

КОРПОРАТИВНОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО: ВЫГОДНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА ИЛИ ОТВЛечение РЕСУРСОВ?

Экспертный опрос

Есть ли в Вашей компании программа корпоративного добровольчества? Какое место она занимает в системе корпоративной социальной ответственности?

■ **Татьяна Авраменко:** Сiti, компания с 200-летней традицией волонтерства, активно поддерживает волонтерскую деятельность своих сотрудников, в том числе и в России.

■ **Галина Григорьева:** Алкоа имеет такие программы и уделяет большое внимание их развитию и продвижению среди своих сотрудников. Волонтерство — это неотъемлемая часть работы компании в сообществе, что определяется и содержанием волонтерских программ и тем, как они управляются.

■ **Инесса Грикурова:** Программа добровольчества у нас есть, она ни в коей мере не замещает другие корпоративные программы и инициативы, но во многом дополняет и обогащает их. Добровольческие инициативы получают поддержку компании, в том числе и финансовую. Компания предоставляет сотрудникам до трех рабочих дней в году на участие в таких инициативах.

■ **Елена Журавлева:** Да, в авиакомпании «Трансаэро» с 2008 г. реализуется программа корпоративного волонтерства «Путешествие в страну «Трансаэро». Эта программа существует как отдельное направление социальной политики, связанное с корпоративной культурой, внутренними коммуникациями и развитием персонала. Благодаря корпоративному волонтерству компания, безусловно, укрепляет свою репутацию как среди сотрудников, так и в местном сообществе, а также использует своих сотрудников как проводников корпоративной социальной ответственности компании, одновременно продвигая идеи благотворительности внутри компании.

■ **Евгений Закаблуковский:** Сказать, что в корпорации Intel есть программа корпоративного добровольчества — значит не сказать ничего. Intel Involved — это больше, чем просто программа. Это образ жизни наших сотрудников, которые знают, что от их

НАШИ ЭКСПЕРТЫ



Артем Шадрин, заместитель директора Департамента стратегического управления (программ) и бюджетирования Минэкономразвития РФ



Татьяна Авраменко, руководитель направления корпоративной социальной ответственности ЗАО КБ «Ситибанк»



Галина Григорьева, менеджер по устойчивому развитию Alcoa Россия



Инесса Грикурова, руководитель стратегических программ Microsoft в России



Ирина Ефремова, директор по корпоративному маркетингу НР



Елена Журавлева, руководитель направления социальных проектов авиакомпании «Трансаэро»



Татьяна Задирако,
исполнительный
директор Юнайтед
Вэй-Россия (БФ
«Дорога вместе»)



**Евгений
Закаблукровский,**
директор корпорации
Intel в России по связям
с общественностью



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

вклада в развитие местного сообщества зависит много. Их навыки и умения нужны местному сообществу не меньше, чем тот интеллектуальный труд, которым они ежедневно занимаются, находясь на своих рабочих местах. Помня об этом, они активно участвуют в мероприятиях программы корпоративного волонтерства Intel Involved.

Корпоративное добровольчество — это одна из основополагающих платформ системы корпоративной социальной ответственности наряду с переподготовкой учителей и обучением школьников навыкам работы в современном информационном пространстве, поддержкой олимпиад по физике, математике и информатике, выделением грантов некоммерческим организациям для проведения инновационных проектов и совместными программами с вузами. Лучшим тому подтверждением стало присуждение Intel в 2008 году Национальной общественной награды в области добровольчества в номинации «Корпоративное добровольчество». Я уверен, что мы получили эту награду по праву. За 5 лет существования программы в России, количество ее участников увеличилось до 500 сотрудников, а число проведенных мероприятий только за 2008 г. составило 61.

■ **Светлана Заславская:** Компания «Эксон-Мобил» уделяет большое внимание программам по поддержке местного населения и стремится повышать качество жизни во всех странах, где осуществляет свою деятельность. Кроме того, ЭксонМобил поощряет активную гражданскую позицию своих сотрудников, которая может выражаться как в форме финансовых пожертвований, так и в добровольном предоставлении услуг во внерабочее время.

В России компания реализует многие благотворительные программы в сфере образования, здравоохранения, социального и экономического развития, а также корпоративного добровольчества, занима-

ющего важное место в корпоративном гражданстве ЭксонМобил. Деятельность компании по социально-экономическим обязательствам соответствует утвержденным в ЭксонМобил принципам ответственности и этически безупречного поведения.

■ **Ирина Ефремова:** В НР глобальные благотворительные и социальные программы и их бюджетирование четко определены и соответствуют мировому уровню. Но наряду с этим реализуется ряд локальных инициатив, которые включают в себя корпоративное добровольчество.

■ **Режис Ломм:** Pfizer как социально ответственная компания проводит различные мероприятия, в том числе и благотворительные, направленные на улучшение качества жизни незащищенных слоев населения: ветеранов, инвалидов, многодетных семей, детей, оставшихся без попечения родителей, и людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Корпоративное волонтерство занимает важное место, ведь девиз компании звучит как «Создавая вместе здоровый мир». Помогать людям вместе — вот главный принцип, лежащий в основе социальной и благотворительной деятельности Pfizer в России, и сотрудники компании участвуют в ней с большим энтузиазмом.

