен на официальных страницах компании в самых популярных социальных сетях:

- * http://vkontakte.ru/eldorado_stores
- * <http://www.facebook.com/Eldorado.Stores>
- * <http://www.odnoklassniki.ru/group/50934252044361>

Манифест официально признает различные уровни погружения в волонтерскую активность. Так, любой сотрудник, готовый принимать личное участие в благотворительных проектах «Эльдорадо» в течение года, имеет право называться волонтером. Те, кто оказывает финансовую и товарную помощь, но не принимает личного участия в проектах, получают статус «спонсоров». А тот, кто готов начать и вести новое направление назначается его координатором. Координаторы направлений составляют волонтерский актив, который собирается 1 раз в квартал, чтобы наметить «План добрых дел» и распределить на них волонтерский бюджет.

- * Количество сотрудников ЦО – 620 человек.
- * Волонтерский актив – 10 человек.
- * В одной акции принимают участие от 6 (посещение онкоцентров) до 20 человек (организация пикника для инвалидов-колясочников).
- * В Дне донора участвуют более 50 человек.

* Всего волонтеров – включая доноров – более 100 человек, или 1/6 всего ЦО.

НЕ ПЫТАЙТЕСЬ ОБЪЯТЬ НЕОБЪЯТНОЕ

Чтобы не распылять мощность, чтобы она была видима и результативна, волонтерский актив изучил несколько социальных проблем, их корни и следствия, познакомился со способами решения. Ведь вне такого подхода любая помощь является всего лишь попыткой действовать наудачу, эмоциональным порывом, не всегда приносящим хорошие плоды.



В результате на обсуждение широкой эльдорадовской общественности были вынесены и проблемы и возможные форматы участия в их решении:

Приоритетные группы оказания помощи	Острая проблема	Возможный формат участия волонтеров «Эльдорадо» в ее решении
Помощь инвалидам	<p>ДЦП/детский церебральный паралич – нарушение двигательной и мышечной активности и координации движений вследствие поражения отделов мозга.</p> <p>В 20 веке 25% нобелевских лауреатов по физике были больны церебральным параличом.</p> <p>В России диагноз ДЦП – приговор, равный пожизненному заключению в 4 стенах психоневрологических интернатов – местах жительства людей с диагнозом ДЦП в возрасте 20 лет и старше.</p> <p>Исходя из частотности рождения детей с признаками ДЦП (5,0-6,0 на 1000), можно предположить, что в России не менее 1,5 миллионов таких инвалидов – людей, у которых из-за отсутствия комплексной реабилитации нет в жизни никаких перспектив.</p>	<p>Социализация пациентов Психоневрологического интерната:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Создание самодеятельного театра, формирование репертуара, привлечение театральной студии для организации уроков актерского мастерства, сценического движения, сценической речи и ритмики. • Организация пикников, дней рождений, посещений кафе, выставок, музейных экспозиций. • Передача в дар и ремонт бытовой техники и электроники.

Помощь детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей, находящимся в приютах, домах ребенка, социальных гостиницах и иных подобных учреждениях	По данным Генпрокуратуры РФ, через год после выхода из детдома около 30% бывших воспитанников теряют жилье и превращаются в бомжей, примерно 20% становятся преступниками, 10% совершают суицид и только 30% адаптируются к нормальной жизни. Причина – низкая способность воспитанников детских домов к социализации. Механизм передачи социального опыта – традиции, они формируют развитие необходимых качеств и свойств для адаптации детей сирот и социальных сирот к иной жизни, за рамками детских домов.	Социализация воспитанников школы-интерната: • Организация кулинарных поединков для получения необходимых бытовых навыков в игровой форме. • Организация чемпионатов по мини-футболу как традиции начинать и заканчивать учебный год. • Благоустройство территории/субботники.
Помощь детям в возрасте до 14 лет, имеющих хронические и иные заболевания	В России нет канцер-регистра (от англ. cancer – «рак») – единой информационной базы, где хранятся сведения о заболевших детях, и не ведется подсчет детей, больных раком. Большинство федеральных онкологических клиник расположено в Москве, пациенты в регионах не могут получить нужную и своевременную медицинскую помощь, в случае подозрения на заболевание родители вынуждены везти своих детей в столицу для подтверждения диагнозов. Государство выделяет больным детям из регионов квоты, но их порой не могут сразу положить в столичную клинику, т. к. в больнице нет мест. Государственная квота в России на лечение онкологических заболеваний составляет чуть менее 150 тыс. рублей, однако на лечение онкологических заболеваний нужно в 5–7 раз больше.	Помощь онкобольным детям, проходящим лечение в детском отделении Онкологического центра на Каширском шоссе, Балашихинском онкодиспансере и Центре медицинской помощи детям в Солнцево – покупка и передача ингаляторов, детских масок, лекарств, средств индивидуальной гигиены, продуктов питания.

