



Эко-центр «Заповедники» © Сотрудники компаний помогают заповедным местам

СОДЕРЖАНИЕ

| | | |
|----------------------|--|-----------|
| Введение | | 3 |
| Глава 1. | КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ | 5 |
| Глава 2. | КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО: ФАКТОРЫ УСПЕХА И ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ. | 11 |
| Глава 3. | ПРИМЕРЫ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА В РОССИИ | |
| | Citi РОССИЯ | |
| | Международный день волонтера Citi | 26 |
| | ООО «СОСА-COLA HBC EURASIA» | |
| | Зеленые команды. | 29 |
| | АБН АМРО БАНК | |
| | Корпоративное волонтерство и устойчивое развитие | 31 |
| | ЗАО «МОТОРОЛА» | |
| | День социальной помощи | 33 |
| | ГУП «ВОДОКАНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА» | |
| | Экологическое образование и просвещение детей – часть экологической политики предприятия. | 35 |
| | ШВЕДСКИЙ ФОНД ОБУЧЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО | |
| | Программа «SEED – обучение через предпринимательство». | 37 |
| | «САЛЫМ ПЕТРОЛЕУМ ДЕВЕЛОПМЕНТ Н.В.» | |
| | Выбирая будущую профессию | 41 |
| Приложение 1. | Пять шагов к успеху – рекомендации по разработке программ корпоративного волонтерства | 43 |
| Приложение 2. | Памятка разработчику программ корпоративного волонтерства | 45 |
| Приложение 3. | Дополнительная информация | 47 |
| Приложение 4. | Информация об организаторах | 48 |



РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Татьяна Бобровицкая, Shell
Брук Горовиц, IBLF
Эльгиз Качаев, «Деловая Россия»
Анна Клецина, ЦРНО
Елена Корф, IBLF
Елена Левицкая, банк АБН АМРО
Ольга Федосеева, «Эволюция»

Редактор: Елена Корф, IBLF

ВВЕДЕНИЕ

Для любой компании кадры – это ценнейший капитал, обеспечивающий успех и стабильное развитие. В условиях стремительного роста российской экономики, жесткой конкуренции и всеобщего дефицита кадров, на первый взгляд, кажется невероятно сложным объяснить в коммерческих терминах, зачем использовать рабочее время персонала для участия в различных социальных инициативах, не имеющих непосредственного отношения «к делу».

Однако именно конкурентная среда и борьба за кадры способствуют развитию корпоративного волонтерства. Опыт передовых компаний показывает, что в долгосрочной перспективе успеха добиваются такие компании, которые понимают важность здорового психологического климата в коллективе, нефинансовой мотивации и постоянного управления корпоративным социальным влиянием. По данным журнала Fortune, в список 100 лучших компаний-работодателей вошли компании, которые среди прочего предоставляли сотрудникам нефинансовое вознаграждение, возможность профессионального развития и обеспечивали разумный баланс рабочего времени и отдыха.

Цель данной публикации – показать, как в современных рыночных условиях вовлечение сотрудников в социальные проекты может служить на благо бизнеса. Она предназначена для менеджеров по кадрам, связям с общественностью, внешним связям и другим специалистам, чья работа непосредственно связана с управлением персоналом, социальными и благотворительными проектами, корпоративным влиянием. Эта публикация также будет полезна руководителям некоммерческих и благотворительных организаций, заинтересованных в привлечении сотрудников компаний к социальным инициативам.

Корпоративное волонтерство – это не разовый «субботник», а часть корпоративной культуры, основанной на гуманистических ценностях, развитии инициативы и креативности. Именно такая корпоративная культура способствует найму и удержанию лучших кадров, развитию чувства преданности фирме и укреплению репутации компании. В такой корпоративной культуре руководство компании и сотрудники разделяют единые ценности и готовы добровольно уделять свое рабочее время и профессиональные знания на благо общества и своей компании.

В первом разделе данной публикации дается общий обзор современных тенденций в области корпоративной социальной ответственности (КСО) и эволюции КСО в сторону стратегических социальных инвестиций. В нем приводится определение корпоративного волонтерства как составной части социальных инвестиций.

Во втором разделе приводится описание конкретных коммерческих выгод от корпоративного волонтерства, а также перечень основных моделей корпоративного волонтерства с примерами. Некоторые из них, такие как «Дни волонтера» и сбор личных благотворительных пожертвований сотрудников компаний, уже широко распространены в России. Другие модели корпоративного волонтерства, направленные на развитие профессиональных и личных навыков сотрудников с использованием наставничества и командной работы, могут оказаться для Вас новыми и полезными на практике.



СПД©Победители конкурса
«Предпринимательство и карьера сегодня»

Третий раздел содержит практические примеры программ и акций корпоративного волонтерства, предоставленные российскими и международными компаниями, такими как АБН AMPO Банк, Citi Россия, COCA-COLA HBC EURASIA, «Моторола», ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга», «Салым Петролеум Девелопмент Н.В.» и Шведский фонд обучения через предпринимательство.

В Приложениях содержатся конкретные рекомендации по разработке эффективных программ корпоративного волонтерства, а также памятка для менеджеров по более грамотному внедрению и развитию программ корпоративного волонтерства. В заключение приводится список полезных сайтов.

Мы выражаем благодарность Амине Рахмановой и Виктории Подольской (Агентство социальной информации, АСИ) за предоставленные материалы по корпоративной социальной ответственности (раздел 1), Аманде Боуман (Международный форум лидеров бизнеса, IBLF) за материалы по корпоративному волонтерству (разделы 2, 3 и 4), Елене Корф (Международный форум лидеров бизнеса, IBLF) за подготовку материалов (разделы 1–5) и общую редакцию.

Мы особенно благодарны представителям компаний-лидеров, которые активно развивают корпоративное волонтерство и предоставили свои практические примеры: Виктории Каськовой (Citi Россия), Елене Левицкой (АБН AMPO Банк), Елене Лавиной (COCA-COLA HBC EURASIA), Александру Степанову («Моторола»), Наталье Корякиной («Водоканал Санкт-Петербурга»), Татьяне Бобровицкой (Shell), Людмиле Мургулец (Стокгольмская школа экономики). Мы признательны членам редакционной коллегии за их конструктивные замечания в ходе подготовки данной публикации.

Данная публикация подготовлена в рамках проекта «Будущее – в твоих руках!», реализуемого Международным форумом лидеров бизнеса (IBLF), Всероссийским объединением предпринимателей «Деловая Россия», Центром развития некоммерческих организаций (ЦРНО) при финансовой поддержке Европейского Союза. Этот проект направлен на укрепление межсекторного социального партнерства и взаимовыгодного сотрудничества между компаниями и некоммерческими организациями.

Мы надеемся, что данная публикация будет способствовать дальнейшему распространению корпоративного волонтерства в России и приведет к эффективному участию сотрудников компаний в общественно значимых инициативах, а также позволит совместными усилиями сделать лучше мир, в котором мы живем и работаем.

Редколлегия

Глава 1. Корпоративное волонтерство в контексте корпоративной социальной ответственности

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО В КОНТЕКСТЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) получило широкое признание во всех развитых странах мира. Об этом свидетельствуют факты: более половины потребителей во всем мире предпочитают приобретать продукцию и пользоваться услугами компаний, имеющих хорошую репутацию в области устойчивого развития. 86,9% из 3 тыс. опрошенных выпускников вузов в Китае, Великобритании, США и других странах сказали, что предпочли бы работать в компаниях, придерживающихся ответственного поведения. 75% инвесторов признают, что аспекты деятельности компании в области социальной ответственности являются существенными при принятии решений об инвестировании¹. Идеология КСО все чаще находит отражение в миссиях и стратегических планах большинства крупных корпораций, и 2005 год был объявлен Европейским Союзом годом корпоративной социальной ответственности.

Вопрос о роли бизнеса в социально-экономическом развитии больше не стоит. Теперь при обсуждении корпоративной социальной ответственности в деловой среде на повестке дня встают такие вопросы, как: «Кто и перед кем должен быть ответственным?», «Что в корпоративной ответственности является обязательным, а что добровольным?», «В чем бизнес-преимущества социально ответственных компаний?».

Компании, которые понимают важность КСО для устойчивости бизнеса, создают специальные подразделения, которые имеют собственный бюджет и представителей в совете директоров, а принципы социальной ответственности включаются во внутренние документы, регламентирующие деятельность

различных подразделений, рядовых сотрудников и руководства. В последнее время широко применяется тройная отчетность (*англ.* triple bottom line), т. е. отчетность по трем основным направлениям – финансовому, экологическому и социальному². Например, база данных одной из самых крупных онлайн-библиотек нефинансовых отчетов CorporateRegister.com содержит отчеты более чем 4 тыс. компаний из 93 стран мира.

К истории вопроса

Концепция КСО появилась в западной деловой практике в 60–70-х годах XX века. В те годы в США заметно усилился интерес разных групп общества, в том числе и предпринимателей, к таким социальным проблемам, как война во Вьетнаме, загрязнение окружающей среды, борьба за гражданские права; начали ужесточаться требования государства к экологической ответственности компаний, возросли требования профсоюзов и потребителей к бизнесу.

В Западной Европе под давлением общества и неправительственных организаций правительства многих стран приняли более строгие стандарты в области трудового законодательства и охраны природы. В связи с этим начались активные дискуссии о роли бизнеса в жизни общества. Тогда же возникла теория стейкхолдеров, или заинтересованных сторон³, предполагающая, что при принятии управленческих решений должны учитываться не только интересы самой компании, но и широкого круга лиц, так или иначе связанных с ее деятельностью.

Определение КСО

Несмотря на то что тема КСО сегодня широко обсуждается, однозначного определения этого понятия не существует. Можно выделить два

«Мы должны действовать за пределами корпорации с такой же энергией и ответственностью, с которой мы создавали предприятия. Продвижение за ее границы не является разновидностью альтруизма; это лишь сознательная корысть и деловая потребность»

Питер Друкер,
Основатель современной теории менеджмента

традиционных подхода: сторонники первого считают, что социальная ответственность компаний определяется и регулируется законодательством и выражается в уплате налогов и других обязательных платежей, своевременной и полной выплате заработной платы, соблюдении условий труда в соответствии с установленными нормативами. Сторонники второго подхода относят к КСО ответственность компаний за социальное благополучие своих работников, населения, проживающего на территории присутствия компании, потребителей. Согласно этому подходу, корпоративная социальная ответственность реализуется посредством социальных инвестиций.

Несмотря на имеющиеся различия в подходах к КСО, противоречий между ними нет. Принципиальное отличие состоит только в том, что считать обязательным для компаний и что – добровольным. Если своевременная и полная выплата налогов, соблюдение экологического, трудового законодательства являются обязательными для компаний (некоторые авторы предлагают называть такую ответственность социальными обязательствами бизнеса⁴), то все, что компания делает сверх того – например, социальные и благотворительные программы, участие в различных общественно полезных инициативах – является ее добровольным выбором. Однако, даже практикуя благотворительность, компания вряд ли сможет называть себя социально-ответственной, выплачивая своим сотрудникам «черную зарплату».

Ведущее в США объединение корпораций в сфере КСО «Бизнес за социальную ответственность» (Business for Social Responsibility, USA) определяет корпоративную социальную ответственность как ведение бизнеса, соответствующее этическим,

законодательным нормам и общественным ожиданиям или даже превосходящее их. Британское объединение предпринимателей London Benchmarking Group (LBG) предлагает рассматривать участие компании в жизни общества в виде пирамиды, основу которой составляет предпринимательская деятельность, над которой надстраиваются коммерческие инициативы, затем социальные инвестиции, а верхушку пирамиды составляет благотворительность. При этом предпринимательская деятельность компании рассматривается как основная ее деятельность, которая отвечает потребностям общества и заключается в предоставлении качественных товаров и услуг. Коммерческие инициативы – важные для местного сообщества, но в то же время коммерчески ориентированные программы. Под социальными инвестициями понимаются долгосрочные целевые программы и проекты, направленные на решение социальных проблем. А благотворительность реализуется через различные филантропические акции. Важную часть социальных инвестиций и благотворительной политики компаний составляет корпоративное волонтерство. Оно предполагает добровольную деятельность работников на благо общества при поддержке и поощрении со стороны компании.

Международный форум лидеров бизнеса (IBLF) рассматривает КСО не как некий дополнительный элемент в деятельности компании, формируемый компанией в ответ на общественные требования, а как основу, непосредственную составляющую всего бизнеса, позволяющую компании достигать своих бизнес-целей⁵. Наглядно такой подход показан на схеме, представляющей сферы корпоративного влияния компании и соответствующих тем КСО (рис 1.).





Стокгольмская школа экономики © Семинар по КСО в Санкт-Петербурге

Такая трактовка включает широкий спектр важных вопросов, напрямую связанных с интересами бизнеса, например, принципы и подходы к корпоративному управлению, политику в сфере охраны окружающей среды, вопросы соблюдения прав человека, охраны здоровья и т. д. Объектом социальной ответственности компании выступают сотрудники и акционеры, поставщики и потребители, представители органов государственной власти и члены местных или международных общественных организаций.

В чем бизнес-выгода от КСО

В настоящее время КСО все чаще рассматривается не только как правильное, одобряемое обществом поведение бизнеса, но и как способ создания дополнительной стоимости и повышения экономической эффективности.

Несмотря на то что прямое влияние КСО на рост экономической эффективности до сих пор не доказано конкретными цифрами, результат опроса американских компаний выявил следующую закономерность: компании, ориентированные на социально ответственное поведение, как правило, являются лидерами в своей отрасли и добиваются большего успеха, чем те, которые ставят перед собой исключительно финансовые цели.

Практика социально ответственного поведения может содействовать расширению известности компании, укреплению имиджа организации, получению преимуществ в конкурентной борьбе, улучшению внутриорганизационных взаимоотношений, улучшению взаимоотношений с инвесторами, укреплению отношений с местной и региональной властью, доступу к новым рынкам,

более широкому общению с целевой аудиторией, привлечению новых сотрудников и партнеров. Как правило, социально ответственное поведение бизнеса возникает как ответ на определенные ожидания общества. В некоторых развитых странах корпоративная социальная ответственность поддерживается правительством⁶. Однако в большинстве стран она является делом добровольного выбора предпринимателей, отражением их определенной деловой и гражданской позиции. Таким образом, можно сказать, что социально ответственное поведение – это важный показатель зрелости бизнеса.