■ **Людмила Мамет:** Благотворительная деятельность PricewaterhouseCoopers основывается на активном участии волонтеров в отборе и реализации объектов нашего внимания. Условием поддержки проекта является наличие «спонсора» из числа сотрудников компании, который выступает как в роли движущей силы, так и ядра, притягивающего других волонтеров к участию в проекте. Несколько лет назад был проведен опрос сотрудников для выявления степени интереса к различным потенциальным благополучателям. На основе этого опроса благотворительный комитет компании создал фокусные группы/подко-



Режис Ломм,
глава российского
представительства
компании Pfizer



Людмила Мамет,
председатель
благотворительного
комитета
PricewaterhouseCoopers



Наталья Овакимян,
руководитель отдела
корпоративных коммуникаций
Хенкель
Россия



*Наталья Павлова,
менеджер по корпоративной социальной ответственности
Бритиш Американ
Тобакко Россия*



*Вячеслав Паньков,
директор НП «Гильдия
экологов»*



*Ирина Платонова,
ведущий специалист
по корпоративной со-
циальной ответственности
ООО «Амвэй»*

митеты, которые осуществляют отбор проектов и помогают в их реализации. В компании около 200 волонтеров. Часть сотрудников участвует в благотворительных проектах на регулярной основе, При этом мы неизменно собираем около ста волонтеров на наш традиционный праздник для детей из подмосковных детских домов в рамках инициативы «Благотворительность вместо сувениров».

В связи с тем, что благотворительность является одной из составных частей нашей стратегии корпоративной ответственности, компания поддерживает волонтерские инициативы сотрудников.

■ **Наталья Овакимян:** Программа корпоративного добровольчества занимает очень важное место в системе корпоративной социальной ответственности компании «Хенкель». Деятельность компании в сфере корпоративного гражданства объединена в рамках программы Henkel Smile (Улыбка «Хенкель»), которая включает в себя три основных направления деятельности:

- ♦ Инициатива MIT (Make an Impact on Tomorrow «Измени завтрашний день») — Участие сотрудников в социальных проектах.
- ♦ NFI (инициатива «Дружба «Хенкель») — Фонд чрезвычайной помощи.
- ♦ Социальное партнерство — корпоративное взаимодействие и использование брендов.

Сотрудники компании являются движущей силой участия компании в программах корпоративного гражданства в мировом масштабе. Именно они являются центром всех проектов Henkel Smile, начиная с отбора, организации и управления, и заканчивая активным участием.

Инициатива MIT существует с 1998 г., то есть в прошлом году отметила свой 10-летний юбилей. В 2008 г. количество проектов MIT превысило 7 000. Благодаря участию в инициативе MIT, более 5 тыс

сотрудников и пенсионеров в более чем 110 странах смогли оказать помощь сотням тысяч людей во всем мире. За это время были собраны пожертвования в размере порядка 13 млн евро, направленные на помощь более чем 68 тыс детей, а также различным социально незащищенным слоям населения. Помимо финансовой поддержки инициативы, Хенкель поощряет волонтерскую деятельность своих сотрудников, предоставляя им оплачиваемые отгулы. Инициатива MIT служит важным связующим звеном между компанией и обществом в разных странах.

■ **Наталья Павлова:** Практика вовлечения сотрудников в благотворительные программы — это неотъемлемая и значительная часть социальных инвестиций Бритиш Американ Тобакко не только в России, но и во всем мире. То, что БАТ Россия инициирует и поддерживает добровольческую деятельность, несомненно, становится практическим примером социально ответственного поведения компании.

■ **Вячеслав Паньков:** Нет. Некоммерческое партнерство «Гильдия экологов» — ассоциация, в которую на 2009 г. входит 48 экологических компаний из 12 регионов РФ. Многие членские компании Гильдии практикуют добровольчество, однако, по имеющимся у нас сведениям, программы корпоративного добровольчества нет ни в одной компании.

■ **Ирина Платонова:** Открыв филиал в России и приступив к выбору стратегического партнера и программ КСО, Амвэй ориентировалась в том числе и на то, можно ли будет впоследствии в рамках этих программ инициировать добровольческие акции, как для штатных сотрудников компании, так и для Независимых Предпринимателей — дистрибьюторов, распространяющих продукцию компании методом прямых продаж. Цель программ КСО — не только собрать как можно больше средств на их реализацию, но и привлечь максимально возможное число людей к



*Мария Столярова,
начальник отдела
развития проектов
и управления до-
кументооборотом
Чебоксарского филиала
ЗАО «АБС Русь»*



*Елена Тамазова,
менеджер по КСО и
связям с обществен-
ностью Эли Лилли
Восток С.А.*



*Елена Трахтенберг,
менеджер по устой-
чивому развитию ЗАО
«Королевский Банк
Шотландии»*

непосредственному личному участию в проектах социального партнерства Амвэй в России.

С момента запуска благотворительных программ на различных бизнес-мероприятиях проводились презентации о ходе их реализации для сотрудников компании, а также дистрибьюторов. Поскольку наш основной партнер в России — это Детский фонд ООН (ЮНИСЕФ), то Amway разрабатывает и продает специальную продукцию Amway — UNICEF, все средства от продажи которой идут на поддержку совместных программ компании и фонда. Так, за 7 месяцев с момента запуска первого проекта Амвэй — ЮНИСЕФ «инклюзивное образование», с помощью продажи такой продукции и пожертвований дистрибьюторов нам удалось собрать около 100 тыс долларов США. На собранные средства в г. Улан-Удэ были оборудованы 2 инклюзивные школы. Уже в сентябре прошлого года пятеро детей с ограниченными возможностями смогли стать учениками этих школ. Дистрибьюторы и сотрудники Амвэй принимали самое активное участие во многих акциях и мероприятиях, которые проводились в рамках подготовки запуска проекта по инклюзивному образованию.

■ **Мария Столярова:** Благотворительный фонд «АБС Славянский» — это некоммерческая организация в структуре коммерческой организации, международной компании «АБС холдинг». Традиционно благотворительная деятельность занимала очень важное место в деятельности организации, что обусловило создание в 2002 году благотворительного фонда. Во второй половине прошлого года мы начали активно развивать добровольческие акции сотрудников.

В нашей компании произошла синергия инициа-

тивы сотрудников-добровольцев и руководства компании. Понимая, что важна не только материальная поддержка, но и поддержка в социальной адаптации, в реализации эмоционального, творческого, интеллектуального самовыражения детей, руководство компании поддержало реализацию корпоративного добровольчества, которое занимает важное место в системе корпоративной социальной ответственности компании.