Предложения по форматам волонтерской работы возникли не случайно. Первый и самый важный принцип формулы успеха звучит так: заниматься тем, что нравится и приносит удовольствие. Для того, чтобы волонтерское движение объединило и по настоящему увлекло как можно больше людей, волонтерский актив «Эльдорадо» в качестве основы каждого направления помощи принял... хобби его координатора!

Начиная эти проекты, мы и предположить не могли «сколько нам открытий чудных» предстоит сделать.

ДУША ОБЯЗАНА ТРУДИТЬСЯ

Когда смотришь на человека, имеющего какое-то отклонение от физической нормы, то переносишь эти недостатки и на его умственные способности. Однако знакомство с теми, кто имеет диагноз ДЦП, во время

первого визита в психоневрологический диспансер № 20 помогло понять, что это не всегда так.

Существует утверждение, что на долю каждого из нас выпадает ровно столько испытаний, сколько мы в состоянии вынести. Если оно верно, то пациенты интерната духовно сильнее здоровых людей. Им достался тяжелый крест, который они несут с достоинством, что заслуживает большого уважения.

Общение с ними заставляет вспомнить слова Николая Заболоцкого – «душа обязана трудиться». У них она трудится! Каждый жест, каждый шаг даются им с превеликим трудом, при этом они находят в себе силы радоваться жизни, заниматься творчеством – например, писать картины, как Андрей Шекутьев, или афоризмы, как Алексей Карлов, или стихи, как Ирина Мовчан.

Я – АКТЕР!

Второе открытие случилось во время работы над первой постановкой самодеятельного театра. Пациентам, у которых отсутствуют видимые речевые и двигательные нарушения, было предложено на три недели стать настоящими студентами, которым сценическое искусство преподают выпускники лучших театральных училищ Москвы – Шуйкина, ГИТИСа и т. д. Однако выбор педагогами студии-партнера чеховских пьес «Ванька» и «Лошадиная фамилия» смутил не только волонтеров, но и медицинский коллектив интерната. В самом начале проекта мы не верили в то, что людям с диагнозом ДЦП эти сценические миниатюры будут по силам, даже

просили режиссеров найти пьесы полегче и попроще. И оказались не правы

Если бы вы слышали, как пронзительно звучат в исполнении актера с ДЦП, который весь отпущенный ему богом срок проживет в интернате, чеховские слова «Христом богом тебя молю, возьми меня отседа. Пожалей ты меня сироту несчастную, увези меня отсюда, а то помру». Зал





потрясенно молчал, на глазах врачей и медсестер наворачивались слезы. А еще через минуту, когда на сцену выходила массовка и начинала вдохновенно исполнять частушки и русские народные танцы, на лицах зрителей уже зажигались улыбки. И

вот это правильное чередование смешного и грустного делает каждую постановку эмоционально насыщенной, оставляющей светлые воспоминания, как всегда происходит при встрече с истинными талантами и настоящими произведениями искусства.

