

Корпоративное добровольчество в России может быть престижным

Информационно-аналитический портал

SocPolitika.ru

<http://www.socpolitika.ru/rus/ngo/activity/document10827.shtml>

Автор: О. Кокуркина

Волонтерство и корпоративное волонтерство представляются новой темой российской жизни. Это связано с освоением в России западного опыта добровольчества, транслируемого международными некоммерческими организациями и фондами. Примерно такая же ситуация - с корпоративным волонтерством, которое в мировой практике является важной частью концепции и практики социальной ответственности бизнеса, отсюда - практики вовлечения сотрудников в волонтерские проекты встречаются прежде всего в российских представительствах и филиалах иностранных компаний. Однако это не означает, что в России нет социальной базы добровольчества. Его изучение и сопоставление с международным опытом еще ждет своих исследователей. А пока изучаем заимствованный опыт – Socpolitika.ru.

В последнее время корпоративное добровольчество (КД) входит в практику российских компаний. Этот термин в научной литературе объясняется как любые действия организаций направленные на поощрение и поддержку участия своих работников в делах местного сообщества. Как любое новое явление, КД пока не вошло еще широко в практику, и многие российские компании даже не знают что это такое. Однако интерес к этому явлению в нашей стране постепенно увеличивается. В связи с этим возникает вопрос, как сделать эту деятельность более распространенной и эффективной, приносящей пользу гражданскому обществу.

С начала 90-х годов корпоративное добровольчество в зарубежных компаниях становится одной из форм привлечения сотрудников к общественно значимой деятельности. Основной сферой деятельности их добровольцев становятся школы, больницы, а также проекты в области экологии. Так, компания «Самсунг» ежегодно в октябре проводит «Добровольческую неделю Самсунга». Создана компьютерная сеть, связавшая с помощью Интернет 120 пунктов, через которые нуждающиеся люди и организации могут заявить о необходимой им помощи. В корпорации ежегодно лучшие добровольцы награждаются различными призами. В некоторых подразделениях есть свои добровольческие программы, например, в электромеханическом создан клуб добровольцев, члены которого по 3 часа в неделю обучают детей-инвалидов плаванию. Особенностью программы является то, что самое активное участие в качестве добровольцев в ней принимают руководящие работники корпорации самого высокого уровня и их семьи.

Компании разрабатывают также добровольческие программы, учитывая направления своей деятельности. Так, венгерская нефтяная корпорация «MOL» проводит у себя на родине программы экологического образования среди школьников и транспортных компаний. Корпорация «IBM» включена в программу "Команда технических добровольцев", которая продвигает технологические и технические услуги на добровольческой основе в 2500 организаций здравоохранения и социальной защиты для 2,5 миллионов молодых людей. Однако не все зарубежные компании руководствуются этим принципом при выборе сферы деятельности для добровольцев. Корпорация «Шелл» организует мероприятия по уходу за больными детьми и инвалидами.

Еще в дореволюционной России были заложены и развивались основы добровольческой деятельности. Позже, за годы советской власти, эти традиции были утрачены. Сейчас эту культуру активно привносят с запада транснациональные компании.

Компания «Алкоа Россия» и ее корпоративный фонд уделяют большое внимание развитию добровольческих программ для своих сотрудников. По мнению менеджера по устойчивому развитию компании Галины Григорьевой, привносятся западные традиции корпоративного добровольчества в нашу страну, важно учитывать ее менталитет. Чему и следует компания в России. С весны 2007 года Алкоа Россия в полном масштабе запускает проекты, которые уже давно успешно работают в США и в странах присутствия компании. Сотрудникам предоставляется возможность через добровольческие программы «Bravo!» и «Action» зарабатывать гранты для НКО, на благо которых они трудятся. Программа «Action» – групповая форма участия в добровольчестве. В рамках этой программы группы сотрудников в количестве 5-9 человек, посвятив добровольческой работе 20 часов суммарно на всю группу, имеют возможность подать заявку на грант для НКО в размере \$1,5 тыс. А десять человек, отработав 40 часов добровольцами, могут удвоить сумму гранта. Программа «Bravo!» предназначена для индивидуальных добровольцев компании. Она предполагает, что сотрудник, проработав не менее 50 часов в год в пользу НКО, может подать заявку на грант для НКО в размере \$250. Помимо этих программ сотрудники Алкоа России регулярно участвуют в акции «Месяц служения обществу», в программе «10 млн деревьев до 2020 года», а также шефствуют над детским домом в с. Петровское (Ростовская обл.). Проводят там праздники, помогают делать ремонт, играют с детьми. У западных сотрудников Алкоа, есть возможность на внутреннем корпоративном сайте выбрать НКО, которым нужна помощь. В России же такой возможности пока нет. Из-за отсутствия информации об организациях, которым нужен труд добровольцев, компания сама их выбирает.