■ **Елена Тамазова:** Да, программе придается очень большое значение, мероприятия проходят регулярно. 20 мая — традиционный «День добрых дел», в котором в прошлом году приняли участие 22 000 человек по всему миру.

■ **Елена Трахтенберг:** Да, в нашем банке такая программа есть. Она является неотъемлемой составной частью системы корпоративной социальной ответственности и важна для нас, поскольку дает нашим сотрудникам возможность самим, на практике, участвовать в воплощении в жизнь корпоративной ответственности банка.

■ **Ирина Платонова:** Недостаток информации, идет ли речь о добровольчестве или о корпоративной социальной ответственности в России, ощущается всегда. У нас есть примеры добровольческих программ наших европейских филиалов, — но далеко не все из них впишутся в нашу российскую действительность. Очень важно найти такую программу, которая найдет путь к сердцу людей, затронет какие-то струны в их душе и, кроме этого, еще впишется в концепцию корпоративной социальной ответственности компании. Почерпнуть информацию можно в основном на различных мероприятиях по благотворительности.

Если Вы занимаетесь добровольчеством, то это отдельные акции или разработанная стратегия на уровне высшего менеджмента или совета директоров Вашей компании?

■ **Татьяна Авраменко:** В Citi есть разработанная глобальная концепция, которой мы придерживаемся в России, адаптируя ее к условиям культуры нашего общества.

■ **Галина Григорьева:** Так как волонтерство предполагает прежде всего инициативу отдельных сотрудников, то это, конечно же, акции, которые тем не менее должны соответствовать общим направлениям, которые поддерживают Алкоа и Фонд Алкоа. Эти направления определены руководством Фонда и компании и являются важным структурообразующим условием для всех инвестиций компании в общество.

■ **Елена Журавлева:** Волонтерская программа «Путешествие в Страну «Трансаэро» — это не разовые акции, а важнейшая составляющая корпоративной культуры и социальной политики авиакомпания. Для нашей компании волонтерство является не

просто хорошим делом, оно позволяет сотрудникам освоить новые навыки, проявить или развить лидерские качества, почувствовать себя частью общества и осознать свой вклад в решение местных проблем. В программу корпоративного волонтерства вовлечено и высшее руководство компании (например, участие в традиционных весенних мероприятиях для детей-сирот), что является хорошим примером для сотрудников. Программа настолько популярна, что сотрудниками создан «Клуб волонтеров «Трансаэро», целью которого является позиционирование волонтерских программ среди сотрудников, привлечение новых волонтеров, разработка проектов сотрудниками — волонтерами, программы обучения для волонтеров и др.

■ **Евгений Закаблукский:** Все волонтерские мероприятия в компании проходят в рамках программы Intel Involved, которая полностью поддержи-

Вернисаж*Утро в Фуззурге. 2005*

вается и советом директоров и высшим менеджментом. Приведу слова Пола Отеллини, исполнительного директора корпорации Intel: «Добровольная работа — это ключевой компонент корпоративной культуры Intel. Индивидуальная или командная волонтерская деятельность наших сотрудников помогает улучшить качество жизни в местных сообществах и является для самих добровольцев источником бесценного опыта».

Г-н Отеллини был первым исполнительным директором, заявившим об амбициозной задаче: посвятить в 2008 году 1 миллион часов помощи некоммерческим организациям. Однако даже он не мог предположить, что в год своего 40-летия корпорация Intel прыгнет выше установленной для себя же самой планки. В конце года оказалось, что сотрудники Intel по всему миру посвятили добровольной работе на 300 тысяч часов больше той цифры, что называлась изначально. И это не просто потраченное время — за этими цифрами стоят тысячи и тысячи проектов. Образовательное и экологическое направления, улучшение информационно-коммуникационной инфраструктуры, помощь некоммерческим организациям — в каждой из этих областей волонтерам Intel Involved есть, чем гордиться.

Таких результатов удалось добиться благодаря тщательно продуманной программе корпоративного добровольчества, действующей в корпорации, и имеющей 3 направления:

- ♦ проведение волонтерских акций один раз в квартал в каждом офисе Intel;

- ♦ поощрение индивидуальной добровольной работы сотрудников;
- ♦ помощь некоммерческим организациям в рамках мероприятий по сплочению команды (т.н. тимбилдингов).

В каждом офисе компании есть координатор программы, отвечающий за развитие этих трех направлений и привлекающий сотрудников к участию в проектах. Во внутренней сети компании существует специализированный портал, где размещена вся информация по программе волонтерства — от ответов на часто задаваемые вопросы до подробного руководства к действию. Есть и система, позволяющая находить предстоящие волонтерские мероприятия и отчитываться по итогам мероприятий — учитывать отработанные часы.

■ **Светлана Заславская:** Все социально-экономические и добровольческие программы, реализуемые компанией «ЭксонМобил», разработаны в соответствии со стратегией и внутренней политикой компании. Приоритетным направлением для компании является поддержка образовательных, здравоохранительных, экологических и других социально-ориентированных программ.

■ **Режис Ломм:** Как правило, наши проекты носят не разовый, а систематический характер и направлены на различные категории людей, нуждающихся в помощи.

■ **Людмила Мамет:** Волонтерство в РwC появилось не в связи с принятой и утвержденной руководством программой — скорее, поначалу это был спонтанный, затем поддержанный благотворительным комитетом процесс. Пока рано говорить о наличии полномасштабной стратегии волонтерства; мы накапливаем опыт и присматриваемся к опыту других компаний. Кроме того, нет твердого убеждения, что такая стратегия нужна — не хотелось бы чрезмерно регламентировать эту тонкую область, хотя есть вопросы, которые требуют управленческих решений.

