

УДК 364.07

ББК 60.94

DOI 10.22394/1682-2358-2019-3-84-90

A.G. Kachalov, post-graduate student of the Public Administration and National Security Department, Institute of Law and National Security, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

CORPORATE VOLUNTEERING AS ONE OF FORMS OF VOLUNTEER ACTIVITY

Theoretical and practical aspects of corporate volunteering are considered, as well as the implementation practices at the RUSAL Company. The significance of corporate volunteering as one of the most important educational functions of modern society is emphasized and justified, and the conclusion is made on the need to institutionalize this phenomenon at the state level.

Key words and word-combinations: corporate volunteering, institutionalization of volunteering, UC RUSAL.

А.Г. Качалов, аспирант кафедры государственного управления и национальной безопасности Института права и национальной безопасности Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: baranzas@mail.ru)

КОРПОРАТИВНОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. Рассматриваются теоретический и практический аспекты корпоративного волонтерства (добровольчества), приводятся примеры его практической реализации в компании РУСАЛ. Подчеркивается и обосновывается важность корпоративного волонтерства как одной из важнейших воспитательных функций в современном обществе. Делается вывод о необходимости институционализации данного явления на государственном уровне.

Ключевые слова и словосочетания: корпоративное волонтерство (добровольчество), институционализация волонтерства, РУСАЛ.

В условиях идеологического кризиса, сложившегося в России после распада СССР, последствий мирового финансового кризиса, международных санкций падения качества жизни населения, низкого уровня оказания социальных услуг, вопросы «дополнительной добровольной» социальной ответственности бизнеса приобретают все большую популярность, так как корпора-

тивное добровольчество выступает в качестве солидарной социальной ответственности государства и бизнеса и позволяет в определенной мере восстанавливать социальную справедливость.

В настоящее время культура корпоративного добровольчества в российских компаниях (особенно в средних и малых) практически отсутствует, несмотря на то что любые компании с целью оказания созидательного влияния на общество могут внедрять и совершенствовать программы корпоративного волонтерства. В ходе синергетического процесса бизнеса и волонтерства создается возможность максимально эффективного позитивного социального движения [1]. Корпоративному добровольчеству присуща глубокая социально-духовная функция (социальная ответственность бизнеса, воспитание небезразличной личности, забота об окружающих и пр.), что способствует выходу из идеологического кризиса в России. Внедрение практики корпоративного волонтерства может осуществляться на основании привлечения в компании всесторонне развитых и небезучастных людей; развитие в этом направлении сотрудников; повышение общественного имиджа организации [2].

Федеральным законом от 5 февраля 2018 г. № 15-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам добровольчества (волонтерства)» введено определение этого понятия: «Добровольцы (волонтеры) — физические лица, осуществляющие добровольческую (волонтерскую) деятельность». Уточним, что понятия «корпоративное волонтерство» и «корпоративное добровольчество» в контексте данной публикации являются равнозначными, так же как «волонтер» и «доброволец».

Корпоративное волонтерство выражается в добровольном участии сотрудников организаций в различных социальных программах при поддержке своей компании.

К плюсам, получаемым организацией и сотрудниками от корпоративного волонтерства, можно отнести (на основе информации Центра поддержки корпоративного добровольчества Миннесоты (США)) следующее:

набор сотрудников — привлечение заинтересованных и мотивированных сотрудников;

социальная ответственность бизнеса — коммерческая организация получает возможность реализации своих социальных обязательств перед обществом, дополняя государственные обязательства;