КСО в России

В России впервые всерьез заговорили о социальной ответственности бизнеса в конце 90-х годов. Начало нового тысячелетия было связано с ростом экономической и политической стабильности, увеличением производства и выходом российских компаний на международные рынки, что способствовало дальнейшему распространению КСО в России. В этот период в бизнес-среде складывается новая философия ведения бизнеса; возрастает понимание того, что основная экономическая стоимость формируется не только и не столько в материальных активах, но и в среде заинтересованных сторон (стейкхолдеров), как внешних, так и внутренних.

Значительный рост активности в обсуждении темы КСО произошел в 2004 году, когда при активном участии деловых СМИ, бизнес-ассоциаций и некоммерческих организаций развернулась широкая общественная дискуссия по поводу понятия и содержания КСО применительно к российскому бизнесу. В том же году была принята Социальная хартия российского бизнеса,

разработанная Российским союзом промышленников и предпринимателей (РСПП)⁷. Первым необходимо применения концепции КСО в России осознал крупный бизнес, ощутивший на себе влияние глобализации. Расширяя географию своей деятельности, компании часто сталкиваются с принципиально новыми подходами к ведению бизнеса, иной культурой, социально-экономическими условиями. Случается так, что они оказываются несовместимыми с западными представлениями о правилах ведения бизнеса, нормами законодательства. Избежать связанных с этим рисков во многом позволяет соответствие международным стандартам ведения бизнеса.

В настоящее время активными проводниками концепции корпоративной социальной ответственности являются в России крупные компании, такие как «Лукойл», «Норникель», ПАО «ЕЭС России», «Русал», «Бритиш Американ Табакко Россия», «Северсталь» и др.

Несмотря на то что понятия «социальная ответственность бизнеса», «корпоративная социальная ответственность» уже прочно вошли в обиход не только в центральных городах России, но и в регионах, смысл в них зачастую вкладывается разный. Если для одних компаний социальная ответственность заключается исключительно в благотворительности, что преимущественно характерно для бизнеса в регионах, малого и среднего бизнеса, то для других – в выстраивании системы различных политик и программ социальной направленности, пронизывающих все бизнес-процессы.

Еще недавно большая часть социальных инвестиций компаний в России была направлена на внутреннюю

среду (повышение профессионального уровня работников, программы медицинского страхования, программы охраны труда, жилищные программы для сотрудников и др.). В настоящее время все больше компаний начинают уделять внимание программам, направленным на развитие внешней среды. Это, например, участие компаний в развитии социальной инфраструктуры; образовательные и культурные проекты; поддержка некоммерческих организаций; проекты, направленные на решение конкретных социальных проблем; программы в области здравоохранения, культуры и спорта.

Эволюцию подхода в области КСО можно представить в виде следующей таблицы, основанной на анализе мирового бизнес-опыта и в равной мере применимой к российским условиям (рис. 2). Она показывает, как от чистой благотворительности компании постепенно переходят к более планомерным, стратегическим действиям – социальным инвестициям – и далее, к включению КСО в бизнес-деятельность.

В последние годы в России наблюдается устойчивая тенденция перехода компаний от «традиционной благотворительности» к системным социальным инвестициям. Ежегодно растут суммы, направляемые на эти цели. Социальное инвестирование становится частью социальной стратегии компании. Растет заинтересованность компаний в повышении эффективности социальных инвестиций, что влечет увеличение числа программ, нацеленных на устранение причин, а не следствий тех или иных социальных проблем. Компании корректируют свою внешнюю социальную политику, вовлекают в ее формирование различные заинтересованные стороны⁸, вступают в партнерское взаимодействие с государством и обществом.

| | 1 волна | 2 волна | 3 волна | 4 волна |
|------------------------|----------------------------|---|---|---|
| Цель | благотворительность | стратегическая филантропия | социальные инвестиции (в местное сообщество) | здоровая благоприятная бизнес-среда |
| Мотивация | моральный долг | долгосрочная/ прямая выгода | долгосрочная прямая выгода | прямая выгода |
| Стратегия | одноразовая, <i>ad hoc</i> | систематическая | стратегическая | организационная составляющая |
| Выделенный штат | администратор | менеджер | предприниматель/ консультант | на всех уровнях управления |
| Структура | оторвана от бизнеса | оторвана от бизнеса, но связана с интересами бизнеса | часть деятельности подразделения компании | интегрирована во все бизнес-функции |
| Инициатива | пассивна | ответ на запрос из целевых областей | проактивна | включена в принятие решений |
| Форма участия | наличные и продукция | наличные, пожертвования, техническая помощь и продукция | все ресурсы бизнеса | включена в прибыль и задачи развития компании |
| Движущая сила | «каприз» руководства | наличие инструкций | связь с бизнесом, четкие инструкции | часть бизнес-стратегии |
| Устойчивость | одноразовая | поддержка инициатив по конкретным проблемам | плотная связь и профессиональное развитие НКО | часть управления бизнесом/задачи и оценка |

Рис. 2. Эволюция подхода к КСО

Корпоративное волонтерство как часть социальных инвестиций

Существенным моментом, характеризующим новый подход компаний в области социальной политики, является вовлечение сотрудников компании в благотворительную и волонтерскую деятельность. При грамотной организации программы корпоративного волонтерства позволяют укрепить корпоративный дух, уменьшить текучесть кадров, установить новые контакты.

Если обратиться к опыту компаний, публикующих социальные отчеты, то примерно треть из них поощряет ту или иную волонтерскую деятельность своих сотрудников. При этом первое место занимают личные пожертвования больным детям и людям, находящимся в тяжелой жизненной ситуации; далее следует – участие в субботниках, донорство, работа с молодежью и т.д.

Одной из наиболее популярных программ, позволяющих сотрудникам компаний участвовать в благотворительности, является общенациональная благотворительная программа спасения тяжелобольных детей «Линия жизни»⁹. На сегодняшний день в России корпоративными

партнерами этой программы являются 23 компании, в том числе Альфа-банк, ТНК-ВР, СУЭК и др. Некоторые компании активно поощряют личную благотворительность сотрудников, выделяя средства на софинансирование их благотворительных инициатив. Другим примером корпоративного волонтерства являются программы в области экологии: субботники в городских парках и зонах отдыха, просветительские программы для детей и молодежи.

В настоящее время смело можно говорить о том, что уже обозначилась тенденция, когда компании перестают быть пассивными донорами, отвечающими на запросы общества, но и сами активно предлагают собственные решения различных социальных проблем.

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО: ФАКТОРЫ УСПЕХА И ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ

По мере развития корпоративной социальной ответственности компании начинают уделять все возрастающее внимание программам корпоративного волонтерства с целью достижения своих бизнес-целей и организации участия сотрудников в общественно значимых инициативах в регионах своего присутствия. Корпоративное волонтерство становится символом эволюции корпоративной политики от ориентированной только на прибыль к основанной на понимании важности КСО, выходящей за грани традиционной благотворительности. Свыше 90% компаний, входящих в список мировых лидеров Fortune 500, реализуют различные программы корпоративного волонтерства, отдача от которых ощутима по многим показателям.

Отчет «Корпоративное волонтерство: обзор текущих исследований и результатов»¹⁰, опубликованный в 2006 году американской ассоциацией Conference Board, содержит обобщенные данные двенадцати социологических исследований, проведенных в течение четырех лет такими известными исследовательскими фирмами, как Gallup, Towers Perrin, the Corporate Leadership Council и другими.

Данные проведенных исследований служат убедительным доводом в пользу корпоративного волонтерства. Анализ деятельности 28 международных компаний за 2004 г. показал, что стоимость акций компании с высоким уровнем вовлечения персонала в добровольческие программы в среднем возросла на 16% по сравнению со средним ростом по отрасли на 6% за тот же период. По данным 2005 г. чистая прибыль компаний с низким уровнем корпоративного волонтерства за три года в среднем упала на 1,38%, а рентабельность операционной прибыли снизилась на 2,01%, тогда как

компании с уровнем корпоративного волонтерства выше среднего показали рост чистой прибыли на 2,06%, а рентабельности операционной прибыли – на 3,74%.

Отмечено, что благодаря участию сотрудников в добровольческих программах производительность труда повышается в среднем на 20–28%! Сотрудники, вовлеченные в добровольческие программы, влияют на формирование рынка и лояльности клиента, что положительно сказывается на прибыли. Например, в банковском секторе, повышение лояльности клиента на 5% приводит к повышению рентабельности на 25–85%. Пример страховых компаний показывает, что с уходом опытного сотрудника уровень потребительской удовлетворенности падает с 75% до 55%.

Корпоративное волонтерство служит инструментом решения ряда важных кадровых вопросов, связанных с профессиональным развитием и удержанием персонала, развитием лояльности и повышением морального духа в коллективе. Добровольчество является не просто добрым делом, оно позволяет сотрудникам освоить новые навыки, проявить или развить лидерские качества, почувствовать себя частью общества и осознать свой вклад в решение местных проблем. Благодаря корпоративному волонтерству компания, в целом, укрепляет свою репутацию в местном сообществе и использует своих сотрудников как проводников корпоративной социальной ответственности компании.

Условия эффективности корпоративного волонтерства

Эффективность программ корпоративного волонтерства обеспечивается на пересечении интересов компании, сотрудников и общества (рис. 3).

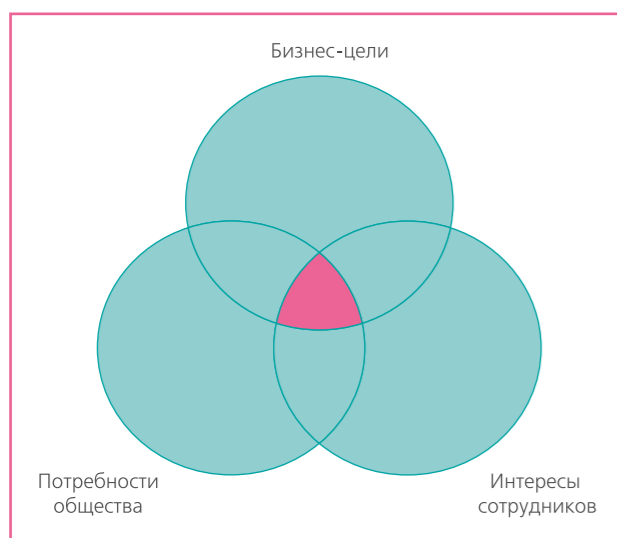


Рис. 3. Эффективность корпоративного волонтерства

Основными условиями эффективности являются:

- **Направленность на потребности местного сообщества**

Компании играют немаловажную роль в решении проблем местного сообщества. Программы корпоративного волонтерства позволяют компании вступить в активный диалог со стейкхолдерами, совместными усилиями определить потребности местного сообщества, корпоративные задачи и сотрудников, которые готовы участвовать в качестве волонтеров. Такое усиление взаимодействия со стейкхолдерами часто приводит к формированию партнерского взаимодействия, в котором возможности компании служат рычагом для обеспечения дополнительных ресурсов и устойчивости общественно значимых корпоративных программ в долгосрочной перспективе.

- **Соответствие приоритетам компании**

Программы корпоративного волонтерства, которые учитывают основные приоритеты бизнеса, способны дать важные результаты для компании, и будут восприняты сотрудниками и внешними стейкхолдерами как логичные и обоснованные

- **Учет интересов и компетенций сотрудников**

Программы корпоративного волонтерства по-настоящему могут способствовать положительным изменениям в восприятии сотрудниками самих себя и своей компании. Они предоставляют новые возможности диалога между работодателем и сотрудниками.

- **Корпоративное волонтерство и развитие кадров**

Сотрудники компании являются самым главным активом компании. Корпоративное волонтерство служит важной составляющей развития и профессиональной подготовки кадров за счет предоставления реальной жизненной практики, которая не входит ни в одну традиционную обучающую программу. Попав в новую ситуацию, сотрудники начинают мыслить более творчески и активно искать решения поставленных задач. Это позволяет развить:

- Инновационные подходы к поиску решений;
- Коммуникативные навыки, в том числе ведения переговоров, активного слушания и внимания;
- Организационные навыки, в том числе управление временем, управление стрессом и расстановка приоритетов;
- Навыки составления отчета;

- Планирование;
- Бюджетирование и финансовый менеджмент;
- Понимание и оценка риска, умение рисковать;
- Взаимопонимание и уважение;
- Понимание ценности работы в команде;
- Повышение самооценки и личной ценности.

- **Дополнительные преимущества корпоративного волонтерства**

- **Передача бизнес-навыков местным некоммерческим организациям**

Корпоративное волонтерство позволяет передать местным сообществам недостающие им бизнес-навыки. Это способствует большей эффективности социальных инвестиций, осуществляемых компанией.

- **Формирование репутации «социально ответственного работодателя»**

Растет количество примеров того, что работники осмысленно выбирают работодателя и с большей готовностью идут работать в компанию, у которой хорошая репутация в местном сообществе¹¹. Все большее количество молодых специалистов выбирают социально ответственного работодателя. Корпоративное волонтерство позволяет сотрудникам участвовать в решении общественных проблем, которые их живо волнуют. Сотрудники высоко ценят поддержку компании в развитии волонтерства.

- **Укрепление корпоративной культуры и ценностей, повышение мотивации и морального духа**

Сотрудники, как правило, получают глубокое моральное удовлетворение и испытывают чувство гордости оттого, что участвуют в программах

корпоративного волонтерства. Кроме этого, корпоративное волонтерство позволяет сотрудникам приобрести новые навыки, позитивно сказывается на производительности труда и способствует развитию инициативы на рабочем месте.

Если корпоративное волонтерство развивается как широкая корпоративная программа, то она способствует формированию не только надежных трудовых ресурсов, но и корпоративной культуры и ценностей. Компании предоставляют местным некоммерческим организациям денежные и натуральные пожертвования в сочетании с волонтерством сотрудников в их свободное время, и все чаще предоставляют сотрудникам возможность участвовать в волонтерских программах и в рабочее время, что становится дополнительной составляющей социального пакета наряду с медицинской страховкой и пенсионным страхованием.