■ **Наталья Овакимян:** Концепция Henkel Smile — это международная скоординированная платформа коммуникации для международной деятельности компании. Четкие принципы особенно помогают при региональном внедрении проектов Henkel Smile. В рамках этой программы компания «Хенкель» оказывает поддержку проектам в следующих областях: социальные нужды, образование и наука, сохранение физической активности и здоровье, искусство и культура, окружающая среда. В 2008 г. общая сумма, выделенная на развитие данной деятельности, составила около 7,5 миллионов евро.

■ **Вячеслав Паньков:** Корпоративное добровольчество для многих компаний — скорее традиция данных компаний. Акты корпоративного добровольчества чаще всего спонтанны. Но информации об этой форме социальной ответственности, действительно, мало. Более того, многие фирмы намеренно не афишируют такую деятельность.

■ **Ирина Платонова:** Добровольчеству уделяется очень большое внимание в глобальной программе корпоративной социальной ответственности Amway, и все Европейские филиалы и американская штаб-квартира очень успешны в привлечении добровольцев как среди сотрудников, так и среди дистрибьюторов. В российском филиале дела обстоят пока не так успешно в силу многих причин, в том числе и особенностей культуры и традиций, но мы настроены решительно и оптимистично.

В рамках стратегии добровольчества для сотрудников и дистрибьюторов ООО «Амвэй» существуют две «стратегически важные» даты: 1 июня – День защиты детей и 5 декабря – Международный День волонтера, учрежденный Генеральной Ассамблеей ООН. Первая дата является для нас знаковой потому, что глобальная программа корпоративной социальной ответственности Amway направлена на помощь нуждающимся детям. А Всемирный день волонтера, объявленный ООН, уже сам по себе повод, чтобы организовать подобные акции, тем более, что Детский фонд ООН (ЮНИСЕФ) является основным партнером Amway. Именно при его участии реализация многих добровольческих программ стала возможной, поэтому, в некотором смысле, это дань уважения нашему хорошему партнеру.

Весной этого года совет директоров Амвэй под руководством генерального директора Ричарда Стевенса выступил с инициативой взять шефство над одним из детских домов Подмосквья и, помимо финансовой поддержки, провести в нем ряд волонтерских акций. Первая состоялась летом этого года и заключалась в озеленении территории детского дома.

В ряде учреждений для детей, где в рамках программы Амвэй и ЮНИСЕФ «Улыбка ребенка» ранее

были открыты игровые и сенсорные комнаты, дистрибьюторы организовали благотворительные акции. Например, в Гематологическом отделении Ростовской детской больницы, где в июле прошлого года была оборудована игровая комната, 30 дистрибьюторов Амвэй на протяжении недели осуществляли генеральную уборку палат и всех помещений. В Детской туберкулезной больнице в Челябинске, где также была открыта игровая комната, дистрибьюторы Амвэй закупали детям подарки на Новый год. Они также регулярно снабжают больницу подгузниками «Pampers» и другими необходимыми вещами. Дистрибьюторы в Петрозаводске ежемесячно оказывают спонсорскую помощь Детской республиканской больнице. Они также приобрели к Новому году для больницы музыкальный центр караоке и детские новогодние подарки. Сотрудники торгового центра Амвэй в Краснодаре взяли шефство над детским домом и уже два года постоянно помогают его воспитанникам с организацией различных мероприятий, снабжают их средствами личной гигиены и бытовой химии, а также собирают для них одежду и игрушки.

■ **Мария Столярова:** Пока это отдельные акции в рамках программы корпоративной благотворительности, т.к. у нас всего девятимесячный опыт реализации проектов корпоративного добровольчества. Но уже сейчас, понимая значимость этой области для сотрудников компании и для компании в целом, планируется развитие отдельной стратегии.

■ **Елена Тамазова:** Полноценная стратегия.

■ **Елена Трахтенберг:** У нас есть концепция волонтерства, которая одобрена высшим руководством банка в 2008 году. Есть и план волонтерских акций, он разрабатывается в соответствии с нашей программой корпоративной ответственности.

Какой эффект дает компании реализация программы корпоративного добровольчества?

■ **Артем Шадрин:** Подобные программы – важный инструмент корпоративного имиджа, повышения самооценки сотрудников. Корпоративное добровольчество (КД) значительно улучшает моральный климат в коллективе, является своего рода тим-билдингом. Кроме того, реализация программ КД повышает привлекательность компании как работодателя. В отличие от PR и рекламы, такие программы дают высокие результаты, хотя имеют при этом и значительный PR эффект.

■ **Татьяна Авраменко:** Эффект может быть различный, смотря как именно устроено корпоративное добровольчество в конкретной компании. В Citi наша стратегия добровольчества сфокусирована на нескольких аспектах: развитие лидерских и организационных качеств у сотрудников; воспитание ответственного гражданского отношения к обществу и тем самым к компании; повышение лояльности сотруд-

ников к компании; увеличение эффективности наших социальных программ, а также усиление позитивных перемен в обществе, где присутствует Citi.

■ **Галина Григорьева:** Для компании волонтерство сотрудников играет важную роль, так как повышает эффективность ее участия в жизни сообщества. Через волонтеров компания может лучше понять нужды сообщества и более объективно оценивать ответственность своей работы, ведь являясь частью сообщества, сотрудники сами заинтересованы в результате. Волонтерские программы не менее важны и для самих сотрудников. Через них сотрудники реализуют свою потребность помогать, присущую большинству людей, открыть в себе какие-то новые качества.

■ **Инесса Грикурова:** Добровольчество для нас не «кампания», а часть нашей общественной жизни, объединяющая людей и обогащающая жизнь коллектива.