По признанию медперсонала интерната уроки сценического искусства и презентация их результатов стали настоящей арт-терапией, поднявшей настроение и жизненный тонус не только актерам, но и зрителям.

Хочется надеяться, проект «Самодельный театр» будет развиваться, получит помощь и поддержку не только со стороны инициаторов – волонтеров «Эльдорадо». Ведь это один из немногих шансов для реализации творческого потенциала пациентов интерната, которые теперь могут сказать «я – актер, я живу полноценной жизнью, пытаюсь быть счастливым сам и сделать своих товарищей по несчастью тоже чуть-чуть счастливее».

ДЕЛАЙ КАК МЫ, ДЕЛАЙ ЛУЧШЕ НАС!

Конечно, жизнь детей в школе-интернате во многом лучше, чем в своих родных семьях. Однако кое-что педагоги и воспитатели не могут дать детям, преимущественно, из-за нехватки времени.

Волонтеры «Эльдорадо» помогают подвести итоги четверти, чтобы дети могли похвалиться своими достижениями и понять, что их успеваемость в школе нужна не только им самим. Самые высокие результаты успеваемости в школе, дисциплине и культуре общения вознаграждаются подарками. А окончание и начало учебного года отмечаются по традиции футбольным турниром.

Не секрет, что коллектив воспитателей школ-интернатов, детских домов, приютов, социальных гостиных на 90% состоит из женщин. Поэтому волонтеры «Эльдорадо» очень гордятся футбольным проектом, ориентированным на мальчишек из неблагополучных семей и социальных сирот,

живущих в школе-интернате № 8. Каждый такой турнир становится для них большим и важным уроком правильного мужского поведения и времяпрепровождения.

Например, процесс формирования команд из воспитанников разных возрастов сначала шел с трудом, т. к. нужно было преодолеть сопротивление старших мальчиков, которые не хотели вводить в свой состав «малышей». Другой важный момент – на поле не приветствуется «победа любой ценой», грубое, неспортивное поведение. Если кто-то игнорирует правила, ему предстоит покинуть поле. Но иногда ребенок не в силах выполнить решение судьи – как отказаться от игры, которую ты так долго ждал? И это третий урок для всех участников турнира – поиск компромисса. Грубияну могут предложить отжаться, а затем вернуться в команду и играть уже по правилам.

Каждый раз мальчишки бьются как настоящие мужчины, в их глазах столько страсти, как будто они вышли в финал чемпионата мира. Зачастую именно этой страсти и желания не хватает нашим профессиональным футболистам....



ШКОЛА ЮНЫХ КУЛИНАРОВ

Детям, которые с раннего детства живут не в семье, очень сложно адаптироваться к самостоятельной жизни. Они не знают, как заварить чай, сварить суп, порезать салат. т. е. не могут организовать свой быт. Мы помогаем нашим маленьким друзьям из интерната получить такие

необходимые навыки в игровой форме – учим детей готовить интересные и достаточно сложные блюда кухонь разных стран мира при помощи бытовой техники, которая после урока передается на баланс интерната.

После импровизированных кулинарных уроков мы вместе садимся за стол, чтобы полу-



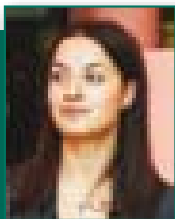
чить удовольствие от блюд, приготовленных руками друг друга, и тепло, по-семейному пообщаться.

МЫ В ОТВЕТЕ ЗА ТЕХ, С КЕМ ПОДРУЖИЛИСЬ

В своей деятельности волонтеры «Эльдорадо» твердо придерживаются принципов постоянства и последовательности. Мы в ответе за тех, с кем подружились – нельзя сначала пообещать свою помощь, а потом забыть о своем обещании. Тебя будут ждать. А если не дождутся – это будет еще одним горьким разочарованием людей, у которых и так не слишком много радости в жизни.

Делая добрые дела, будьте эгоистами – не давайте обещаний, которые не сможете выполнить и заранее продумайте все свои действия, чтобы не испытывать муки совести.