Моральное удовлетворение сотрудников считается признанным фактором успеха: компании с преданными и высокомотивированными сотрудниками отличаются большей продуктивностью. Высокомотивированные сотрудники прикладывают активные усилия для того, чтобы наладить эффективное взаимодействие со всеми подразделениями, что приводит к более высокой организационной эффективности. Кроме того, участие сотрудников в местных общественных инициативах представляет для них личный интерес – сотрудникам компании нравится чувствовать себя частью общества и осознавать свой вклад. У них развивается чувство гордости за себя, свою компанию и те программы, в которых

| Выгоды для компании | Выгоды для общества | Выгоды для сотрудников |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Укрепление репутации • Успешный набор и удержание кадров, профилактика профессионального выгорания • Повышение морального духа и производительности труда • Профессиональное развитие кадров • Инновации и управление переменами | <ul style="list-style-type: none"> • Разработка бизнес-плана для НКО • Консультирование по вопросам финансового управления, маркетинга и связям с общественностью • Консультирование в области договорных отношений • Проведение тренингов, в том числе по ИТ • Создание основы для долгосрочного партнерства с НКО • Пропагандирование социальных подходов и решений в своей компании | <ul style="list-style-type: none"> • Развитие личных навыков (управление временем, презентации и общение) • Возможность работать в новой среде и разработать навыки • Развить навыки работы в команде совместно со специалистами других отделов • Новый жизненный опыт • Возможность внести вклад в решение социальной проблемы |

Рис. 4. Корпоративное волонтерство: выгоды для компании, общества и сотрудников

компания участвует в местном сообществе. Опыт показывает, что в результате такой работы сотрудники компании становятся проводниками идеологии компании в местном сообществе и способствуют налаживанию отношений со стейкхолдерами.

Корпоративное волонтерство вносит свой вклад в процесс управления переменами за счет предоставления новых возможностей, нестандартных подходов и инновационных взглядов. Оно способствует укреплению связей между разными отделами или департаментами компании, формированию единого представления о корпоративных целях, повышению лояльности и приобретению новых знаний и опыта, который стимулирует инновационные подходы и решения как внутри компании, так и на территории ее присутствия.

- **Усиление корпоративной репутации**
Корпоративное волонтерство является частью более широкой программы социальных инвестиций и оказывает существенное влияние на формирование имиджа компании в местном сообществе. Корпоративное волонтерство позволяет компании на практике продемонстрировать социальную ответственность и укрепить ее репутацию, как в местном, так и в более широком сообществе.

Два подхода к корпоративному волонтерству
Существует два взаимодополняющих друг друга подхода к развитию корпоративного волонтерства. Первый основан на вовлечении сотрудников в уже существующие социальные программы компании, при этом, как правило, имеется в виду волонтерская деятельность в свободное от работы

время. Второй подход, более стратегический, подразумевает разработку программ корпоративного волонтерства на основе анализа текущей ситуации и в соответствии с корпоративными ценностями и перспективами развития. Оба эти подхода не только не исключают друг друга, а, наоборот, в сочетании, могут обеспечить цельную эффективную программу корпоративного волонтерства.

Корпоративное волонтерство A La Carte
Стандартное «меню» возможных форм корпоративного волонтерства, обычно, включает в себя следующие программы:

- **Удвоение личных благотворительных пожертвований сотрудников компанией**

Удвоение личных пожертвований сотрудников компанией служит важным знаком того, что руководство компании разделяет моральные ценности сотрудников. Компания может разработать определенный регламент благотворительных пожертвований, с указанием того, на какие нужды и в каком объеме компания готова удваивать пожертвования, осуществляемые сотрудниками. Это также способствует направлению пожертвований сотрудников в те области, которые являются приоритетными для компании.

Программа личных пожертвований сотрудников Объединенной компании «Российский алюминий» (программа частных пожертвований сотрудников разработана и внедряется САФ Россия) предполагает поддержку восьми организаций-благополучателей, которые работают с детьми, в том числе сиротами. С помощью

автоматизированной программы сбора личных пожертвований можно перечислить деньги на благотворительные цели, не покидая рабочего места. За 16 месяцев сотрудники пожертвовали 1 млн. 415 тыс. рублей.

После дополнительного финансирования со стороны компании общая сумма пожертвований составила 2 млн. 830 тыс. рублей. В программе участвует около 14% всех работников. Этот показатель соответствует практике развитых стран, где в благотворительную деятельность вовлечены 10–13% работников. В дни проведения специальных акций по сбору средств в них участвуют до 40% сотрудников Объединенной компании «Российский алюминий».

Аналогичная программа есть у Издательского дома Independent Media Sanoma Magazines. За два года сотрудники издательского дома перечислили в пользу общественных организаций более 3,5 млн. рублей. Приоритетные направления помощи определили сами работники. С начала 2007 года все пожертвования удваиваются компанией.

- **Корпоративное благотворительное пожертвование с учетом рабочего времени, затраченного сотрудниками-волонтерами**

Часто на западе это называется 'dollars for doers' (англ. «доллары за действия»). В рамках такого сотрудничества компания осуществляет благотворительное пожертвование определенной организации, в которой работают волонтеры – сотрудники компании, в объеме эквивалентном стоимости рабочего времени, затраченного сотрудниками. Компания может также выделять

пожертвования в виде своей продукции тем организациям, в работе которых активное участие принимают сотрудники-волонтеры.

Программа «Герои Хонды», проводимая компанией в штате Огайо, США, объединяет сотрудников-добровольцев, их семьи и вышедших на пенсию сотрудников. В дополнение ко времени, которое сотрудники затрачивают на общественную работу в местных благотворительных организациях по своему выбору, компания добавляет гранты по 200 долларов, которые предоставляются этим организациям. С 1995 года «герои Хонды» добровольно уже отработали 98,000 часов и обеспечили принимающим благотворительным организациям гранты в размере более \$400 тыс. долларов.

- **Признание и поощрение**

Поощрение активных волонтеров руководством компании является важным стимулом для развития корпоративного волонтерства. Сюда относятся статьи и фотографии в регулярных корпоративных бюллетенях и газетах, ежемесячное или ежегодное награждение активных участников, персональные благодарности и грамоты, личная встреча с Генеральным директором компании, специальный значок или сувенирная продукция с изображением символики волонтерской программы.

Компания «Транстелеком» выбрала основным направлением благотворительной деятельности на 2006–2010 гг. оказание помощи детям с врожденным пороком сердца (ВПС) из малообеспеченных семей. В сотрудничестве с фондом «Детские сердца» была разработана долгосрочная благотворительная программа «Детские сердца Транстелекома».



ТТК ежегодно выделяет средства на финансирование не менее 50 операций. Совместно с фондом «Детские сердца» и Центром сердечно-сосудистой хирургии им. А.Н. Бакулева проводится четыре выезда в регионы бригады детских кардиологов для диагностического обследования детей с сердечно-сосудистыми заболеваниями. В этом участвуют 17 региональных компаний, которые привлекают сотрудников к участию в проекте и оказывают информационную и организационную поддержку. В самом начале руководство компании обратилось к коллективу с разъяснениями через все доступные каналы коммуникации: корпоративный журнал и газету, корпоративный портал. Был создан специальный сайт программы «Детские сердца Транстелекома» blagotvorite.ru, а также раздел на корпоративном портале – о новостях программы. В региональных компаниях ТТК прошли собрания, на которых каждый сотрудник мог выразить свое отношение к данному проекту, высказать свои пожелания.

Президент ТТК С. В. Липатов отметил: «Мы стремились реализовать в благотворительной деятельности ТТК комплексный, системный, профессиональный подход. Мы с вами не только оплатили операции 83 детей с врожденными пороками сердца, но также профинансировали, и вместе с фондом «Детские сердца» и лучшими кардиохирургами Москвы организовали обследование почти 1300 детей в пяти регионах страны. Свыше 850 человек принимают участие в сборе личных пожертвований для адресной помощи детям». Компания перечислила на лечение детей в 2006–2007 гг. 7 935 608 руб. (70 операций), а вами собрано 1 603 607 руб., на которые

оплачены 13 детских операций. Накануне Международного дня защиты детей сотрудники ТТК в Москве организовали акцию «Подари ребенку радость», собрали и передали подарки детским кардиохирургическим отделениям.

• Координаторы волонтерства

Координаторы, организующие работу сотрудников-волонтеров, являются основным связующим звеном между компанией и общественными организациями. Хотя окончательное решение об участии в волонтерстве принадлежит самим сотрудникам, компания может выступить в роли брокера и через координаторов способствовать развитию корпоративного волонтерства. В этом случае проводится четкий анализ потребностей общественной организации и способов участия волонтеров в ее работе. Благодаря такому подходу достигается возможность профессионального развития сотрудников в области управления ресурсами и влияния на коллег. Вместо координаторов, работающих на добровольных началах, можно выделить отдельную штатную единицу.

23 ноября 2007 года сотрудники компании «Евразхолдинг» провели у себя в офисе акцию по сдаче крови для детей из Российской детской клинической больницы. Донорами стали 27 сотрудников компании. Несмотря на занятость сотрудников, в холле перед переговорной комнатой, ставшей на время операционной, даже выстроилась очередь. Отводов от кроводачи в «Евразхолдинге» практически не было. Донорами смогли стать почти все желающие: и рядовые служащие, и вице-президенты компании. Это была первая выездная акция в офисе компании,

организованная инициативной группой «Доноры – детям», и, по мнению устроителей, она прошла просто идеально.

• Оплачиваемое рабочее время или предоставление дополнительного свободного времени

Многие компании используют схему гибкого графика рабочего времени или оплачиваемого отпуска для тех сотрудников, которые участвуют в программах корпоративного волонтерства. Сотрудникам предоставляется единовременно по согласованию с руководством в зависимости от корпоративной организационной структуры и потребностей программ корпоративного волонтерства от 1–2 часов в неделю, до 40 часов в год.

В компании «Алкоа» были разработаны две глобальные программы по поощрению волонтерства сотрудников на основе специальных грантов компании. Программа ACTION (Alcoans Coming Together In Our Neighborhoods) – сотрудники Alcoa объединяются в месте своего жительства – стимулирует сотрудников компании на оказание совместной помощи местным некоммерческим организациям, а программа Bravo! поддерживает их индивидуальную добровольческую деятельность. Сотрудники Alcoa повсеместно принимают участие в этих программах, оказывая содействие некоммерческим организациям в своих регионах. В 2006 году 8264 работника отработали 35 487 часов в пользу местных некоммерческих организаций в рамках программы ACTION, заработав для организаций, которые они обслуживали, почти 1,6 млн. долларов.

Программа поощряет работу групп из 5 или более сотрудников Alcoa минимум 4 часа в местных некоммерческих организациях.

• Банк времени

Эта схема позволяет сотрудникам участвовать в программах корпоративного волонтерства в рабочее время, оплачиваемое компанией. Это служит веским доказательством того, что компания серьезно относится к корпоративному волонтерству. Компания согласовывает определенный «бюджет» рабочего времени, который может быть потрачен на социальные волонтерские программы, а сотрудники подают заявки на использование этого времени. Такой прием позволяет сотрудникам рационально планировать рабочее время и очень успешно используется особенно консалтинговыми фирмами, где существует «почасовая» ставка рабочего времени.

• Командирование сотрудников и руководителей компании в некоммерческие организации

Командирование сотрудников на социальные проекты предоставляет им возможность «окунуться» в реальную жизнь и применить на практике свои знания и опыт. Продолжительность таких командировок варьируется от 1 недели до 1 месяца или 1 года и более. Особенно успешны такие командировки в тех случаях, когда сотрудники уже достаточно долго проработали в компании или планируют уход на пенсию. Работа в совершенно новых условиях заряжает новой энергией и энтузиазмом, способствует развитию новых навыков и восстанавливает уверенность в своих силах. В течение такой командировки сотрудник продолжает получать свою зарплату и социальные выплаты.

Совместная программа Группы компаний «Бритиш Американ Тобакко» и международного института Earthwatch – Employees fellowship – направлена на сохранение биологического разнообразия на планете и осуществляется с 2001 г. Волонтеры, подавшие заявку на участие в программе и выбранные представителями института Earthwatch, в течение 2–3 недель принимают участие в одном из проектов по сохранению биологического разнообразия в различных частях света. Компания предоставляет сотруднику частично оплачиваемый отпуск на время участия в проекте, оплачивает проезд и проживание в рамках проекта, а также помогает в оформлении всех необходимых документов. В проекте принимают участие сотрудники более чем 180 представительств Группы компаний «Бритиш Американ Тобакко». Интерес к программе настолько велик, что каждый год не менее 100 сотрудников «БАТ Россия» оформляет заявку на участие. Руководство компании гордится тем, что с момента начала программы среди победителей ежегодно оказывается кто-нибудь из сотрудников «БАТ Россия». Число волонтеров варьируется – конечный рынок представляют 1–2 человека, «Бритиш Американ Тобакко» в целом – 15–20 человек.

• Участие в проектах местного сообщества

Это своего рода краткосрочная местная командировка, направленная на интенсивное развитие личностных качеств в дополнение к традиционным программам корпоративных тренингов. Обычно они рассчитаны на 100 часов и организованы в рабочее время с тем, чтобы предоставить сотрудникам дополнительные возможности профессионального и личного

развития. Такие местные командировки планируются с учетом потребностей местных некоммерческих организаций, а также интересов сотрудника. Такие командировки могут успешно сочетаться с общей корпоративной программой подготовки и развития кадров и учитываться в ходе аттестации. Такие инициативы, как правило, можно организовать в сотрудничестве с волонтерскими центрами, местными НКО и благотворительными фондами.

«Крафт Фудс Россия» в сотрудничестве с Российским детским фондом в 2007 г. провела благотворительный проект «Праздник в доме», ставший одним из самых крупных в России. Проект охватил 21 детский дом в 19 регионах России, а бюджет составил около 6,5 млн. рублей.