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

- ♦ укрепление корпоративной культуры и ценностей, повышение лояльности и нефинансовой мотивации; развитие креативности и инициативности сотрудников, формирование самообучающей среды;
- ♦ являясь частью более широкой программы социальных инвестиций, корпоративное волонтерство позволяет повысить эффективность этих программ и позиционировать их среди сотрудников;
- ♦ возможность для позиционирования социальной ответственности компании, а также формирования и усиления имиджа компании как социально ответственного работодателя;
- ♦ повышение эффективности внутренних коммуникации;

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

■ **Татьяна Задирако:** Эффект двойной. Внутрикорпоративный — дает возможность сотрудникам самореализовываться в области помощи окружающим гражданам, а также повышает лояльность сотрудников по отношению к собственной компании. Внешний (по отношению к корпорации) эффект дает чувство удовлетворения, повышает привлекатель-

ность компании для заинтересованных лиц, помогает НКО и сообществу в целом решать проблемы.

■ **Евгений Закаблуковский:** Стоит заметить, что с помощью программы Intel Involved в компании прежде всего реализуется одна из основополагающих корпоративных ценностей. Она заключается в том, что Intel — это, в первую очередь, компания, которая заботится о своих сотрудниках. Это отличное место работы, где сотрудники могут открыть новые горизонты для применения своих навыков и совместно с коллегами делать жизнь в своей стране более обустроенной. Сотрудник, который и вне работы чувствует свою востребованность и удовлетворение от результатов собственного труда, более уверенно чувствует себя и на рабочем месте. Это факт.

Корпоративное волонтерство — один из способов заявить о том, что социальная ответственность, которая так часто обсуждается в последнее время на различном уровне, отнюдь не пустой звук для Intel.

■ **Светлана Заславская:** Все программы в сфере корпоративного добровольчества дают возможность сотрудникам компании внести личный вклад в развитие общества, оказать персональную помощь нуждающимся, а также быть сопричастным к благотворительным проектам, реализуемым компанией повсеместно. Важно отметить, что успешность реализации программ в области корпоративного добровольчества тесно связана с активным участием руководства компании «ЭксонМобил» и развитием лидерских качеств сотрудников.

■ **Людмила Мамет:** В первую очередь это способ внутренней коммуникации, позволяющий сотрудникам узнать о том, как в фирме осуществляется стратегия корпоративной ответственности в области взаимодействия с обществом. Кроме того, это возможность увидеть мир другими глазами, узнать своих коллег с другой стороны, пообщаться с ними в новой обстановке, приобщиться к разнообразной деятельности фирмы вне привычных профессиональных будней. Впрочем, лучше дать слово одному из волонтеров: «Вы, конечно, спросите, а зачем мне становиться волонтером? У каждого человека на это свои причины. Лично я последовала своему внутреннему порыву. Деятельность волонтера подразумевает желание помочь тем, кому в жизни повезло меньше, чем нам». В том, что касается компании, речь, конечно, не идет об экономическом эффекте — мы просто рады, если наши волонтеры несут знание о фирме как о профессиональной организации с высокой репутацией тем, с кем они соприкасаются в своей деятельности.

■ **Наталья Овакимян:** Участие в жизни общества играет крайне важную роль в корпоративной культуре «Хенкель». Это является традицией на протяжении всей истории «Хенкель», прочно закреплено в наших корпоративных ценностях и отражено в деятельности компании. В первую очередь, проекты Henkel Smile позволяют улучшить качество жизни

Вернисаж



Город. 2007

Вернисаж*Винный пофобок. 2007*

ни людей в регионах присутствия «Хенкель», что является отражением стремления компании сделать жизнь людей легче, лучше и прекраснее. Помимо этого в процессе совместной работы в качестве волонтеров укрепляются связи между сотрудниками, возникает тот самый дух взаимопомощи и партнерства, который делает компанию «Хенкель» одной большой семьей.

■ **Наталья Павлова:** Мы считаем, что личное участие сотрудников в благотворительных мероприятиях

делает социальные инвестиции компании более эффективными и полноценными. Корпоративное добровольчество способствует улучшению отношений компании с местными сообществами, сплачивает сотрудников, повышает чувство лояльности к компании и укрепляет ее репутацию среди сотрудников. Кроме того, добровольчество — это дополнительный способ привлечь внимание сотрудников к деятельности компании в области корпоративных социальных инвестиций.

■ **Вячеслав Паньков:** Об эффекте добровольчества, как правило, не думают, но, по-видимому, на первом месте по значимости стоит сплочение коллектива, воспитание корпоративного духа.

■ **Ирина Платонова:** Участие в добровольческих программах, несомненно, способствует укреплению командного духа среди всех участников и повышению лояльности сотрудников компании. Это также дает волонтерам позитивный эмоциональный заряд, способствует расширению их кругозора и в некоторых случаях даже переоценке ценностей.

■ **Мария Столярова:** В нашей компании проекты такого рода делают только первые, но существенные шаги. Уже сейчас можно с уверенностью сказать, что такие программы укрепляют корпоративную культуру, входят в основу жизненных принципов сотрудников, что способствует развитию гражданского общества.

■ **Елена Тамазова:** Улучшение корпоративной культуры, лояльности сотрудников и улучшение имиджа компании.

■ **Елена Трахтенберг:** По нашему мнению, реализация этой программы повышает мотивированность и сплоченность сотрудников, помогает им лучше познакомиться друг с другом (так как часто предполагает совместную работу сотрудников разных подразделений, не взаимодействующих в бизнес-процессах) и повысить командный дух.

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

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

■ **Татьяна Авраменко:** Конечно, для повсеместного развития добровольчества необходимо вводить налоговые льготы для физических лиц, ставших регулярными добровольцами, и, насколько я знаю, такая работа в правительстве ведется. Что касается развития корпоративного добровольчества, я не уверена, что компаниям необходимо предоставлять какие-то налоговые льготы в этой области.

■ **Галина Григорьева:** Некоторые страны поощряют волонтерство через предоставление определенных льгот. Думаю, это правильный подход, так как государство, таким образом, подчеркивает значимость волонтерства для общества. Для меня это пример хорошего идеологического воспитания. В нашей стране я бы делала это осторожно, так, чтобы исключить злоупотребления. Конкретных рецептов у меня нет.