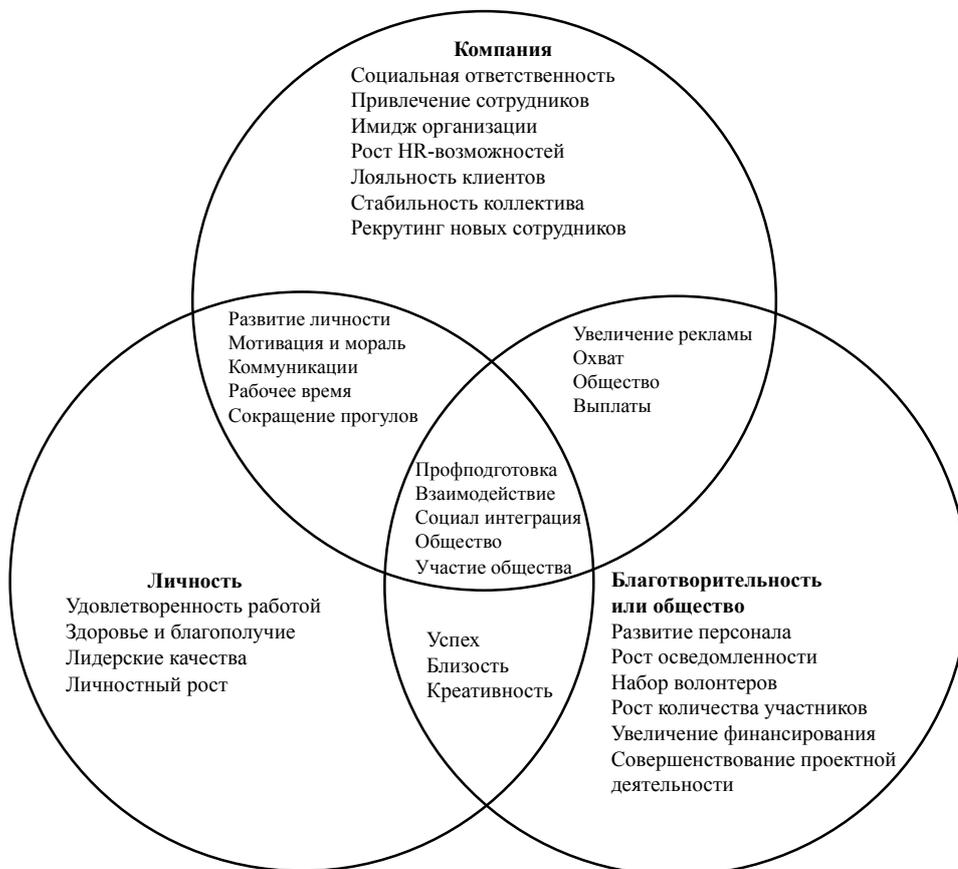
командная работа — добровольчество становится основой командообразования в коллективе, поддерживает корпоративный дух компании;

лидерство — помощь в формировании ответственности и лидерских качеств сотрудников;

новые навыки и способности — сотрудники получают новые знания, впоследствии необходимые и для карьерного роста.

Волонтерство — значимый канал вовлечения организации в активное гражданское и социальное участие, оно, как правило, имеет характер конструктивных социальных преобразований, дополняющих усилия всех участников социальной деятельности. Следовательно, корпоративное волонтерство — это важнейший аспект реализации социальной ответственности организации в обществе [3].

Используя методiku «кругов Эйлера», взаимодействие личности, общества и государства в контексте корпоративного волонтерства можно выразить в виде рисунка [4].



Взаимодействие личности, общества и государства в контексте корпоративного волонтерства

Таким образом, корпоративное волонтерство / добровольчество представляет собой неотъемлемую составляющую социальной ответственности бизнеса. Независимо от масштабов компании волонтерские мероприятия в основном носят локальный (местный) характер, так как особенностью любой формы добровольческой деятельности является точность воздействия. Безусловно, крупные компании (например, РУСАЛ) охватывают волонтерской деятельностью большие геолокации, но в любом случае действуют локально, что позволяет получать наибольший эффект и дает возможность детальной оценки мероприятий.

Корпоративное волонтерство в современной России в основном характер-

но для крупных компаний, оно является системным элементом социальной ответственности бизнеса, частью корпоративной культуры. В соответствии с международным стандартом ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» (российский аналог ГОСТ Р ИСО 26000-2012. Руководство по социальной ответственности [4]) социальная ответственность (social responsibility) — это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение. Корпоративная социальная ответственность (или корпоративная ответственность, ответственный бизнес и корпоративные социальные возможности) — это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, общество и прочие заинтересованные стороны общественной сферы.

Традиционно компании могут не только поддерживать существующие организации, выступающие благополучателями или их партнерами в рамках добровольческих мероприятий, но и создавать благотворительные организации, которые в дальнейшем выступают в роли их партнеров (например, «Северсталь» и БФ «Дорога к дому», ФК «Уралсиб» и БФ «Виктория», ИГ «Атон» и БФ «Берега»).

На практике в большинстве случаев добровольцы не оформляют отношений с компаниями, НКО-партнерами или благополучателями в виде договоров или соглашений. В корпоративном добровольчестве компании в основном проводят достаточно простую оценку, учитывая число добровольцев, отработанные ими часы, средства, затраченные на добровольческие мероприятия, число самих мероприятий. В большинстве случаев в начале деятельности этого достаточно для оценки результата [5]. Крупные российские компании, реализующие добровольческие программы, осуществляют довольно детальную оценку эффективности проведенных мероприятий [6]. Используя свои высокие профессиональные навыки, добровольческие организации могут оказывать эффективные и привлекательные услуги. Работа профессионала высокого уровня в качестве волонтера может позволить решить сложнейшие задачи в сфере управления, оказания юридических, финансовых и экономических услуг, так как НКО часто сталкиваются с проблемой отсутствия специалистов в подобных отраслях в связи с отсутствием финансирования.