Суть проекта в том, что сотрудники компании добровольно отказались от традиционного формата летнего корпоративного мероприятия (развлекательной программы на свежем воздухе) и перечислили средства в пользу наиболее нуждающихся детских домов. «Праздник в доме» стал подарком сотрудников компании детским домам и социальным корпоративным мероприятием.

Сотрудники самостоятельно выбрали наиболее нуждающиеся в помощи детские дома, посетили их и определили основные потребности. Российский детский фонд (РДФ), имеющий 20-летний опыт работы в сфере социальной помощи, взял на себя ответственность за организационную часть.

Проект состоит из трех частей. Первая – организация летнего отдыха для детей-сирот. На летний отдых в реабилитационных лагерях Подмосковья и Краснодарского

края были отправлены 70 воспитанников детских домов из Ульяновска, Ростова-на-Дону, Покрова, Новосибирска и Серпухова. Вторая – оказание технической помощи детским домам, установка спортивно-игровых площадок, закупка мебели, спортивного инвентаря, развивающих игр, книг, компьютеров и пр. – в зависимости от нужд учреждения. Третья – организация праздника в детском доме с участием сотрудников компании. Были накрыты сладкие столы, приглашены артисты. Ребята продемонстрировали свои таланты, а сотрудники «Крафт Фудс» подарили детям подарки и фирменный шоколад и рассказали о работе в компании и интересных фактах производства шоколада и кофе.

• Проекты с участием команд

Такие проекты с участием команд способствуют развитию навыков работы в команде. Обычно перед началом проекта в местном сообществе сотрудники из разных отделов участвуют в семинаре с элементами планирования и ролевых игр – это способствует получению более эффективных результатов от проектной работы в команде, развитию управленческих навыков в спокойной и дружественной среде.

Эколого-просветительский центр «Заповедники», созданный Всемирным фондом дикой природы в 1996 году, сотрудничает со многими российскими парками и заповедниками. Одно из направлений помощи природным территориям – проведение природоохранных акций совместно с компаниями. Например, в результате корпоративного выезда компании ВР в парк «Царицыно» было приобретено и посажено 150 молодых сосен; ежегодный



Водоканал Санкт-Петербурга © Программа экологического образования

проект «Зеленый дозор в Кузьминках», инициированный «БАТ Россия», оказывает существенную помощь в благоустройстве парка. В Приокско-Террасном заповеднике через программу «Усынови зубренка!» свой вклад внесли компании ТНК-ВР и «Парк.ру». В природном парке «Битцевский лес» ежегодно проходит 2–3 корпоративные акции (среди компаний-участников – «Алкоа», «ПрайсвогелхаусКуперс»).

• Программы наставничества

Эти программы направлены на развитие навыков межличностного общения и наставничества (менторства). Например, сотрудники компании могут выступить в роли наставников школьников, для того чтобы улучшить посещаемость занятий, дисциплину и организованность, а также повысить их личные

стремления и притязания. Наставничество может быть организовано для социально незащищенной или безработной молодежи с тем, чтобы помочь молодым людям найти свое место на рынке труда. Часто сотрудники компаний занимаются с младшими школьниками и помогают им в освоении первых знаний. Наставничество необходимо и заключенным перед выходом на свободу.

«Деловая Россия», всероссийское объединение предпринимателей, выступила с инициативой бизнес-ангелов, направленной на поддержку начинающих предпринимателей и развитие инноваций. Особые успехи были достигнуты в Приволжском федеральном округе, где в апреле 2007 г. прошла V Ярмарка бизнес-ангелов и инноваторов «Российским инновациям – российский капитал», основная миссия которой заключается в вовлечении свободных финансовых ресурсов неформальных инвесторов в инновационный бизнес. По итогам прошедших ярмарок бизнес-ангелов в округе созданы и активно действуют базовые элементы инфраструктуры поддержки инновационной деятельности, во многом основанные на добровольном участии действующих предпринимателей. В среднем, количество успешных контактов инноваторов с инвесторами превышает 38%, а география участия расширилась до российского масштаба.

- **Программы волонтерства для сотрудников, выходящих на пенсию**

Возможность для пенсионеров принять участие в программах корпоративного волонтерства оказывается важным элементом социального страхования сотрудников компании. Многие специалисты, вышедшие на пенсию, объединяются

в ассоциации и принимают активное участие в жизни общества, применяя свои профессиональные знания и опыт в работе с общественными организациями. Благодаря этим программам пенсионеры продолжают оставаться «на связи» со своей компанией или предприятием и служат ценным ресурсом для молодых специалистов, также участвующих в программах корпоративного волонтерства.

- **Семейное волонтерство**

Многие компании стараются вовлечь в корпоративное волонтерство не только сотрудников, но и членов их семей. Такие мероприятия чаще проводятся во внеклассное время, после уроков или в выходные дни, когда родители, бабушки и дедушки вместе с детьми и внуками могут участвовать в волонтерских мероприятиях.

Компания «БАТ Россия» проводит экологические субботники «Зеленый дозор», в которых принимают участие сотрудники компании и члены их семей. Во время акции участники убирают и благоустраивают территории лесопарковых зон и подшефных территорий (в Москве – парки Тимирязевский, «Кузьминки», Измайловский; в Саратове – природные родники; в Санкт-Петербурге – территория детского дома №45). Акции «Зеленый дозор» проходят в компании ежегодно с 2005 г., субботники в Санкт-Петербурге – с 1998 г. Число волонтеров варьируется от 60 до 120 в каждом из указанных городов.

- **День или Неделя волонтерства**

Международные компании считают особенно эффективным проведение раз в год специального Дня волонтерства, направленного на определенную



«Волонтерская работа на благо общества является – и всегда была – ключевым элементом корпоративной культуры Intel во всех странах, где мы работаем. Наши усилия помогают улучшить качество жизни населения, а наши волонтеры получают весьма значимый опыт социальной деятельности на пользу общества»

Пол Отеллини,
Президент и Исполнительный директор корпорации Intel

социальную проблему и проходящего одновременно во всех офисах. Многие организации участвуют в Международном дне волонтера ООН.

Компания «Корпус Групп» работает на рынке производственно-хозяйственного аутсорсинга и гордится системным подходом к своей региональной социальной политике, взаимодействию с органами местного самоуправления и широкой общественностью.

Одно из основных направлений благотворительной деятельности компании – помощь детским домам. На протяжении ряда лет «Корпус Групп» шефствует над детскими домами в городах Электросталь, Ачинск, Красноярск, Белая Калитва, Нижний Тагил, Саранск и др.

Для детей организуются праздники с участием сотрудников, которые приезжают к ребятам и дарят им необходимую одежду и игрушки.



Coca-Cola©Зеленые команды

Компания охотно поддерживает другие программы, направленные на улучшение условий жизни и быта детей.

«Корпус Групп» вносит свой вклад в охрану окружающей среды, организуя акции по озеленению и благоустройству проблемных территорий. В качестве подарка жителям Кирово-Чепецка ко Дню города ООО «Корпус Групп Кирово-Чепецк» провела акцию «От чистого сердца», очистив от зарослей и мусора Вятскую набережную. Благодаря стараниям 80 специалистов компании, центральная набережная города приобрела ухоженный и представительный вид.

- **Комитеты корпоративного волонтерства**

В некоторых компаниях сотрудники сами объединяются в добровольные комитеты для организации и управления программами корпоративного волонтерства. Компания может выделять на их деятельность определенный бюджет, и решения по содержанию программы и партнерам принимаются самими сотрудниками.

Корпорация Intel является активным инвестором в социальные проекты в России и за рубежом. Компания практикует не только финансовую поддержку победителей различных конкурсов для некоммерческих организаций, но и активное привлечение своих сотрудников к участию в качестве волонтеров в реализуемых проектах. Во всех городах России, где живут и работают сотрудники Intel, действует корпоративная волонтерская программа Intel Involved, которая предоставляет сотрудникам возможность на добровольной основе участвовать в социальных проектах.

«Волонтерская работа на благо общества является – и всегда была – ключевым элементом корпоративной культуры Intel во всех странах, где мы работаем. Наши усилия помогают улучшить качество жизни населения, а наши волонтеры получают весьма значимый опыт социальной деятельности на пользу общества», – говорит Пол Отеллини, президент и главный исполнительный директор корпорации Intel.

В Москве уже несколько лет волонтеры Intel помогают городским Домам малютки делать ремонт, благоустраивают детские площадки. В Нижнем Новгороде для воспитанников детских домов были организованы курсы компьютерной грамотности, в том числе и на базе открытого в 2005 г. компьютерного клуба Intel для детей и подростков из малообеспеченных и неблагополучных семей. Intel также борется за ответственное использование природных ресурсов. За последние два года сотрудники принимали участие в уборке мусора на территории парков и бульваров Нижнего Новгорода, Новосибирска, Санкт-Петербурга и Сарова. С 2006 г. каждый шестой сотрудник компании в России принял участие в волонтерских мероприятиях. В 2007 г. корпорация была признана победителем в конкурсе «Нижегородский благотворительный сезон» в номинации «Фирма доброй воли». В 2005 г. компания Intel была признана самой социально ответственной корпорацией в мире, по данным журнала Business Ethics.

- **Передача технических и управленческих навыков**

Сотрудники, обладающие определенными профессиональными знаниями и опытом, оказывают

профессиональную поддержку организациям-партнерам в местном сообществе.

Компания «УралПлатинаХолдинг» входит в группу «Ренова» и управляет предприятиями в Свердловской области и на Камчатке по добыче и переработке драгоценных металлов. После подписания соглашения о социально-экономическом партнерстве с администрацией Корякского АО был создан благотворительный фонд «КорякГеоДобыча – социальный партнер КАО», который финансирует социальные программы, в том числе программу развития содействия поддержки предпринимательства, задача которой повысить заинтересованность и деловую активность местного населения. Посредством обучения местных тренеров компания организовывала центры по поддержке предпринимательства, которые на регулярной основе помогают предпринимателям осваивать основы бизнеса, привлекать средства для старта бизнеса. В 2007 г. началась реализация проекта по созданию совместно с Академией Плеханова бизнес-школы в г. Петропавловск-Камчатский, планируется обучение чиновников и потенциальных предпринимателей.

«Цифровое Сообщество НР» было создано в 2004 г. в России из организаций, которым компания Hewlett Packard оказывала финансовую поддержку или предоставляла оборудование.

В нем около 30 участников: всемирная организация «Достижения молодых»; НИИ Детской гематологии (Онкологический научный центр им. Блохина в г. Москва);



Водоканал Санкт-Петербурга © Программа для школьников «Твой след на земле»

«Дети России»; томский «Школьный Университет»; больница в Тарусе; Саратовский государственный технический университет компьютерные центры НР в Санкт-Петербурге, Туле, Славутиче и др. городах России.

Два раза в год НР проводит заседания «Цифрового Сообщества», на которых обсуждаются инновационные методики работы с компьютерными технологиями, участники обмениваются опытом и идеями. НР активно сотрудничает с рядом некоммерческих организаций, а также поощряет сотрудников, желающих принимать участие в благотворительных проектах. Руководство компании постоянно акцентирует внимание сотрудников на важности социальных программ, как части корпоративной культуры и стратегии ведения бизнеса.

• Участие в работе попечительских советов

Очень часто сотрудники компаний входят в состав попечительского совета или правления той или иной некоммерческой организации или учреждения.

Для осуществления социальных программ в регионах России компания ТНК-ВР создала региональные фонды, в распоряжение которых поступают средства на социальные программы в объеме, определенном соглашениями с местными администрациями. Фондами управляют специально создаваемые попечительские советы, состоящие из представителей компании, местной власти и региональных общественных организаций. Попечительские советы определяют поддерживаемые программы и устанавливают объемы финансирования.

• Виртуальное наставничество/волонтерство

Во многих программах существует возможность виртуального волонтерства, которое особенно подходит в тех случаях, когда сотрудник не должен отлучаться со своего рабочего места за компьютером и может выступить в качестве наставника, консультанта или волонтера через Интернет.

GE – многопрофильная компания, работающая в сфере высоких технологий, производственных, информационных и финансовых услуг. Сегодня GE – одна из самых крупных иностранных компаний в России и СНГ, сотрудничающая с более чем 100 организациями. В 2005 г. добровольцы GE оказали обширную поддержку нуждающимся и выполнили общественные работы, объем которых превысил один миллион часов. Сегодня в 36 странах действуют 200 команд, каждая из которых объединяет сотрудников, помогающих решать различные социальные вопросы, защиту окружающей среды, помощь школам и детским садам, участие в образовательных проектах.

Компания проводит в России «Дни помощи и заботы». Приносить хорошее и доброе в жизнь детей, лишенных родительского тепла и внимания, стало традицией с весны 1999 г., когда добровольцы компании впервые вышли на субботник по благоустройству территории детского сада.