■ **Елена Журавлева:** Как мне кажется, при реализации программ КД работодатели и сотрудники-волонтеры сталкивались бы с меньшими трудностями, если бы законодательство более четко регламентировало вопросы трудового времени, затрачиваемого сотрудниками на волонтерские программы.

Четкая законодательная схема взаимоотношений также была бы дополнительным стимулом, как для работодателей, так и для сотрудников.

■ **Татьяна Задирако:** Обязательно нужна четко заявленная позиция государства в отношении развития волонтерства. Например, если дать возможность оплачивать добровольцам расходы, связанные с их командировками: билеты, проживание. Сейчас это невозможно, т.к. доброволец формально не является сотрудником НКО и поэтому не может получить командировочное удостоверение. Это важно не только с точки зрения финансовой отчетности, гораздо важнее, чтобы государство выразило свою позицию поддержки волонтерского движения. Прорекламировал: «Это важно для страны, для общества в целом, мы поддерживаем добровольчество двумя руками (и финансово тоже), пожалуйста, участвуйте, становитесь добровольцами».

■ **Евгений Закаблукский:** Что касается законодательства, то мы не видим никаких препятствий для развития КД Intel в России. Проблема, скорее, в отсутствии привычки помогать ближнему, думать не только о том, что происходит в твоих четырех стенах. Менять менталитет — не такая уж и простая задача, однако при грамотной и хорошо спланирован-

ной работе в этом направлении можно добиться серьезных результатов.

■ **Людмила Мамет:** Возможно, у меня не слишком популярный взгляд на этот вопрос. Я считаю, что масштабы и качество волонтерской деятельности не зависят от льгот в законодательстве. Было бы грустно, если бы компании или люди делали это потому, что государство им за это что-нибудь даст. Возможно, требуется некоторая тонкая настройка в механизме налогообложения НКО в связи с получаемыми ими в результате волонтерской деятельности благами, и она в настоящее время осуществляется.

■ **Вячеслав Паньков:** В отличие от благотворительности, вряд ли здесь дело в законодательстве.

■ **Мария Столярова:** Нужна более активная и результативная государственная поддержка, поддержка развития некоммерческих организаций со стороны законодательства.

■ **Елена Тамазова:** Лишь бы не мешали.

■ **Елена Трахтенберг:** Не думаю. В принципе, в законодательстве нет ничего такого, что препятствовало бы развитию КД. Компании могут принимать решения о развитии программ волонтерства на уровне корпоративного регламента, поощрение со стороны государства совершенно не требуется.

Что, по Вашему мнению, мешает развитию корпоративного добровольчества?

■ **Артем Шадрин:** Мешает отсутствие у руководства компаний, HR-подразделений понимания принципов развития КД.

■ **Татьяна Авраменко:** Недостаток информации: как обычной, просветительской, со стороны массовых средств информации, так и профессиональной, бесплатной помощи со стороны некоммерческих организаций. Но уверена, что пройдет несколько лет, и некоммерческие организации начнут бороться за корпоративных волонтеров, а в обществе быть добровольцем станет престижно и популярно.

■ **Галина Григорьева:** Отсутствие продвижения этой темы (хотя бы пока только темы) со стороны государства, отсутствие лидерства в развитии волонтерства со стороны руководителей компании, низкая солидарность в обществе.

■ **Елена Журавлева:** Исходя из практики, я бы выделила следующие препятствия массового развития КД:

- ♦ при реализации партнерских проектов, некоммерческие организации зачастую не могут организовать полноценную и системную работу для волонтеров;
- ♦ организация программ КД — очень трудоемкий процесс для компании, и не всегда в компании есть дополнительные квалифицированные кадры, которые могут координировать процесс на всех стадиях;

- ♦ недостаток информации у компаний или неправильное позиционирование социальных программ среди сотрудников;

- ♦ недостаток описанных технологий и кейсов, которыми могли бы воспользоваться компании при реализации программ.

■ **Татьяна Задирако:** Ничего ИЗВНЕ не мешает: это просто вопрос времени. Недостаточное развитие сегмента рынка. И еще — некоммерческий сектор не готов предоставить фронт работ для сотен человек разом. И НЕТ ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРАЯ БЫ ВЗЯЛА НА СЕБЯ ПРОВЕДЕНИЕ МАСШТАБНЫХ ВОЛОНТЕРСКИХ КОРПОРАТИВНЫХ АКЦИЙ. И у корпораций (компаний) довольно часто не разработана стратегия по развитию добровольчества на уровне высшего руководства.

■ **Светлана Заславская:** Успешной реализации КД в целом мешает недостаток информации о корпоративных проектах, а также отсутствие опыта в подготовке и реализации волонтерских инициатив.

■ **Людмила Мамет:** Мне кажется, ничего не мешает. Если руководство компании поддерживает это движение, оно существует.

■ **Наталья Павлова:** КД — пока новое явление для России и прежде всего встречается в компаниях с большим, зачастую международным опытом вовлечения сотрудников в волонтерство. И хотя интерес к добровольчеству постепенно растет, на мой взгляд,

основные проблемы для развития КД сегодня — это, с одной стороны, недостаточная осведомленность сотрудников и недооценка руководством компаний важности развития этого направления в организации, а с другой — отсутствие доступной информации на эту тему и интересных примеров добровольчества во внешних источниках. Кроме этого, процесс развития добровольчества, как корпоративного, так и частного, не в последнюю очередь зависит от активности НКО. Не менее важна позиция государства: государственная поддержка волонтерства, несомненно, окажет позитивное влияние на распространение этой практики в России.

■ **Вячеслав Паньков:** Развитию КД часто мешает недостаточная информированность и отсутствие примера.