Практически в каждой некоммерческой организации есть специалист, который занимается привлечением финансовых ресурсов от компаний, но бизнес имеет и другие ресурсы — сотрудников, которые готовы жертвовать не только деньги, но и личное время и силы на общественное благо.

Приведем некоторые модели партнерства бизнеса и НКО в рамках корпоративной волонтерской деятельности [7]:

- партнерство компании с корпоративным благотворительным фондом;
- партнерство компании с НКО в рамках реализации проекта, мероприятия, акции;
- партнерство компании с НКО в целях поддержки местных сообществ;
- партнерство компаний и НКО в рамках зонтичных программ и акций;
- партнерство компаний и НКО в рамках программ объединений работодателей, предпринимателей;

партнерство компаний и НКО в чрезвычайных ситуациях и ликвидации их последствий.

В практике корпоративного волонтерства достаточно примечателен опыт компании «РУСАЛ». Одним из важнейших направлений ее социальной деятельности с 2005 г. стало развитие культуры благотворительности и добровольчества в регионах присутствия. Центр социальных программ компании «РУСАЛ» с первого года работы выступает в качестве организатора и участника традиционных городских мероприятий, направленных на развитие волонтерства, в десяти городах присутствия: «Весенняя неделя добра», «Квесты добрых дел» и других. Использование различных технологий социального инвестирования (грантовая поддержка гражданских инициатив, программа личных пожертвований, партнерские программы) позволило компании создать собственные компетенции в области благотворительной деятельности.

Корпоративное добровольчество в «РУСАЛ» базируется на определенных нормативном и идейном базисах. Так, программа корпоративного волонтерства компании является уникальной коммуникационной платформой, позволяющей совместно с экспертами в области молодежной и социальной политики, бизнес-организациями, НКО и органами власти вырабатывать единые механизмы, внедрять современные технологии по развитию молодежного и волонтерского движения в городах реализации программы.

Каждый из участников партнерства при реализации программы использует свои ресурсы и опыт, работая на успешный результат проекта: органы власти обеспечивают совместное проведение форумов, круглых столов, иных мероприятий; бизнес участвует в благотворительных акциях, софинансировании благотворительных проектов, оказывает ресурсную поддержку; некоммерческие организации участвуют в образовательных проектах для волонтеров и создании их команд. Целевой аудиторией программы, как правило, являются сотрудники компании; некоммерческие организации и представители бизнес-структур; жители населенных пунктов территорий реализации благотворительных программ.

К основным задачам корпоративного добровольчества целесообразно отнести создание условий солидарной социальной ответственности бизнеса и государства, так как у бизнеса часто возникает больше вариантов реализации различных благотворительных программ социальной направленности, что обусловлено упрощенной системой реализации задач по сравнению с государственными структурами, где на пути успешной реализации каких бы то ни было проектов всегда может возникнуть «бюрократический» фактор.

В рамках реализации перечисленных задач решаются также вопросы социализации и социально-культурной адаптации сотрудников организации. Так, целями реализации программы «РУСАЛ» является следующее:

- вовлечение сотрудников в решение проблем местных сообществ в регионах присутствия, расширение возможностей компании в решении социальных проблем регионов;
- укрепление корпоративной культуры через разработку и реализацию сотрудниками компании и членами их семей социальных проектов и программ,

мобилизацию взаимопомощи среди сотрудников и поддержку компанией социальных инициатив сотрудников, повышение лояльности сотрудников и укрепление доверия к действиям руководства компании, создание положительного психологического микроклимата в коллективе, повышение ответственности сотрудников, формирование навыков командной работы, развитие коммуникационных навыков;

— развитие межсекторного партнерства между некоммерческими организациями и бизнесом в лице компании «РУСАЛ» и бизнес-партнеров;

— разработка и внедрение технологий вовлечения волонтеров из числа сотрудников компании в общественно полезную деятельность.

Указанные цели в полной мере соответствуют идеям духовного воспитания личности, становления и развития гражданского общества, восстановления социальной справедливости в обществе.