Глава 2. Корпоративное волонтерство: факторы успеха и основные модели

Связь корпоративного волонтерства с профессиональным развитием сотрудников

Каждая компания определяет для себя основной набор компетенций, которые необходимы для успешной работы компании и каждого сотрудника. Ниже в таблице приводится общий перечень компетенций и конкретные способы их развития за счет участия сотрудников в программах корпоративного волонтерства.

| Компетенция | Пример программы корпоративного волонтерства для развития соответствующих компетенций |
|---------------------------------------|--|
| Личная эффективность | Индивидуальная деятельность, в сотрудничестве с другими сотрудниками |
| Адаптивность | Задача или проект, сложный и неоднозначный по содержанию – задачи, выходящие за рамки «комфортной зоны», направленные на развитие уверенности в себе, например, проекты с молодежью и школьниками. |
| Коммуникабельность | Написание отчета или бюллетеня, выступление с презентацией – любой вид текста или выступления, связанный с обработкой новой информации для обеспечения адекватного понимания аудиторией; развитие навыков активного слушания. |
| Умение работать в команде | Выполнения задачи в команде в поставленный срок; проекты с участием представителей разных социальных слоев и этнических групп для преодоления барьеров и типичных стереотипов. |
| Творческий подход и инновация | Непростые задачи, стоящие перед НКО, связанные с оценкой различных вариантов и предложением решения. Руководство группой поиска решения, вовлечение других. |
| Сила воздействия и убеждения | Участие в фандрайзинговой кампании, работе лоббирующих организаций, апелляционных советов по разрешению конфликтов, работа в новой среде и организационной культуре. |
| Эффективность управления | Деятельность, в которой отдельный сотрудник проявляет лидерство и организует работу других |
| Решительность | Координация проекта, который требует оценки возможных вариантов и принятия окончательного решения; например, анализ технической и экономической целесообразности переезда в новое помещение |
| Лидерство | Выполнение роли председателя правления некоммерческой организации; руководство внутренней группой в рамках проекта корпоративного волонтерства или фандрайзинга. |
| Управление проектами | Планирование мероприятия с участием других коллег, проведение мониторинга текущего проекта или задачи. |
| Повышение эффективности | Выполнение роли ментора – наставника молодежи или куратора директора школы или директора некоммерческой организации; руководство студенческой производственной практикой; подготовка плана повышения квалификации для сотрудников организации. |
| Эффективность бизнеса | Деятельность, направленная на эффективное функционирование всей организации |
| Ориентация на клиента | Проект, связанный с пониманием клиентской базы организации, например, разработка стратегии расширения клиентской базы или оценки возможностей. |
| Стремление к постоянному совершенству | Участие в разработке годового отчета организации. Разработка программы учета качества. |
| Знание бизнеса | Составление стратегического или бизнес-плана. Подготовка плана по фандрайзингу. |
| Технические/профессиональные знания | Участие в решении задачи, основанной на применении или развитии практических навыков, например, маркетинга, финансового планирования, компьютеризации и т.п. |

ПРИМЕРЫ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА В РОССИИ

Citi Россия МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ ВОЛОНТЕРА Citi

«Потому что мне не все равно!»

Citi – ведущая всемирная финансовая компания, которая обслуживает около 200 млн. клиентских счетов в более чем 100 странах мира. Она предоставляет своим частным клиентам, корпорациям, государственным организациям и учреждениям широкий спектр финансовых продуктов и услуг, в том числе обслуживание физических лиц и кредитование, корпоративные и инвестиционные продукты, брокерские услуги на рынке ценных бумаг и услуги по управлению капиталом. Среди основных торговых марок и сервисных знаков, объединенных под торговой маркой Citi с красной дугой, – Citibank, CitiFinancial, Primerica, Smith Barney и Vanamex. Более подробная информация представлена в Интернете на сайте www.citigroup.com или www.citi.com.

В России Citi финансирует социальные и гуманитарные проекты, которые охватывают свыше 3 тысяч человек. С 2001 г. более 2,5 млн. долларов направлено на повышение финансовой грамотности, образование будущих поколений и развитие предпринимательства в России. В 2007 году на получение премии Citi в области микро-предпринимательства было подано 150 заявок из 45 регионов России.

На первом Международном дне волонтера, который компания провела в 2006 году в более чем 100 странах мира, свыше 45 тыс. сотрудников Citi, членов их семей и друзей продемонстрировали свою приверженность участию в жизни местных сообществ, посвятив один день волонтерской работе. Успех этого начинания и положительные отклики

сотрудников Citi привели к тому, что компания решила сделать Международный день волонтера ежегодным мероприятием. За два года в Международном дне волонтера приняли участие более 100 тыс. сотрудников Citi, их друзей и членов их семей.



Citi Россия©Потому что мне не все равно

17 ноября 2007 года Citi Россия в партнерстве с благотворительными, некоммерческими организациями провела ряд добровольческих проектов в рамках Международного дня волонтера. В этот день сотрудники Citi Россия со своими семьями и друзьями, так же как и их коллеги во всем мире, добровольно посвятили время работе в некоммерческих и государственных организациях социальной направленности в семи городах: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Самара, Нижний Новгород, Волгоград, Ростов-на-Дону – под лозунгом «Потому что мне не все равно!» (англ. Because I Care!). Международный день волонтера был организован в сотрудничестве со следующими организациями:



Citi Россия©Потому что мне не все равно

Москва

- Детский дом № 12
- Детский дом в Колычево
- Детский дом в поселке Удельная
- НКО «Достижения молодых»
- НКО «Интегра»
- НКО «Надежда по всему миру»
- Приют для бездомных животных «Бим»
- Таганский детский фонд
- Фонд «Настенька»
- Центр лечебной педагогики
- Школа-интернат № 110
- Школа № 1129
- Школа № 1288, Санкт-Петербург
- Дом ветеранов № 1 в Павловске
- Зоопарк
- Исследовательский институт Турнера
- Социальный приют «Ребенок в опасности»

Ростов-на-Дону

- Детский дом № 3
- Детский дом № 4
- Детский дом № 10

Екатеринбург

- НКО «Аистенок»

Волгоград

- Детский Православный приют в г. Волжский
- НКО «Ступени»

Нижний Новгород

- Детский дом № 1

Самара

- Школа-интернат

Международный день волонтера – это кульминация волонтерского движения сотрудников Citi, в течение всего года. Волонтерство, филантропические программы Citi Foundation и благотворительные проекты, реализуемые бизнесом на локальном уровне – вот основные способы, с помощью которых Citi вносит свой вклад в сообщества. В то же время, мы видим, как волонтерские проекты, нацеленные, в первую очередь, на помощь местным сообществам, оказывают влияние и на самих сотрудников.

Основное содержание комментариев, полученных в ходе он-лайн исследования, посвященного волонтерству, проведенного среди сотрудников Citi в августе 2007 года, сводится к следующему: «Волонтерство – это очень важно! И это так здорово, что Citi уделяет этому внимание! Я теперь буду еще больше гордиться тем, что работаю в Citi».

На протяжении всего года сотрудники Citi занимаются волонтерской деятельностью, посещают «подшефные» детские дома, специализированные лечебные центры, образовательные учреждения и другие подобные организации. Международный день волонтера является кульминацией добровольного движения Citi, направленного на изменение общества к лучшему.

Программа волонтеров в Citi состоит из трех компонентов:

1. День волонтера:

В календарном году сотрудники Citi могут взять один День волонтера для того, чтобы поработать волонтером в выбранной ими организации. Citi оплачивает этот день, как если бы сотрудник находился на рабочем месте.

«Мы всячески поощряем желание наших сотрудников внести индивидуальный вклад в развитие местных сообществ. Международный день волонтера – наглядное отражение того, как наша повседневная работа, наша филантропия и добровольный вклад в дела общества помогает миру стать лучше».

Марк Робинсон,
Президент Citi, Россия

2. Программа поощрения волонтеров:

Если за 12 месяцев сотрудник проработает как минимум 50 часов в качестве волонтера в какой-нибудь одной организации, Citi перечислит данной организации 500 долларов США в виде благотворительного пожертвования.

3. Система учета волонтеров:

Сотрудникам рекомендуется пользоваться этой электронной системой для записи часов, отработанных ими в качестве волонтеров, а также для нахождения возможностей для волонтерской деятельности.



Citi Россия©Потому что мне не все равно

Основные результаты

В 2007 году в рамках Международного дня волонтера Citi удалось привлечь к волонтерской работе уже 55 тысяч человек, которые участвовали в более чем 1000 мероприятиях. В России 325 сотрудников Ситибанка, членов их семей и друзей приняли участие в международной инициативе и оказали помощь более чем 950 россиянам.



Citi Россия©Потому что мне не все равно

Выводы и планы на будущее

Несмотря на то что волонтерство в России по-прежнему у многих ассоциируется с советским прошлым страны, когда волонтерство и добровольчество таковыми не являлись, а были обязательным, принудительным и неоплаченным трудом (так называемые «субботники»), дух волонтерства в его исконном смысле жив. И постоянные положительные отклики сотрудников компании, и их желание быть вовлеченными в общественно значимые проекты на протяжении всего года – прямое тому доказательство. Задача Citi заключается в том, чтобы поощрять волонтерское движение и создавать необходимые условия для привлечения все большего и большего количества людей.

ООО «COCA-COLA HBC EURASIA»

Зеленые команды

Компания Соса-Кола уделяет особое внимание поддержке и развитию социальных и культурных инициатив в тех районах, где она ведет бизнес.

Проект «Зелёные команды Соса-Кола» был начат весной 2004 года, когда в канун традиционных субботников из сотрудников компании, членов их семей, а также молодежи и студентов подшефных учебных заведений были сформированы команды для уборки, благоустройства и озеленения городов, в которых «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» ведёт свою деятельность. С тех пор ежегодно в период с апреля по май компания «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» организует в каждом из крупнейших городов России акции «Зелёные команды» под девизом «Мы за чистый город!». За это время в программе приняли участие более 10 тысяч человек.

«Зеленые команды» не только проводят собственные акции, но и охотно участвуют в аналогичных чужих. Так, например, новгородско-питерская «Зелёная команда Соса-Кола» приняла 14 апреля 2007 года участие в акции «Чистый берег» по уборке мусора с берегов «жемчужины Валдая», организованной Фондом поддержки и развития культуры Валдайского района. Во время этой акции семь групп добровольцев в возрасте от трёх до пятидесяти с лишним лет собрали 12 тонн мусора на территории Сельвицкого острова у Иверского монастыря, около деревни Станки, в Тимошкине, Затишье, в Дубках, на Малом Рогу и «Поляне сказок».

Несколькими днями позже, в Красноярске начался двухмесячник по благоустройству города, озеленению, улучшению санитарного содержания

территории и архитектурно-художественного облика города «За чистый город, чистую Сибирь», который компания Соса-Кола поддерживает уже третий год подряд. В этом году красноярской «Зеленой команде» в составе 200 человек выпала почетная обязанность привести в порядок символ города – Караульную гору, территорию вокруг Часовни. А 28 апреля в рамках собственного проекта компании Соса-Кола «Чистые реки, чистые берега» сотрудники отдела продаж привели в порядок набережную реки Кача.



Coca-Cola©Зеленые команды

Еще восточнее, во Владивостоке, «Зеленые команды» очищали от скопившегося за зиму мусора, грязи и прошлогодней листвы Ботанический сад Дальневосточного отделения Российской академии наук (БСИ ДВО РАН). Наряду с сотрудниками компании принять участие в акции могли все желающие. Каждому санитару-добровольцу была предоставлена зеленая футболка и кепка с фирменным логотипом предприятия. А самые активные участники получили от компании ценные призы.

«Вода – это основа всей жизни на Земле и один из основных элементов нашего бизнеса, мы верим, что данное соглашение поможет защитить водные ресурсы планеты. Наша цель – вернуть в природу каждую каплю воды, которую мы используем для производства нашей продукции»

Невилл Изделл,

Председатель совета директоров и Исполнительный директор The Coca-Cola Company



Coca-Cola©Зеленые команды

Летом 2007 года компания Coca-Cola подписала глобальное соглашение с Всемирным фондом дикой природы (WWF), направленное на сохранение водных ресурсов.

Компания выделяет 20 млн. долларов США на сохранение 7 важнейших пресноводных бассейнов на планете. Подписание соглашения было приурочено к Всемирному дню охраны окружающей

среды, который был учрежден в 1972 г. Генеральной Ассамблеей ООН.

Соглашение включает в себя проекты по сокращению использования воды на всех этапах производства безалкогольных напитков, а также проекты по сохранению водных бассейнов крупнейших рек на планете.

Система «Кока-Кола» (компания Coca-Cola и буттлер на территории России компания «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия») уже несколько лет сотрудничает с WWF в России. Наиболее яркими примерами этого сотрудничества являются проекты по сохранению Волжско-Камского бассейна: Проект «Живая Волга», в рамках которого было выделено несколько грантов на реализацию различных природоохранных мероприятий нескольким заповедникам и национальным паркам, расположенным в бассейне реки Волга. Строительство образовательного центра на территории Волжско-Камского заповедника, основная задача которого состоит в максимальном широком распространении идей охраны дикой природы в Поволжском регионе.

«Новое сотрудничество с компанией «Кока-Кола», безусловно, важно для WWF России. Мы рады, что бизнес все чаще и чаще задумывается не только о собственной прибыли, но и о том, как сохранить те природные ресурсы, которые этот бизнес использует»

Игорь Честин,

Директор WWF России

АБН АМРО БАНК

Корпоративное волонтерство и устойчивое развитие

АБН АМРО – ведущий международный банк, базирующийся в Нидерландах и имеющий более 4 тыс. филиалов в 53 странах мира. Ценные бумаги АБН АМРО зарегистрированы на бирже Euronext и на Нью-Йоркской фондовой бирже. В России «АБН АМРО Банк ЗАО», 100% дочерний банк финансовой группы АБН АМРО, получил Генеральную лицензию Банка России в 1993 г. На сегодняшний день АБН АМРО действует в Москве, Санкт-Петербурге и Южно-Сахалинске с общим штатом сотрудников более 550 человек. Головной офис «АБН АМРО Банк ЗАО» находится в Москве.

Волонтерство – важная составляющая глобальной политики банка в области устойчивого развития и социальной ответственности. Группа АБН АМРО регулярно проводит различные волонтерские проекты, и в 2007 г. в 30 странах мира они были приурочены к инициативе «Международный день добровольцев во имя экономического и социального развития / Всемирный день волонтеров», учрежденной Генеральной Ассамблеей ООН 17 декабря 1985 г. Например, в Казахстане для воспитанников детского дома было организовано увлекательное путешествие на страусиную ферму. Сотрудники банка в Мексике, Корее и Румынии проводили благотворительные работы в детских домах. В Италии проводилась работа по сбору подарков и продовольствия для нуждающихся, а в Японии – работы по озеленению территории и очистке рек, а также организовывались развивающие занятия для детей. Коллеги в Польше проводили волонтерские работы в детской больнице Litewska в Варшаве.

В процессе выбора основного направления волонтерской работы в России рассматривалось

несколько предложений. Предпочтение было отдано Российской детской клинической больнице (РДКБ), поскольку одна из сотрудниц банка уже имела личный волонтерский опыт работы там. В результате АБН АМРО Россия решил помочь в подготовке нового года праздника для детей, находящихся в больнице.