■ **Ирина Платонова:** Исторически так сложилось, что в России нет культуры добровольчества и, в настоящий момент, оно находится в зачаточном состоянии и только начинает свое развитие. Очень обидно, что СМИ об этом практически не пишут, а это, несомненно, способствовало бы более быстрому развитию этого нужного направления в России. Иног-

да, как это ни парадоксально, сами медицинские или социальные учреждения не знают, что делать с поступающими к ним предложениями по волонтерству и отказываются от предлагаемой помощи. Они готовы принять материальную помощь, но вот добровольцев видеть у себя не хотят.

■ **Мария Столярова:** Развитию КД могут мешать нехватка трудовых ресурсов, т.к. сотрудники задействованы на основном месте работы, неполная информационная поддержка органов власти в части помощи нуждающимся.

■ **Елена Тамазова:** Российский менталитет.

■ **Елена Трахтенберг:** Только и исключительно отсутствие интереса со стороны сотрудников и руководства компаний. В России эта практика пока еще не стала повсеместной, волонтерство недостаточно освещается в СМИ. Надеюсь, что со временем эта ситуация изменится: международные компании, работающие в России, приносят и пропагандируют свой опыт. Сейчас о волонтерстве говорят неизмеримо больше, чем, например, 10 лет назад, больше людей знают о подобных программах и участвуют в них.

Приведите примеры успешных программ по корпоративному добровольчеству.

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

■ **Татьяна Авраменко:** В 2006 году более чем в 100 странах мира, в том числе и в России, был впервые проведен Международный день волонтера Citi. Успех этого начинания и радость сотрудников Citi от участия в подобной международной инициативе привели к тому, что компания решила сделать международный день волонтера Citi ежегодным мероприятием. За три года Citi удалось привлечь к волонтерской работе 150 000 человек, которые были задействованы в самых различных социальных мероприятиях. В 2008 г. в России приняли участие в этой международной инициативе 387 сотрудников Ситибанка, членов их семей и друзей из 11 российских городов. В каждом городе присутствия компании у сотрудников есть подшефные организации, которым сотрудники помогают в течение всего года.

■ **Галина Григорьева:** Успешность таких программ определяется их принятием, востребованностью со стороны сотрудников. В Алкоа они очень востребованы. Это относится и к программе АСТИОН для групп сотрудников и к программе Bravo! для индивидуалов.

■ **Инесса Грикурова:** Конечно, были яркие акции — например, тим-билдинг, проведенный нашими сотрудниками в одной Нижегородской школе-интернате около года назад, где был сделан ремонт двух помещений, полностью оборудованных под компьютерные центры. Кроме того, мы провели и наладили сеть, сделали веб-сайт школы, организовали тре-

нинг для учителей школы и города, обустроили игровую комнату и устроили детям праздник! 38 человек, объединенных общим делом, трудились в одном проекте. Мало того, мы еще привлекли партнеров и коллег! И теперь школу опекают наши коллеги из нижегородского офиса, которые проводят профориентацию, рассказывают о своей работе и других профессиях. И это только один пример из многих. Может быть, наиболее яркий. Но и еженедельные занятия в кружке мягкой игрушки в детской больнице вызывают не меньшее уважение и искреннюю поддержку наших сотрудников.

■ **Ирина Ефремова:** В апреле этого года сотрудники московского офиса провели уборку территории Пансионата №1 для ветеранов труда, а в прошлом году в сотрудничестве с общественным проектом «Веселый муравейник» добровольцы из НР Россия участвовали в благотворительном проекте по озеленению территории детского дома-интерната №24 Москвы для детей-инвалидов. Это лишь несколько примеров многочисленных мероприятий так называемого «Календаря добрых дел», который ведется в НР.

В качестве еще одного примера я могу привести наш новый интегрированный проект. В ноябре 2008 г. наши сотрудники получили от компании и передали в дар новое оборудование 26 некоммерческим организациям и образовательным учреждениям, которым они добровольно помогают в свободное время. Таким образом компания НР поощрила наиболее активных работников и различные обще-

ственные организации, в жизни которых они участвуют, в рамках программы вовлечения сотрудников в социальную жизнь общества. Мои коллеги получили множество благодарностей от организаций, которым они оказывают содействие, и были очень горды тем, что их благородные начинания были поддержаны работодателем.

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

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

■ **Татьяна Задирако:** Сити, ЭкссонМобиль, КоккоФиллипс, Майкрософт, АйБиЭм, ПрайсВатерхаузКуперс.

■ **Евгений Закаблукровский:** Сотрудники Intel ежегодно участвуют в огромном количестве мероприятий. Расскажу лишь о некоторых из них. Вот уже 3 года подряд волонтеры Intel исполняют желания сирот. Под видом Деда Мороза они тайком узнают о новогодних мечтах детдомовцев, сами покупают подарки и приезжают к ребятам с представлениями в канун праздника. К данному моменту в программе «Исполняя желания» приняло участие около 500 добровольцев.

Каждый год сотрудники Intel в России вместе с коллегами из других стран празднуют Всемирный День Земли. Мировое сообщество отмечает этот праздник 22 апреля, участвуя в различных мероприятиях экологической направленности и выражая тем самым свою обеспокоенность экологическим состоянием планеты. В российском подразделении Intel в этот день проводится одно из самых любимых волонтерских мероприятий — субботник. Именно поэтому 22 апреля уже давно стал днем, когда сотрудники Intel в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Новосибирске и Сарове выходят из своих офисов, чтобы провести весеннюю уборку в расположенных поблизости городских парках и скверах. Собирая накопившийся там за зиму мусор и приводя в порядок места отдыха горожан, волонтеры Intel Involved не только помогают местному сообществу и напоминают о необходимости бережного отношения к природе, но и с пользой проводят время вместе с супругами и детьми, которые всегда принимают активное участие.