Корпорация IBM, количество волонтеров которой по всему миру превышает 57000 человек, также успешно применяет опыт добровольчества в России. По мнению Татьяны Кипчатовой, менеджера корпоративных общественных отношений IBM Восточная Европа/ Азия, важно то, что добровольческие программы компании опираются на опыт и знания своих сотрудников и дополняются передачей инновационных технологий IBM, что делает эти программы заведомо «обреченными» на успех. Добровольческие программы компании отвечают на актуальные общественные проблемы – обеспечение равного доступа к цифровым технологиям, реформа образования, развитие социальных услуг для незащищенных слоев населения, и другие. Реализация добровольческих программ осуществляется в рамках стратегии On Demand Community (ODC). В помощь добровольцам разработана система ODC, в которой представлены более чем 200 презентаций, руководств для проведения экспериментов, брошюр и видеоматериалов. На ODC Интранет сайте освещается опыт и история общественных программ IBM, представлены «лучшие практики» корпоративного волонтерства по всему миру, программы обучения добровольчеству, доступ к технологическим решениям для НКО и

школ, система учета отработанных часов, система поощрения. В России проведена первая Технологическая Школа IBM, сессии которой полностью разработаны и проведены волонтерами компании, осуществляется программа наставничества школьников. Как рассказала Татьяна Кипчатова, сейчас в компании сформировалась команда из 50-60 человек, готовых активно участвовать в программах корпоративного добровольчества.

В компаниях уже есть специалисты, часть рабочего времени которых занята развитием программ по корпоративному добровольчеству, и это является ярким показателем того, что к этому направлению социальной политики относятся серьезно. Такую функцию, например, в компании «БАТ Россия» выполняет менеджер по корпоративным социальным инвестициям Лия Сидлина. Деятельность, касающаяся корпоративного добровольчества, направлена на то, чтобы помочь сотрудникам сориентироваться в существующих социальных проблемах гражданского общества и выбрать для них приоритетное направление. Уже не первый год добровольцы компании участвуют в акциях «Зеленый дозор» - субботниках по уборке парков в Москве и Саратове, благоустраивают территорию детского дома в Санкт-Петербурге, а также помогают детским домам и приютам для бездомных, собирая для них одежду, книги, игрушки, видеокассеты и др.

Также с 2004 года сотрудники компании участвуют в программе добровольных частных пожертвований «Им нужна Ваша помощь». С помощью программы каждый желающий может перевести деньги из своей зарплаты выбранному благополучателю. А компания, уважая желание своих сотрудников заниматься благотворительностью, удваивает эти пожертвования. Участники программы получают подробный отчет о том, куда идут перечисленные средства.

Развитая программа КД существует еще в одной транснациональной компании – Юнилевер. Так, более 2 лет ее добровольцы помогают школе-интернату №80. На ее территории ежегодно весной сотрудники компании участвуют в субботниках по уборке и благоустройству, а также ремонту здания. Волонтеры регулярно оказывают социальную помощь детям ко всем значимым датам – Новый год, начало и окончание учебного процесса. В процесс корпоративного добровольчества вовлечены все сотрудники компании: все отделы в установленной очередности каждый месяц посещают школу-интернат, чтобы лично поздравить именинников месяца с днями рождения, провести время с детьми, подарить личные подарки и просто пообщаться, (чего так не хватает детям, не имеющих семей). Как рассказала Анна Зуева, менеджер по внешним коммуникациям компании, большой интерес у детей вызвали совместные с сотрудниками компании экскурсии на кондитерскую фабрику «Рот-Фронт», киностудию Мосфильм, совхоз «Московский», а также столь любимые ежемесячные походы в Макдоналдс.

Некоторые компании в настоящее время поняли эффективность сотрудничества с НКО. Это может выражаться в проведении совместных партнерских проектов.