Программа осуществлялась в тесном сотрудничестве с фондом, действующим в РДКБ. Работники фонда координировали деятельность волонтерских групп. Задача волонтеров заключалась в том, чтобы упаковать и распределить праздничные подарки, предоставленные как АБН АМРО, так и другими благотворителями. Потребность в волонтерской помощи обуславливалась тем, что на новогодние праздники в больнице по различным причинам без родителей и ухода остается около тысячи детей, а процесс формирования подарков достаточно кропотливый и требует значительных физических затрат. У персонала больницы не было возможности выполнить эту работу своими силами.

Волонтерская работа АБН АМРО проходила в три этапа: первым – был сбор пожертвований от сотрудников банка – для покупки подарков; вторым – непосредственно покупка подарков; и, наконец, финальным этапом стало формирование, праздничная упаковка подарков и помощь в их распределении по отделениям больницы.

В общей сложности в программе приняло участие не менее 200 сотрудников АБН АМРО, большая часть из которых участвовала в сборе средств, а часть – еще и в непосредственной работе с подарками на территории больницы.

В результате удалось в короткие сроки обеспечить детей необходимым количеством подарков¹², чтобы



АБН АМРО © Новогодние подарки детям в больнице

никто из них не почувствовал себя обделенным на самом главном празднике года.

Важно отметить, что в РДКБ ведется большая работа по оказанию помощи детям, оставшимся без попечения родителей. Помощь детям-сиротам – одно из ключевых направлений социальной политики АБН АМРО Россия, поэтому этот аспект стал еще одной очень важной составляющей при выборе и реализации проекта.

Результаты и перспективы

Основным и самым главным результатом волонтерской программы АБН АМРО можно считать то, что проведение новогодних поздравлений и вручения подарков маленьким пациентам больницы в декабре 2007 года прошло успешно и радостно.

Хотя изначально волонтерские работы были восприняты частью сотрудников с некоторым непониманием и неприятием (возможно, оставшимися еще со времен добровольно-принудительных «субботников»), конкретные цели и видимые результаты инициативы повысили интерес потенциальных участников к волонтерской деятельности как таковой, пробудили желание узнать больше о подобных проектах и возможностях участия в них.

Предновогодняя помощь РДКБ стала достойным первым шагом на пути к заложению традиций волонтерства в АБН АМРО. Безусловный положительный эффект от подобных проектов – общий позитивный настрой сотрудников, «корпоративный дух» и чувство принадлежности к организации, которая заботится не только о собственном бизнесе и выгоде, но и уделяет

внимание проблемам общества, в котором ведет свою деятельность. Важно, что это отличная «площадка» для активного общения сотрудников из различных департаментов и разной иерархической принадлежности в нестандартной и эмоционально очень непростой ситуации. Участие в таких проектах, несомненно, дает чувство удовлетворения, повышает самооценку; кроме того, в коллективе, который объединен общим благим делом, улучшается моральная обстановка.

Основная задача в ближайшей перспективе – повысить уровень информированности сотрудников о текущих проектах, и мотивировать людей к активному участию в волонтерстве. Планы АБН АМРО в области волонтерства направлены на детальную проработку специальной внутренней политики по проведению подобных проектов. Важным аспектом будет предоставление дополнительного оплачиваемого отпуска для участия в благотворительных проектах, определенных банком. При разработке политики будут учитываться как внутрикорпоративные принципы и традиции, так и требования российского законодательства и Трудового кодекса РФ. Также в ближайшем будущем планируется проведение опроса сотрудников банка о том, как они относятся к текущим социальным проектам (поддержка двух детских домов – в Ленинградской и Московской областях и некоммерческий проект по микрофинансированию молодежного предпринимательства в Калуге), а также к разовым акциям (например, помощь РДКБ); важным результатом опроса станет информация о том, какие еще проекты и в какой области сотрудники хотели бы поддерживать в будущем.

ЗАО «МОТОРОЛА» День социальной помощи

Центр разработки программного обеспечения «Моторола» в Санкт-Петербурге был открыт в 1997 году и сегодня является крупнейшим софтверным центром в городе. В центре работает более 700 сотрудников, все российские специалисты. С 1999 года центр ведет деятельность по сертификации процесса разработки программного обеспечения на соответствие мировым стандартам.

Подразделение центра Access Solutions (решения и средства удаленного доступа), является ведущим разработчиком программных продуктов для компьютерных систем коммуникации. В 2006 году Санкт-Петербургский центр запустил новую программу – разработка современных программно-управляемых телевизионных мультимедийных приставок для домашнего использования.

С середины 90-х годов Центр сотрудничает с рядом ведущих технических вузов Петербурга. При поддержке Центра вузы города уже несколько лет подряд получают гранты независимого фонда развития современных технологий Motorola Foundation.

Компания Motorola – социально ответственная компания, которая ежегодно проводит ряд мероприятий, связанных с благотворительностью, содействует городским организациям в проведении общественно значимых мероприятий. Так в Санкт-Петербурге компания курирует детский дом в Невской Дубровке, с 2007 года была запущена программа регулярного проведения дня донора с целью объединения сотрудников в рамках единого благотворительного мероприятия.



Моторола © День социальной помощи

Задачами волонтерских проектов компании являются:

- Повышение лояльности сотрудников через понимание высокого уровня социальной ответственности компании
- Объединение сотрудников как внутри петербургского подразделения, так и глобально по всему миру.

Проект «День социальной помощи» – один из нескольких проектов в компании, направленных на решение упомянутых задач. День социальной помощи – это традиционное ежегодное мероприятие, которое очень позитивно воспринимается сотрудниками компании по всему миру. Мероприятие дает возможность почувствовать, что компания заботится не только о своих сотрудниках, но и о той части общества, которая нуждается в помощи. Данным проектом

компания вместе с сотрудниками делает благое дело, в котором и у высшего руководства, и у всех сотрудников есть возможность проявить свою социальную ответственность. Так достигается повышение доверия к компании, ее инициативам и к руководству.

В этот день все сотрудники, задействованные в проекте, освобождаются от работы, получают форму с корпоративной символикой, обеспечиваются питанием и транспортом для проезда до объекта и обратно. По результатам проделанных работ по всему миру рассылается отчет, проводится конкурс среди проектов из разных стран, а также среди сотрудников, на лучший рассказ о своём участии и лучшее фото. В 2007 году двое из шести победителей этих конкурсов – сотрудники Санкт-Петербургского офиса. Им были выделены денежные призы



Моторола©День социальной помощи

для дополнительного финансирования любого объекта благотворительности по собственному выбору.

В 2007 году более 11 тысяч сотрудников компании Motorola в 47 странах мира уже во второй раз приняли участие в различных добровольных инициативах, организованных в интересах местных некоммерческих организаций. Получив одобрение своего менеджера, любой сотрудник компании мог принять участие в Дне социальной помощи. В Санкт-Петербурге в этой акции приняли участие около 60 человек.

В Дубровском детском доме сотрудники-волонтеры занимались благоустройством территории. В Детской городской больнице № 31, в Детской городской больнице № 1 и в санатории «Солнечное» занимались мойкой и утеплением окон, а также уборкой помещений.

Результаты и оценка эффективности мероприятия

По неформальным комментариям и откликам участников, все остались довольны возможностью оказать помощь детским учреждениям. Сотрудники очень позитивно относятся к таким инициативам компании и выражают желание участвовать в следующих мероприятиях. Участники испытывают чувство гордости за социально ответственную политику компании и свою принадлежность к ней. В результате проведенной акции в компании на 40% увеличилось количество кандидатов, рекомендуемых сотрудниками, по сравнению с прошлым месяцем. Кроме того, наблюдается установление более близких контактов между сотрудниками, как из различных отделов, так и внутри них.

ГУП «ВОДОКАНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»

Экологическое образование и просвещение детей – часть экологической политики предприятия

Государственное унитарное предприятие «Водоканал Санкт-Петербурга» – одно из крупнейших в России предприятий водопроводно-канализационного хозяйства. Долгосрочной целью предприятия является предоставление жителям и организациям Санкт-Петербурга услуг водоснабжения и водоотведения, которые по доступности и качеству будут сопоставимы с показателями лучших европейских компаний аналогичного профиля, а по стоимости – обеспечивать эффективную эксплуатацию и экологически безопасное направление развития водопроводно-канализационного хозяйства Санкт-Петербурга.

С 1992 года Водоканал работает на принципах самокупаемости, получая ограниченные средства из бюджетных источников на финансирование программ регионального значения. Основой всей финансово-хозяйственной деятельности ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» является план корпоративного развития (ПКР), который согласуется с главной стратегической целью города, сформулированной как «стабильное улучшение качества жизни всех слоев населения Санкт-Петербурга».

Идея разработки ПКР, как альтернативы изжившей себя практики централизованного планирования, была предложена консультантами Проекта поддержки корпоративного развития в ходе подготовки к реализации инвестиционных проектов с привлечением кредитов Европейского банка реконструкции и развития и Северного инвестиционного банка.

Экологическая политика предприятия была разработана в связи с внедрением системы экологического менеджмента, соответствующего требованиям международного стандарта ISO 14001. В задачи предприятия входит не только доводить до сведения широкой общественности свою политику в области охраны окружающей среды и результаты, достигнутые в процессе улучшения экологических показателей, но и планомерно способствовать повышению экологической сознательности общества, особенно обучению детей в школах экологической культуре.

Состояние окружающей среды напрямую зависит от отношения общества к этим проблемам, и в большой степени от образованности молодого поколения. На базе ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» создан Детский экологический центр (ДЭЦ), действующий в рамках экологической политики предприятия. Работа ДЭЦ – это отражение целей и ценностей Предприятия в области охраны окружающей среды.

Центр работает с детьми разного возраста на основе концепции устойчивого развития, всестороннего партнерства с использованием интерактивных методов и современных информационных технологий, а также современных педагогических идей и подходов, представляя собственный опыт педагогам и методистам образовательных учреждений.

В центре 4 педагога-специалиста по работе с различным возрастом. При создании различных программ и подготовке занятий, акций и дней открытых дверей используется проектный метод. В задачу координатора проекта входит подготовить к работе как специалистов основных структурных подразделений предприятия, так



Водоканал Санкт-Петербурга © Экологическое образование и просвещение детей – часть экологической политики предприятия

и студентов волонтеров, а также определиться со школами-участниками проекта. На предприятии хорошо понимают значимость работы с детьми и молодежью, именно поэтому специалисты, работающие на объектах Водоканала, всегда активно вовлекаются в проекты ДЭЦ: проводят экскурсии на объекты, приходят на встречи со старшеклассниками, где рассказывают о новых технологиях и достижениях, входят в состав жюри различных конкурсов, проводят мастерские.

Работа с детьми и молодежью организована через систему занятий, проектов, тематических выставок и познавательных программ на примере работы ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга». Все занятия с учащимися проходят в интерактивной форме с играми, опытами, демонстрациями и дискуссиями. Каждый ребенок вовлекается в процесс познания, становится его непосредственным участником, получая личный опыт и личный результат. Нестандартные педагогические подходы, инновационная образовательная среда и прекрасная техническая оснащенность позволяют вовлечь детей и молодежь в практическую деятельность по охране окружающей среды и способствует их творческой реализации. Так, в помещении насосного отделения XIX века, специально реконструированного для работы с детьми, проводится игровая программа «Секретный архив инженера», посвященная развитию инженерной мысли. Большую популярность среди школ города завоевала программа «Твой след на Земле», которая познакомила сотни детей с концепцией экологического следа и способами его уменьшения. На станциях программы детям предлагалось «купить» себе продукты, построить дом, посоревноваться в управлении игрушечным автомобилем. Каждый участник программы перемещался по выставке

с рюкзаком. В зависимости от того, какую нагрузку на окружающую среду оказало бы принятое решение, в рюкзаки детей добавлялся груз. Взвесив свои решения на специальных весах, ребенок мог увидеть, сколько планет Земля потребовалось бы для того, чтобы каждый человек мог поддерживать такой же уровень жизни¹⁹. Обеспечить активное участие школьников в программе помогала группа студентов-волонтеров, прошедших семинары по эффективным методам экологического образования и просвещения в Детском экологическом центре.

Увеличить результативность работы центра позволяет активное сотрудничество с самыми разнообразными организациями. Помимо школ и университетов, это общественные организации, дипломатические и бизнес-представительства, органы власти, компании. Так, разработка многих занятий, публикаций, проектов осуществляется совместно с общественной организацией ОСЭКО. Совместно с компанией «Смешарики» разработан специальный «водный» урок для младших школьников. Международное сотрудничество позволяет центру предлагать школьникам города все новые возможности и поддерживать качество работы на мировом уровне.

В западных странах для крупной компании поддержка образовательного центра для детей считается почти необходимостью, «хорошим тоном». Хочется верить, что опыт Водоканала Санкт-Петербурга послужит хорошим примером для многих других российских компаний. Можно с радостью сказать, что опыт ДЭЦ вдохновляет не только детей, но и взрослых. Так, уже собственный детский центр создал ГУП «Водоканал Ростова-на-Дону». Сейчас специалисты ДЭЦ оказывают консультации еще нескольким водоканалам городов России.

ШВЕДСКИЙ ФОНД ОБУЧЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Программа «SEED – обучение через предпринимательство»¹⁴

Совместный проект Шведского фонда обучения через предпринимательство и Стокгольмской школы экономики в России проходил при поддержке Комитета по образованию г. Санкт-Петербурга. С 2004 по 2007 гг. пять групп учителей из 70 школ Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Пскова и Архангельска обучались по модели, которая работает в Швеции почти 15 лет.

Под обучением через предпринимательство подразумевается тип учебного процесса, направленный на становление и развитие в молодых людях ключевых компетентностей, которые позволяют им быть творческими личностями, способными различать, создавать, инициировать и успешно развивать личные, общественные и деловые возможности, в том числе и в плане ведения в будущем своего собственного бизнеса.

Именно поэтому реализация программы возможна только в условиях специально организованного социального партнерства. Обучение через предпринимательство достигает максимальной эффективности, когда школа взаимодействует с бизнесом и сообществом, предлагая учащимся творческие задачи, в которых они могли бы использовать свои школьные знания в ситуации реальной действительности.