ВАШЕ ВРЕМЯ СЕГОДНЯ — ИХ БУДУЩЕЕ ЗАВТРА!



Мария
ГОРБИЛЕВА,
директор по
коммуникаци-
ям и развитию
МОО «Стар-
шие Братья
Старшие
Сестры»

«Старшие Братья Старшие Сестры» (Big Brothers Big Sisters) – это самая эффективная в мире программа наставничества для детей из неблагополучного окружения. Она была основана более 100 лет назад в Соединенных Штатах Америки и в настоящее время реализуется в 13 странах мира, включая Россию, оказывая поддержку более 280 000 детей.

Программа не занимается сбором одежды для детей, не передает в детские дома дорогие подарки, не занимается покраской заборов и уборкой территорий. Сотрудники программы ищут для детей из детских домов и неблагополучных семей старших друзей. Это взрослые волонтеры, которые, встречаясь с конкретным ребенком каждую неделю, пытаются компенсировать недостаток заботы, внимания и любви, который испытывают такие дети.

Задача программы «Старшие Братья Старшие Сестры» наставничества состоит в том, чтобы помочь детям из неблагополучного окружения раскрыть свой жизненный потенциал через профессионально организованное общение со взрослым волонтером.

Мы подбираем заботливых взрослых для детей, нуждающихся в индивидуальной заботе, внимании, в значимых для них дружеских отношениях. Наша работа заключается в привлечении и обучении взрослых добровольцев для индивидуального общения с ребенком в трудной жизненной ситуации. В программе участвуют дети в возрасте от 5 до 17 лет. Это дети-сироты, дети из неполных и неблагополучных семей, дети с ограниченными возможностями. Дружеские отношения специально подобранной пары «доброволец-ребенок» строятся под наблюдением профессионалов (психологов, педагогов, социальных работников).

Опыт программы в России и за рубежом показал, что если ребенку из неблагополучного окружения уделять несколько часов в неделю, у него улучшается общее эмоциональное состояние, повышается уверенность в себе и уровень самооценки, ребенок становится более инициативным и общительным, он склонен уделять большее внимание учебе, становится более заинтересованным в происходящем вокруг. Ребенок ощущает свою нужность, и это делает его более жизнеспособным и сильным.

НАШИ ДОБРОВОЛЬЦЫ

Пожалуй, основной и самый ценный ресурс, благодаря которому реализуется программа — это добровольцы. Это люди старше 18 лет, обладающие эмоциональной зрелостью, ответственностью, любящие детей и готовые каждую неделю на протяжении минимум одного года проводить 3 часа с ребенком из неблагополучного окружения.

Привлечение добровольцев в благотворительные программы, требующие серьезной вовлеченности и отдачи, — задача не из простых. Одним из эффективных каналов привлечения добровольцев являются крупные компании, заинтересованные в долгосрочном влиянии на развитие общества и поддерживающие добровольческую деятельность своих сотрудников. Участие сотрудника в программе наставничества способствует его личностному росту, укрепляет его моральные качества, развивает творческий подход к решению проблем, расширяет его представление о процессах, происходящих в обществе, и тем самым делает его и компанию более социально ответственными.

Анализ состава волонтеров в программе «Старшие Братья Старшие Сестры» показал, что более 55% из них входят в возрастную группу 18-25 лет, а 33% – в возрастную группу 26-35 лет. Иными словами, это молодая активная часть населения, молодые профессионалы, и именно поэтому мы рассматриваем корпорации как эффективную площадку для выращивания ответственной молодежи и для продвижения благотворительных программ.