Для выстраивания взаимодействия с максимально широким кругом участников программы, а также для продвижения опыта и результатов реализации проектов Центр социальных программ ведет корпоративные страницы в социальных сетях («Facebook» (<http://www.facebook.com/csprusal>) и «ВКонтакте» (<http://vk.com/csprusal>)), посвященные проектам программы. Информация размещается на внутрикorporативном портале компании и интернет-портале <http://pomogat-prosto.ru/>. Портал pomogat-prosto.ru является удобной коммуникативной площадкой, на которой неравнодушные люди, готовые помогать, и благотворительные организации и социальные учреждения, которым необходима помощь, могут найти друг друга. Привлечение волонтеров осуществляется в процессе обучающих семинаров, мастер-классов по социальному проектированию, волонтерству, оценке проектов и программ.

Согласно итогам исследования 2018 г., посвященного изучению развития корпоративного волонтерства в компании «РУСАЛ», ведущим мотивом участия сотрудников в волонтерской деятельности признан личностный фактор. Сотрудников мотивирует ощущение самореализации и социальной значимости. Многие с помощью участия в мероприятиях компании имеют возможность выполнить свой общественный долг, выразить гражданскую позицию и своим примером доказать необходимость реализации добровольческих проектов. Практика реализации корпоративного волонтерства в компании «РУСАЛ», алгоритм его построения могут быть использованы и средними, и крупными компаниями России.

Самыми востребованными волонтерскими мероприятиями (на основании исследования, проведенного НИУ ВШЭ) являются адресная помощь нуждающимся, в том числе физическая — 78% обследованных компаний; сбор средств для помощи попавшим в трудную жизненную ситуацию — 76%; услуги pro bono — 54%. Безвозмездная помощь в других организациях и участие в мероприятиях, организованных НКО, встречаются реже — 52 и 49% соответственно [8, с. 38].

Органы государственной власти должны учитывать потенциал компаний для развития гражданской активности и добровольчества. Во многих регионах и муниципальных образованиях в настоящее время приняты концепции и

программы развития добровольчества (Санкт-Петербург, Липецкая область, ХМАО-Югра и др.; в 2017 г. разработан проект постановления Правительства РФ «Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года»). Имеются примеры разработки и реализации программ на уровне федеральных округов (Программа развития добровольчества в Центральном федеральном округе на 2010–2012 гг.).

В качестве партнеров программ корпоративного добровольчества могут выступать и объединения работодателей, прежде всего предпринимателей малого и среднего бизнеса, профессиональные и отраслевые союзы. Средним и малым компаниям сложно в одиночку реализовывать подобные проекты. С 2011 г. МБОУ «СоСеДи» совместно с Общероссийской общественной организацией «Деловая Россия» реализуют программу развития корпоративного добровольчества «Социальная сеть добровольческих инициатив «СоСеДи» [9].

Корпоративное волонтерство / добровольчество демонстрирует социальную ответственность, готовность решать социальные проблемы собственными силами; желание бизнеса участвовать в решении социальных проблем общества (преодолении алкоголизма, повышении уровня культуры поведения, формировании духовных потребностей) [3].

Таким образом, имеющаяся мировая практика и практика крупных компаний России по реализации корпоративного добровольчества позволяет утверждать, что это движение должно всесторонне поддерживаться государственными структурами. Кроме того, необходима институционализация (форма организации отношений с определенными правилами и нормами) волонтерского движения в целом и корпоративного добровольчества на государственном уровне, выраженная в базовых документах на уровне стратегии и концепции. Корпоративное волонтерство позволяет воспитывать духовную личность, помогает в удовлетворении естественной человеческой потребности в заботе о других.

Библиографический список

1. Team Giving. URL: <https://www.teamgiving.org/business>
2. Why Volunteering Is Good for your Business. URL: https://www.huffingtonpost.com/Michael-Haberman/corporate-volunteering_b_1856314.html
3. Школа социального волонтерства. URL: <http://volonter-school.ru/2016/06/korporativnoe-dobrovolchestvo-teoreticheskie-osnovy/>
4. Business Volunteers. URL: <http://www.businessvolunteers.co.uk/why-volunteer/>
5. Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012>
6. Решетников О.В. Корпоративное добровольчество: научно-методическое пособие. М., 2010.
7. Певная М.В., Кузьминчук А.А. Потенциал развития корпоративного волонтерства в современной России. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-razvitiya-korporativnogo-volonterstva-v-sovremennoy-rossii>
8. Корпоративное добровольчество в России: сборник лучших практик / Центр развития филантропии «Сопричастность». М., 2012.
9. Рыбальченко С.И. Корпоративное добровольчество: партнерство некоммерческих организаций и бизнеса. URL: <http://nko.economy.gov.ru: 81/upload/125507>