Программа SEED охватывает те же предметы и учебные курсы, которые входят в традиционную школьную систему. Основной ее принцип – стимулировать учащихся к более самостоятельной работе, выполняя проекты, предполагающие взаимодействие с реальными компаниями (фирмами, организациями, учреждениями). По условиям программы компания становится ментором

для двух учеников на срок 2 года. Регулярные контакты позволяют школьникам соотносить теорию и практику, понять, для чего им нужны теоретические знания, получаемые в школе; требуют от учеников умения брать на себя ответственность, планировать свое время и работать с другими людьми, что позволит осознать значение этих важных навыков и лучше понять самих себя.

Цель такого процесса обучения – развивать такие качества как креативность, гибкость, приверженность делу и умение работать в команде, – т. е. именно те способности, в которых заинтересованы сегодняшние работодатели. Помимо этого, в процессе обучения по программе «SEED – обучение через предпринимательство» подростки обретут понимание бизнеса, которое со временем позволит им начать свое собственное дело.

Важным компонентом программы SEED является сетевое взаимодействие между школами, предполагающее регулярное проведение встреч учащихся и учителей, на которых они обмениваются своими идеями и опытом, что способствует оперативному распространению передовых знаний и технологий, облегчает решение общих проблем, а также помогает учителям и учащимся повышать стандарты обучения на местах, в своих школах.

Программа SEED основана на следующих четырех принципах.

1. Учащиеся играют активную роль, несут ответственность и самостоятельно решают проблемы. Для повышения мотивации учащихся необходимо делегировать им ответственность за процесс собственного обучения и контроль над ним.



Как правило, традиционная школа не слишком преуспевает в создании таких учебных ситуаций. Для того, чтобы выпускники школы были творческими и предприимчивыми личностями, способными управлять своим будущим, необходимо переключиться на активный учебный процесс, в котором учащиеся получают возможность брать на себя ответственность за формирование вопросов и поиск ответов на них, решая реальные жизненные проблемы.

2. Задания носят комплексный характер и охватывают более чем один предмет.

Хорошо известно, что в реальной жизни жесткого разделения знаний на категории не существует, и все те знания и навыки, которым школа учит как отдельным предметам, используются в ней комплексно. Для многих выпускников эта неприятная неожиданность всплывает только тогда, когда им приходится применять полученные в школе знания, умения и навыки, сталкиваясь с комплексными проблемами реальной действительности. Если давать ученикам возможность работать над комплексными заданиями и проектами, охватывающими сразу несколько предметных областей, то они смогут научиться соотносить полученные в школе знания с реальностью. Учащиеся смогут понять, как все то, что они усвоили, изучая какой-то один предмет, может применяться в работе над другими. Простая ситуация реальной жизни, когда ученики представляют свои результаты группе незнакомых людей вне школы, позволяет интегрировать цели сразу нескольких предметов. Во время презентации школьники смогут показать, что они поняли теоретический материал какого-то одного предмета, и, в то же самое время, общаясь с аудиторией, продемонстрировать свои риторические навыки, усвоенные на уроках родного

языка. Презентация может дать им возможность использовать свои технические умения и навыки в области информационных технологий, полученные на уроках информатики и т.д.

3. Задания выполняются в сотрудничестве с людьми из местного сообщества.

Практика школьной работы нуждается еще в одном дополнении, способном придать ей более целостный характер. Социальная актуальность получаемого знания имеет важное значение. Если то, чем занимаются учащиеся в школе, будет непосредственно связано с восприятием реальной жизни, то получаемое знание будет актуальным и, следовательно, будет усваиваться лучше и прочнее. Вместе с тем, молодые люди получают возможность строить собственные отношения с «настоящими взрослыми» из окружающего мира. Подросток, у которого есть возможность ответственно создавать и поддерживать отношения «взрослый–взрослый» – это большая редкость. Когда учащиеся получают задания, которые они выполняют в сотрудничестве с «настоящими взрослыми» из местного сообщества, они получают возможность соотнести свои знания с реальным социальным контекстом и, в то же самое время, принять на себя ответственность за построение настоящих взрослых отношений. В таких условиях социального партнерства полученные знания становятся актуально значимыми и способствуют развитию социальных навыков учащихся, а подростки чувствуют себя взрослыми, когда работают вместе с профессионалами.

4. Результаты работы приносят пользу за пределами школы.

В учебных заведениях многие задания выполняются с единственной целью – получить оценку

от учителя. В связи с этим возникает определенный риск: задание является всего лишь учебным инструментом; результаты выполнения заданий приобретают ценность тоже лишь как инструмент (хорошая оценка), необходимый для достижения временной ценности (например, поступление в ВУЗ). Однако если школьник видит, что кого-то за пределами школы интересуют результаты его работы, то он понимает, что его работа актуальна и начинает ощущать уже не инструментальную или временную, но и реальную ценность своей деятельности. Это создаст внутреннюю мотивацию, которой трудно добиться применительно к учебной деятельности в стенах класса. Большинство подростков очень хотят произвести хорошее впечатление на людей, с которыми они встречаются за пределами школы, и, если они знают, что результаты их работы увидят за пределами школы, они вкладывают в нее гораздо больше усилий, чем в выполнение задания, которое увидят и оценят только их учителя. Кроме того, выполнение таких заданий повышают статус образования и школы в глазах социальных партнеров и представителей местного сообщества.

Молодости свойственна предприимчивость. В обществе существует огромная потребность в предприимчивых людях – людях способных братья за творческие задачи, ответственно относиться к делу и достигать результатов, работая в сотрудничестве с другими людьми. Миссия проекта – помочь молодым людям реализовать себя в бизнес-сфере.

Проект подразумевает выполнение старшеклассниками во взаимодействии с компанией-ментором серии из 4–8 бизнес-проектов. По своей тематике проекты связаны с различными предметами, преподаваемыми

в школе. От проекта к проекту у старшеклассников происходит стремительное развитие теоретических и практических знаний, а также навыков общения и социального взаимодействия. Это отмечают и учителя, и контактные люди от компаний, и (что крайне важно) сами ученики и их родители.

Такой рост и развитие происходят в ходе постепенного знакомства с опытом взрослых людей, работающих в конкретной компании, и ситуациями реальной жизни. Это не означает, что ученики проходят что-то вроде производственной практики. Роль ментора не должна быть компании в тягость, однако важно, чтобы компания отнеслась к ней серьезно и ответственно, и уделила школьникам время, дав им почувствовать, что работа, выполняемая ими, важна.

Обязанности компании-ментора

Если компания соглашается стать ментором, то для взаимодействия с группой из двух школьников она выделяет специального человека, которому нравится общаться с молодежью и который согласится выполнять обязанности по программе обучения через предпринимательство. Прежде чем приступить к работе над каждым из проектов, ученики будут посещать компанию и собирать нужные им данные и впечатления.

Обязанности контактного лица включают в себя следующее: являться на установленные встречи и отвечать на вопросы учеников или же помогать им, чтобы найти в компании нужного им компетентного человека. Очень важно, чтобы контактное лицо проявляло требовательность к ребятам в вопросах дисциплины и пунктуальности и давало им собственный положительный пример. Если во время



SEED©Обучение через предпринимательство

встречи становится ясно, что у школьников нет четкой цели, то контактное лицо не должно тратить свое время впустую.

Посещение компании рекомендуется проводить примерно раз в месяц. Компания назначает постоянное контактное лицо. В его обязанности не входит определение задачи и составление плана посещения. Сами школьники отвечают за то, чтобы договориться о времени посещения и объяснить, в чем состоит цель их проекта и к каким материалам и информации им необходимо получить доступ. Контактное лицо дает ответы на подготовленные ребятами вопросы и рассказывает им о бизнесе, которым занимается компания.

Результаты работы по программе «SEED – обучение через предпринимательство» показали, что она полезна для всех участников. Учителя видят положительные изменения в учениках, повышение их мотивации к получению новых знаний по многим предметам. Ученики очень рады возможности познакомиться с работой реальных компаний, получить новый социальный опыт, лучше понять, чем они хотели бы заниматься в будущем. Эти результаты наблюдают и родители. Компани-менторы понимают, что необременительным образом способствуют реформе школьного образования в сторону повышения его практической направленности и соответствия социальным запросам. Академия последипломного образования учителей в Санкт-Петербурге проводит регулярное обучение по этой модели учителей и директоров школ.

Среди ближайших планов – распространить полученный опыт не только на большее количество школ и колледжей на Севере-Западе России,

но и на другие регионы России, создать сообщество единомышленников среди представителей бизнеса, образования и государственных организаций, цель которого внедрение современных методов обучения, основанных на реальности, создание «Школы Завтра». Девиз программы – «Что посеешь, то и пожнешь».

«САЛЫМ ПЕТРОЛЕУМ ДЕВЕЛОПМЕНТ Н.В.» Выбирая будущую профессию

«Салым Петролеум Девелопмент Н.В.» – совместное предприятие, учредителями которого являются на паритетных началах «Шелл Салым Девелопмент Б.В.» и ОАО НК «Эвихон» (дочернее подразделение компании «Сибирь Энерджи»). С 2003 года СПД ведет освоение Салымской группы нефтяных месторождений, которая расположена в Ханты-Мансийском автономном округе, в 190 километрах от г. Нефтеюганска и включает в себя Западно-Салымское, Верхне-Салымское и Вадельпское месторождения.

С первых дней реализации Салымского проекта СПД вносит свой вклад в развитие социальной сферы в регионе, предлагая решения наиболее острых проблем. Компания реализует целый ряд программ в области экологии, развития малого и среднего бизнеса, здравоохранения, образования, культуры и спорта. Затраты СПД на благотворительные мероприятия и развитие социальной сферы в Ханты-Мансийском автономном округе составили за эти годы 9,5 млн. долларов.



СПД©Награждение победителей конкурса



СПД©Конкурсный проект

Сотрудники СПД принимают активное участие в проектах, которые СПД, как социально ответственная компания, реализует в Ханты-Мансийском автономном округе. В частности, они способствуют внедрению среди сотрудников подрядных организаций СПД культуры безопасного выполнения работ и лучших стандартов производственной деятельности. Специалисты СПД помогают молодежи сельского поселения Салым в освоении рабочих специальностей нефтегазовой отрасли и приобретению опыта практической работы на промышленных объектах компании. Команды сотрудников СПД – неперенные участники спортивных соревнований по различным видам спорта, организуемых в регионе между местными предприятиями. Сотрудники СПД регулярно участвуют в благотворительных акциях компании в пользу социально незащищенных слоев населения.

Одна из последних инициатив, в реализации которой участвуют сотрудники СПД, – конкурс



Приложение 1. Пять шагов к успеху – рекомендации по разработке программ

ПЯТЬ ШАГОВ К УСПЕХУ – РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММ

«Предпринимательство и карьера». Его цель – помочь школьникам сельского поселения Салым в выборе профессии. Люди приходят к выбору той или иной профессии обычно еще в школьные годы. Трудно сказать, что оказывает решающее влияние на этот выбор: советы родителей, общение со сверстниками или информация, почерпнутая из книг, кинофильмов, телепередач, а в последние годы и из Интернета. Ясно одно: чем более полными и всесторонними будут знания о будущей профессии, тем более осознанным будет выбор своего жизненного пути и тем меньше вероятность ошибки.

Помочь школьникам в выборе профессии – такова была одна из основных целей конкурса «Предпринимательство и карьера сегодня» среди учащихся средних общеобразовательных школ поселка Салым. Конкурс был организован Нефтеюганским филиалом Фонда поддержки предпринимательства Югры и компанией «Салым Петролеум Девелопмент». В нем приняли участие ученики с 6 по 11 классы.

По условиям конкурса его участники должны были представить свои взгляды на роль карьеры и предпринимательства в современной жизни, поделиться своими планами по выбору будущей профессии. Победители конкурса по каждой номинации были награждены ценными подарками, а ребята, занявшие призовые места в номинациях «Литературное творчество», «Изобразительное искусство» и «Прикладное творчество», были приглашены принять участие в трехдневном тренинге по развитию деловых и коммуникативных навыков, который был проведен при финансовой поддержке СПД.

Для победителей в номинации «Выбираем профессию» была организована однодневная

стажировка на производственных объектах СПД на Салымских нефтяных месторождениях. Среди выбранных ребятами специальностей – бухгалтер-экономист, эколог, архитектор-строитель, инженер по добыче нефти, переводчик и инженер-программист.

Школьники провели на месторождении один рабочий день. У каждого ученика был свой наставник по соответствующей специальности. Наставники рассказывали о производственной деятельности компании, о работе промышленных объектов и специфике профессий, которые ребятам сейчас нравятся. Выберут ли они именно эти профессии после окончания школы, покажет время. Но услышанное и увиденное во время стажировки в СПД обязательно поможет салымским школьникам при окончательном выборе своей будущей специальности.

В свою очередь, благодаря этой программе сотрудники компании приобрели новый опыт и навыки, попробовав себя в роли наставников, и одновременно внесли реальный вклад в социальное развитие региона.

Компания СПД намерена и впредь придерживаться принципов устойчивого развития и всегда стоять лицом к обществу, к нуждам и проблемам региона, в котором работает.

Шаг 1. Оценка существующих программ и мероприятий в области корпоративного волонтерства.

Используйте фокус-группы, встречи с руководством компании и представителями местных некоммерческих организаций, существующие отчеты для того, чтобы выяснить, каким добровольчеством занимаются сотрудники по своей инициативе в свое свободное время и какие социальные программы реализует компания с участием своих сотрудников. Результаты вашей оценки должны быть представлены в доступной и полезной форме, включая следующие компоненты:

- Уровень заинтересованности сотрудников в добровольчестве.
- Готовность руководства компании развивать корпоративное волонтерство, включая тип и объем ресурсов, которые руководство может предоставить (гибкий график, оплачиваемое время, удвоение благотворительных пожертвований сотрудников, использование помещений, пожертвование оборудования, координация программ и т. п.).
- Социальные проблемы, которые волнуют сотрудников, и наиболее приемлемая форма участия в волонтерстве (регулярно, например, еженедельно или раз в год).
- Навыки сотрудников, полезные для работы волонтером.
- Восприятие корпоративного волонтерства в контексте корпоративной социальной ответственности.

Такая оценка текущей ситуации является не только хорошим инструментом для планирования программ корпоративного волонтерства, но также дает возможность отметить и поощрить достижения волонтеров и наметить потенциальные перспективы на будущее.