Транснациональная компания «Прайс Вотерхаус Куперс» помимо поддержки некоммерческой организации «Круг» и проводимых ею курсов по добровольчеству, также создала группу из своих сотрудников, которые будут обучаться волонтерству. В дальнейшем они смогут применить свои знания на практике, так как у них уже есть опыт работы в детских домах. По мнению Екатерины Аронис, руководителя направления работы с добровольцами организации «Круг», компаниям необходимо учитывать и перенимать большой опыт некоммерческих организаций в области добровольчества, а не начинать все с нуля.

Сотрудники компаний, участвовавшие в добровольческих акциях с восторгом откликаются об этой работе. Так, по мнению Веры Шейниной, координатора по

общественным связям компании «Шеврон», подобные акции позволяют участникам увидеть тех, кому они помогают, а также реально оказать помощь людям, которые в ней нуждаются. Осенью 2006 года 50 сотрудников двух московских офисов компании приняли участие в благоустройстве территории Центра ранней помощи для детей с синдромом Дауна Российской БФ "Даунсайд Ап" во время «Недели заботы». Участники «десанта» привели в порядок газоны, пропололи клумбы, подстригли деревья, убрали остатки строительного мусора и помыли велосипеды.

Яна Буланова, офис-менеджер из компании «Алкоа России» рассказала, что она впервые осенью 2006г. принимала участие в акции по прокладке троп в Битцевском парке для плохослышащих и слепых людей. На эту работу пришло очень много сотрудников компании. Подобные мероприятия, по ее мнению, очень сплачивают людей в их стремлении оказать помощь тем, кто в ней нуждается. При этом, как утверждает Яна, человек растет духовно, что тоже немаловажно.

Именно эмоциональная и духовная реализацией сотрудников компании побуждает их участвовать в добровольческих акциях. Топ-менеджеры также заинтересованы в мотивации своих сотрудников, понимая, что это помогает создать имидж социально-ответственной компании, а также способствует развитию дополнительных навыков у персонала.

Однако, как и у любого нового явления, у корпоративного добровольчества в нашей стране существуют и определенные проблемы. Одна из них – это плохая осведомленность руководства компаний, НКО, о том, как развивается эта сфера деятельности. Другая проблема связана с отсутствием доступной информации об организациях, которым нужна помощь. В свою очередь от представителей НКО можно услышать, что до бизнеса невозможно «достучаться», и они не знают где им можно найти поддержку. В связи с небольшим опытом в этой области, у многих российских компаний не сформирована стратегия развития волонтерства.

Решить последнюю задачу компаниям помогает САФ России, которая разрабатывает для них программы по корпоративному добровольчеству.

По мнению Инги Пагавы, директора по развитию и консультированию САФ Россия, только с помощью специальной политики компании, можно сделать корпоративное добровольчество более эффективным.

Эти и другие проблемы в области КД пытались обсудить на недавно прошедшей в Москве IV Всероссийской конференции по добровольчеству, в рамках которой впервые была организована секция и круглый стол по корпоративному добровольчеству. Жаркие споры, разгорелись между участниками секции, где присутствовали представители бизнеса, НКО, власти, которые уже имеют большой опыт в деле корпоративного добровольчества. В ходе дискуссий участники круглого стола приняли рекомендации по улучшению этого направления и по решению обозначенных проблем. Для этого было предложено создать общий Интернет-ресурс, который объединит потребности бизнеса и НКО в деле добровольчества, а также размещать на сайтах компаний успешные практики в этой области. По мнению Ларисы Тарадиной, эксперта портала «Socpolitika.ru», для развития этой деятельности, важно обучать представителей НКО создавать успешные проекты, которые способны улучшить их финансовое положение.

В целом, как отметили представители бизнеса, власти и НКО, очень важно сделать корпоративное добровольчество престижным, чтобы заниматься им было почетно, а для

этого необходимо морально поощрять компании, которые уделяют внимание этому направлению.

Возможно, с 2007 года компании смогут и захотят более активно принимать участие в добровольческих акциях и будут теперь за это получать национальную общественную награду в области корпоративного добровольчества.

Источник: Журнал «Бизнес и общество», № 1(38) 2007 г.

http://b-soc.ru/netcat_files/archiv/38.pdf

См. также:

[Добровольчество как бизнес, ценность и проект](#)

[Добровольчество – что это?](#)