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ ФОРМЫ КОРПОРАТИВНОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

Особенность нашего взаимодействия с корпорациями заключается в том, что мы предлагаем сотрудникам практически весь набор возможных форм корпоративного добровольчества:

1. Личное участие сотрудников компании в программе наставничества. Если набирается достаточное количество добровольцев, мы практикуем проведение целевых тренингов для сотрудников конкретной компании.
2. Участие в организации и проведении благотворительных акций (праздники для детей, благотворительные базары, спортивные мероприятия и пр.), включая внутренние мероприятия компании.
3. Возможность регулярно жертвовать средства из заработной платы.
4. Профессиональные бесплатные консультации.
5. Разовая поддержка технического характера.

Как правило, роль компании на первых этапах сотрудничества состоит



в информировании сотрудников о нашей благотворительной программе и о возможностях оказать помощь детям. Через личное участие сотрудников в нашей благотворительной программе мы постепенно выстраиваем отношения и с самой компанией. Сторонники той или иной благотворительной программы внутри организации — это

устойчивая основа для развития сотрудничества и перехода компании на более высокий уровень социальной ответственности.

DHL – СТАРШИЕ БРАТЯ СТАРШИЕ СЕСТРЫ

В апреле 2009 года мы сделали первую презентацию программы наставничества для сотрудников московского офиса DHL. Интерес сотрудников к программе был высокий, но возможное вступление в программу рассматривалось многими как очень серьезный шаг. Понимая это, мы предложили начать с совместной организации и проведения регулярных праздников для наших детей и добровольцев в Москве. Оказалось, что предложенная форма сотрудничества совпала с ожиданиями компании DHL. Ее сотрудники оказали нам неоценимую поддержку, практически полностью взяв на себя организацию наших мероприятий. В мае 2009

команда DHL провела замечательный праздник на открытом воздухе в Терлецком парке, а в марте 2010 года — незабываемое мероприятие в Англо-Американской школе. Осенью 2010 в DHL стартовала программа пожертвований сотрудников, в которой принимают участие «Старшие Братья Старшие Сестры». И мы уверены, что со временем у детей, участвующих в нашей программе, появятся наставники из DHL. Таким образом, мы на практике убедились, что формы взаимодействия с крупными компаниями могут быть абсолютно разными, и что всегда можно найти точки совпадения взаимных интересов коммерческого и некоммерческого секторов.

PwC – СТАРШИЕ БРАТЬЯ СТАРШИЕ СЕСТРЫ

Еще один яркий пример партнерства с корпорациями — это сотрудничество с PricewaterhouseCoopers (PwC). Стратегия компании в отношении собственных сотрудников заключается в предоставлении широких возможностей для личного и профессионального роста на основе программы постоянного обучения и развития. Участие сотрудников в программе «Старшие Братья Старшие Сестры» — это своего рода продолжение внутреннего корпоративного опыта и его распространение вовне через оказание наставнической помощи детям, нуждающимся в этом.



Наше партнерство с PwC постоянно развивается и приобретает все более эффективные и более интересные формы. На сегодняшний день представитель PwC, г-н Сергей Сиротенко, ставший наставником для ребенка в рамках нашей программы, — входит в состав Совета директоров «Nastavniki.org» (Big Brothers Big Sisters of Russia), а наша организация включена в список НКО, которым PwC оказывает финансовую поддержку.

ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА

Подводя итог, стоит сказать, что корпоративное добровольчество неизбежно ведет к более глубокому и вдумчивому сотрудничеству коммерческого и некоммерческого секторов в решении социальных проблем, что в конечном итоге способствует повышению уровня социальной ответственности корпораций и развитию общества в целом.

Корпоративное волонтерство в России.
Сборник лучших практик

Общее редактирование – Татьяна Бачинская

Редактор – Дарья Самохина

Дизайн, верстка – Елена Доренская, Антон Кривошеев

Технический редактор – Дарья Удодова

Подписано в печать - 11 ноября 2011 г.

Формат А5

Печать полноцветная

Тираж 550 экземпляров



Центр развития филантропии
«Сопричастность»



Corporate volunteering in Russia

Россия, Москва, 127055,
ул. Новослободская, 62-19, оф. 294
Контакты: (499) 972 18 06, www.b-soc.ru
info@b-soc.ru