Шаг 2. Определение объема деятельности.

- Разработайте стратегию развития корпоративного волонтерства, которая будет идти в одном русле с корпоративными целями, а также благотворительными и социальными программами.
- Работайте в тесном сотрудничестве с отделом кадров для того, чтобы программы корпоративного волонтерства вписывались в программы тренингов и профессионального развития кадров.
- Рассмотрите возможности предоставления сотрудникам-волонтерам отгулов в счет времени, потраченного на корпоративное волонтерство в рабочее время или после окончания рабочего дня.
- Определите критерии корпоративной поддержки и компенсации расходов, связанных с программами корпоративного волонтерства.
- Сосредоточьте усилия на программах, направленных на потребности бизнеса, общества и интересы сотрудников.
- Разработайте систему организационной поддержки. Например, назначьте ответственного в каждом отделе за координацию программы корпоративного волонтерства, сформируйте рабочий комитет для реализации программы и обеспечения причастности и вовлеченности сотрудников.
- Организуйте формы признания и поощрения для сотрудников-волонтеров, например, поощрение по линии руководителя отдела, вручение почетных грамот и т.п.
- Ключевым элементом успеха является творческое и постоянное общение между сотрудниками-волонтерами. Не стоит недооценивать уровень и разнообразие форм общения для обеспечения эффективности!
- Разработайте методическое руководство по типам программ корпоративного волонтерства или некоммерческим организациям, с которыми вы



АБН АМРО Банк © Сотрудники готовят новогодние подарки детям

ПАМЯТКА РАЗРАБОТЧИКУ ПРОГРАММ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

Ниже приводится памятка с перечнем основных вопросов, которые не только помогут вам в разработке программы корпоративного волонтерства с учетом бизнес-целей, но и будут способствовать повышению общей эффективности волонтерской работы на благо общества.

намерены сотрудничать (можно, напротив, создать «черный список»).

- Решите, намерены ли вы сосредоточить свои усилия на существующих социальных и благотворительных программах, усилив их компонентом добровольчества сотрудников, или будете разрабатывать новые инициативы.
- Рассмотрите возможности совместных усилий с другими компаниями или организациями, если коллективные усилия приведут к повышению эффективности ваших программ корпоративного волонтерства.

Шаг 3. Планирование, обеспечение ресурсами, утверждение графика

- Проведите оценку временных сроков, необходимых на реализацию программ корпоративного волонтерства с конкретными этапами и необходимыми шагами.
- Оцените масштабы программы, необходимую структуру управления, роль и возможности Ваших партнеров (в частности, какой объем координационных усилий, могут взять на себя партнеры).
- Определите финансовые и кадровые потребности для эффективной реализации программы.
- Получите поддержку руководства и гарантии получения необходимого финансирования для реализации программы.

Шаг 4. Организация связей с общественностью

- Организуйте обратную связь с сотрудниками для того, чтобы оперативно сообщать всем о результатах оценки текущих программ и новых планах.
- Разработайте и утвердите бренд программы, соответствующий ее содержанию и корпоративной культуре.
- Используйте все возможности для популяризации программы и агитации сотрудников: буклеты,

листовки, футболки, плакаты, телеконференции, электронную рассылку и т.п.

- Размещайте статьи о программе в Интранете компании.
- Обеспечьте разнообразные формы участия для добровольцев – кто-то предпочитает работу в команде, кто-то индивидуальные возможности.
- Работайте в тесной связи с местными партнерами для получения необходимой информации для организации эффективного вовлечения персонала.
- Публикуйте успешные примеры и официально признавайте заслуги сотрудников-волонтеров в корпоративных новостных бюллетенях.
- Берите пример с компаний, где проводятся ежегодные итоговые мероприятия с вручением наград и почетных грамот.
- О благодарственных письмах, полученных от бенефициаров корпоративного волонтерства, должны знать все!
- Благодарность руководства сотрудникам, активно участвовавшим в корпоративном волонтерстве, всегда создает позитивную обстановку и ценится сотрудниками.
- Окажите содействие вашим партнерам – местным некоммерческим организациям – в организации работы со СМИ для популяризации партнерского проекта с вашей компанией.

Шаг 5. Оценка результатов

- Проведите оценку результатов программы в соответствии с поставленными целями.
- Ведите четкий учет рабочего времени, которое сотрудники тратят на добровольчество.
- Оцените затраты и полученные результаты, эффективность воздействия программы на общество и насколько удалось решить те или иные социальные проблемы.

| | |
|--|--|
| <p>1. Определили ли вы, на кого будет ориентирована программа корпоративного волонтерства?</p> | <p>Тип программы корпоративного волонтерства определяется тем, какие именно сотрудники будут в нее вовлечены, например, сотрудники головного офиса с большим интересом и готовностью будут работать с коллегами из регионов.</p> |
| <p>2. Насколько программа корпоративного волонтерства способствует достижению бизнес-целей?</p> | <p>Бизнес-цели будут определять специфику корпоративного волонтерства, например, оно может быть направлено на развитие персонала, укрепление корпоративной репутации, повышение мотивации сотрудников и т.п.</p> |
| <p>3. Как разрабатываемая волонтерская программа сочетается с другими корпоративными программами?</p> | <p>Например, в одной компании программа наставничества в средней школе являлась частью общей корпоративной программы развития навыка менторства; другая компания проводила однодневные проекты для укрепления командного духа и дополнительного пиара непосредственно перед открытием нового магазина; в некоторых случаях используются местные командировки для расширения навыков и сетевого взаимодействия.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>4. Рассчитываете ли вы оказать существенное влияние на решение определенной социальной проблемы и готовы выделить на это серьезные ресурсы или вы хотите начать с небольшого проекта и постепенно расширять его?</p> | <p>Представляется возможным определить тему (например, образование или здоровье местного населения), найти партнера в лице одной или нескольких некоммерческих организаций и выстроить программу с вовлечением всех сотрудников в пределах определенного периода времени. Можно установить цель – осуществить сбор средств в определенном размере, для проведения конкретных мероприятий, что повышает интерес сотрудников к волонтерству. Другой способ – организовать однодневные проекты, в которых сами сотрудники определяют суть проекта. Как вариант, можно попросить каждое подразделение компании выбрать один проект, соответствующий установленным критериям, для реализации в течение года, затем подвести итоги и наметить пути развития.</p> |
| <p>5. Какие способы управления корпоративным волонтерством будут использованы в программе?</p> | <p>Программы корпоративного волонтерства становятся эффективными, когда имеют четкую систему управления. Необходимо выделить бюджет для реализации программы и сотрудников для координации действий. Можно построить управление на инициативе сотрудников, через комитеты и рабочие группы.</p> |
| <p>6. Какой вклад предлагает компания?</p> | <p>Следует определить, как именно компания собирается мотивировать (стимулировать?) волонтерскую деятельность сотрудников. Будет ли компания удваивать денежные пожертвования сотрудников? Предоставит ли компания оплачиваемый отпуск за волонтерство? Будет ли проводиться подготовительный тренинг для сотрудников перед началом волонтерской программы? Как будет рекламироваться корпоративное волонтерство внутри и за пределами компании? Будет ли корпоративное волонтерство способствовать программе обучения персонала? Как будут отмечены активисты-волонтеры?</p> |
| <p>7. Возможно ли включить программу корпоративного волонтерства в уже существующие социальные программы компании?</p> | <p>Самый простой способ – обсудить с вашими партнерами по социальным и благотворительным программам, есть ли необходимость (и возможность) вовлечения сотрудников компании в программную деятельность. Это может усилить и придать большую устойчивость вашим партнерским проектам с местными некоммерческими организациями.</p> |
| <p>8. Что будет показателем успеха программы?</p> | <p>Установите цели программы и критерии оценки эффективности. Цели программы должны учитывать цели компании, сотрудников и общества.</p> |

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

СНОСКИ

- ¹ По данным www.globalreporting.org
- ² Нефинансовый отчет (социальный отчет, отчет в области корпоративной ответственности или в области устойчивого развития) – это инструмент анализа и оценки основных аспектов деятельности организации в сфере экономического роста, социального развития и экологической устойчивости, а также способ информирования всех заинтересованных сторон о результатах деятельности компании в этих областях.
- ³ Стейкхолдер (заинтересованная сторона) – любая группа или отдельное лицо, которые могут влиять на организацию или ее деятельность, испытывают на себе ее воздействие. Также – любое лицо или группа лиц, которые могут помочь в разработке предложений, направленных на повышение коммерческой и общественной эффективности организации.
- ⁴ Нешадин А. Границы социальной ответственности: http://www.hse.ru/temp/2006/files/20060404-06/20060405_neshadin.doc.
- ⁵ См. www.iblf.org
- ⁶ Так, например, в Великобритании создано Министерство по КСО. Оно придает особое значение развитию темы КСО, играя ключевую роль в стимулировании вклада бизнеса в устойчивое развитие общества. Правительство проводит планомерную политику и создает условия для того, чтобы компании были заинтересованы более эффективно работать в сфере КСО. Основным в подходе правительства к социальной ответственности компаний является поощрение и поддержка практического применения КСО на основе использования передового опыта путем регулирования и финансового стимулирования.
- ⁷ Это свод основополагающих принципов и ценностей ответственной деловой практики, социального диалога с акционерами и инвесторами, властными структурами, работниками и институтами гражданского общества. Хартия соответствует основным международным документам в области корпоративной ответственности, устойчивого развития и нефинансовой отчетности.
- ⁸ В настоящее время практика проведения диалогов с заинтересованными сторонами активно используется такими компаниями, как «Бритиш Американ Табакко Россия», РАО «ЕЭС России» и его дочерние компании, ОАО «Лукойл», ОАО МХК «ЕвроХим», ВР Russia и др.
- ⁹ Подробности на сайте <http://www.life-line.ru>
- ¹⁰ <http://www.management-issues.com/2007%2F3%2F8%2Fopinion%2Femployee-engagement-what-exactly-is-it.asp>; <http://www.conference-board.org/publications/describe.cfm?id=1238>
- ¹¹ По данным европейской исследовательской компании Ipsos MORI, для 86% британцев важно знать, что их компания социально ответственна перед обществом и окружающей средой. В России 72,3% опрошенных считают, что потенциальный работодатель не должен негативно влиять на экологию, а 55,2% полагают, что компания должна участвовать в благотворительных программах.
- ¹² Наряду с помощью от других компаний – участников подготовительных работ.
- ¹³ Виртуальное путешествие по этой игровой программе можно совершить, посетив сайт партнера ДЭЦ – общественной организации ОСЭКО – www.oseko.spb.ru в разделе «Проекты».
- ¹⁴ Swedish Enterprise Education, SEED (англ. семья).

СПИСОК ПОЛЕЗНЫХ САЙТОВ

Business in the Community
<http://www.bitc.org.uk>

The Centre for Volunteering
http://www.volunteering.com.au/corporate_volunteering/

The World Volunteer Web
<http://www.worldvolunteerweb.org/>

Volunteering England
<http://www.volunteering.org.uk/WhatWeDo/Projects+and+initiatives/Employer+Supported+Volunteering/>

The Points of Light
<http://www.pointsoflight.org/resources/default.cfm?sectn=1>

Volunteering Australia
http://www.volunteeringaustralia.org/html/s12_content/default.asp?tnid=16

United Nations Volunteers Program (UNV)
<http://www.unv.org/>

Информационный портал «ДОБРОВОЛЕЦЪ»
<http://www.dobrovolec.ru/>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОРГАНИЗАТОРАХ

Международный форум лидеров бизнеса принца Уэльского (IBLF)

Международная некоммерческая организация, учрежденная Его Королевским Высочеством принцем Уэльским в 1990 году, осуществляет свою деятельность почти в 50 странах мира, в первую очередь, в странах переходной экономики. Цель форума – содействовать развитию партнерства и социально ответственной коммерческой деятельности, приносящей пользу бизнесу и обществу и способствующей стабильному социально-экономическому развитию без урона окружающей природной среде.

В России, при поддержке более чем 20 компаний лидеров отечественного и мирового бизнеса, IBLF реализует проекты, направленные на развитие и применение на практике принципов ответственного бизнеса.

Семинары, круглые столы, обучающие программы и стажировки, проводимые IBLF, позволяют объединить усилия некоммерческих организаций, бизнеса и государства для решения проблем экологической безопасности, здравоохранения в обществе и на производстве, занятости молодежи, развития предпринимательской культуры и повышения инвестиционной привлекательности России.

Москва, 123001

Мамоновский пер., 4, офис 9

Тел.: +7 495 974 14 21

Факс: +7 495 788 68 65

Э-почта: further.info@iblf.ru

Сайт: www.iblf.ru

Центр развития некоммерческих организаций (Центр РНО), Санкт-Петербург

Некоммерческая негосударственная организация, созданная инициативной группой граждан в 1994 г.; один из самых крупных, опытных и давно существующих ресурсных центров для НКО в России. Миссия Центра РНО – развитие гражданской ответственности через содействие благотворительности, поддержку гражданских инициатив и организаций.

Центр РНО проводит регулярные семинары и консультации, стажировки и конференции, направленные на повышение профессионализации третьего сектора, налаживание эффективного сотрудничества с государством, бизнесом и СМИ.

В июне 2007 года ЦРНО стал одним из организаторов Всероссийского форума «Благотворительность в российских регионах: проблемы и перспективы развития».

Занимается разработкой, реализацией и оценкой благотворительной деятельности компаний.

Санкт-Петербург, 191040

Лиговский пр., 87, офис 300

Тел./факс: (812) 718-3794

Э-почта: crno@crno.ru

Сайт: www.crno.ru

www.ngo-nw.ru

Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»

Ведущий предпринимательский союз, основанный в 2001 году, объединяет представителей национального бизнеса из 71 региона Российской Федерации, играет активную роль в жизни общества, стремится соответствовать мировым корпоративным стандартам и активно участвует в проведении социальных реформ в России.

Москва, 123610

Краснопресненская набережная, д.12,

подъезд № 7, офис 202

Тел. : (495) 967-00-38, 967-00-41

Факс: (495) 967-00-46

Э-почта: info@deloros.ru

Сайт: www.deloros.ru