Наряду с традиционными акциями каждый год осуществляется ряд уникальных проектов, основанных на профессиональных навыках наших сотрудников. Так, например, осенью 2008 года сотрудники ИТ-департамента Новосибирского филиала Intel в России оснастили две поликлиники Центральной городской больницы в г. Искитим, Новосибирской области хорошо оборудованными кабинетами специалистов. Они информатизировали процесс приема

пациентов участковыми врачами и узкими специалистами, в частности, облегчив процедуру выписки льготных рецептов. Волонтеры провели также серию занятий по основам компьютерной грамотности для персонала больницы. Они поделились с системными администраторами больницы своими разработками для поддержки информационной и коммуникационной инфраструктур организации.

■ **Светлана Заславская:** Одной из корпоративных инициатив, привлекающей сотрудников компании «ЭксонМобил» в роли волонтеров, является программа «День заботы» (The Day of Care), которая поддерживается высшим руководством компании и работает во всех странах, где компания ведет свою деятельность. В программе «День заботы» принимают участие как сотрудники компании, так и члены их семей. Добровольцы проводят один рабочий день вне офиса, оказывая помощь некоммерческим учреждениям — семейным центрам, детским домам и другим, нуждающимся в поддержке, организациям. Со своей стороны компания приветствует активную позицию сотрудников и полностью оплачивает рабочий день, проведенный вне офиса. В 2007 г. к программе «День заботы» присоединился московский офис, который стал активным участником корпоративного добровольческого движения. Со времени начала реализации программы в «Дне заботы» приняло участие 50 человек (400 часов), включая менеджмент компании и членов семей сотрудников.

Вернисаж



Час тишины. 2007

Вернисаж*Елена Ленинградская. 2007*

«Программа добровольного участия» (Volunteer Involvement Program) также является глобальной корпоративной инициативой в области добровольчества и реализуется подразделением компании «ЭксонМобил» на Сахалине и в Ульчском районе Хабаровского края. Ее целью является поощрение волонтерской деятельности сотрудников и/или членов их семей в образовательных, культурных, спортивных учреждениях, привлечение их к совместной работе с преподавателями, воспитателями, учениками/воспитанниками, а не предоставление значительных денежных сумм организациям. Для привлечения годового гранта в размере до 500 долларов для помощи некоммерческому учреждению (например, общеобразовательной школе) сотрудник компании и/или члены его семьи на добровольных началах должны отработать не менее 20 часов в течение календарного года. После этого, компания «ЭксонМобил» перечисляет грант, соразмерный количеству часов, отработанных в учреждении. В 2008 г. подразделение компании профинансировало грантов на сумму в 22 000 долларов на Сахалине и 10 000 долларов в Ульчском райо-

не Хабаровского края, что эквивалентно 1424 часам, отработанным добровольцами компании.

■ **Режис Ломм:** В рамках корпоративного волонтерского проекта в июле и в декабре 2008 г. сотрудники компании приняли участие в акции «Помоги детям. Стань донором». Так, в общей сложности было собрано более 18 литров крови для детей, находящихся на лечении в Московском областном онкологическом диспансере. Большинство из доноров также передали деньги, полагающиеся им за сдачу крови, для покупки игрушек для детей-пациентов Центрального научно-исследовательского института рентгенологии и радиологии и книг для пополнения библиотеки в Российской Детской Клинической Больнице (РДКБ).

В благотворительных целях компания Pfizer регулярно проводит сбор новой и б/у одежды в рамках акции «Одежда без хлопот» при содействии благотворительного фонда «София». Так, осенью прошлого года было собрано 29 мешков с одеждой (достаточно, чтобы укомплектовать 4 легковых автомобиля), которые были переданы в отдел по церковной благотворительности и социальному служению Московского патриархата Русской Православной Церкви и в Региональную общественную организацию помощи многодетным семьям «Солнечный круг».

В этом году акция «Одежда без хлопот» прошла в Санкт-Петербурге (с 9 по 24 февраля) и в Москве (с 1 по 10 марта). Собранные вещи были переданы благотворительному фонду помощи населению «Русь» (Санкт-Петербург) и региональному благотворительному общественному фонду «София» (Москва) для дальнейшего распространения среди социальных учреждений и общественных организаций; детских домов и домов престарелых; приходов храмов, ведущих социальную работу.

Также примером КД может служить регулярно проводимая акция «Бухта радости» для воспитанников детских домов, в рамках которой сотрудники компании Pfizer проводят с детьми мероприятия по четырем направлениям: настольные игры, сказочное фото, «веселые старты» и мастер-класс по приготовлению блинов и вафель.

■ **Людмила Мамет:** Мы можем рассказать о проектах PwC. В нашей компании осуществляется ряд успешных ежегодных волонтерских проектов. Мы организуем празднование Нового года для примерно 300 детей из нескольких подмосковных детских домов. Около 150 волонтеров приходят на праздник, чтобы пообщаться с детьми и помочь в проведении мероприятия. Два раза в год мы вывозим этих же детей на репетицию Большого симфонического оркестра, где практически каждого ребенка сопровождает сотрудник PricewaterhouseCoopers. Дети приобщаются к искусству, узнают много нового о музыкальных инструментах, о классических произведениях и находят новых друзей. В июне наши волонтеры ездят в село Крапивна Тульской области на субботник, чтобы

благоустроить территорию филиала Яснополянского музея. Время от времени мы проводим и другие волонтерские мероприятия, связанные с Днем защитника отечества, 8 марта, Днем защиты детей и др.

Все эти инициативы пользуются неизменным вниманием со стороны наших сотрудников. Зачастую, количество желающих даже превышает необходимое число волонтеров, но мы стараемся сделать так, чтобы каждый волонтер смог поучаствовать в мероприятии и почувствовать радость от своего вклада в общественно значимое дело.

■ **Наталья Овакимян:** В 2009 г. компания «Хенкель» вот уже третий год подряд выступала в качестве официального спонсора Чемпионата мира по хоккею. В том числе «Хенкель» использовала свое присутствие на чемпионате для того, чтобы привлечь общественное внимание к своей корпоративной программе социальной ответственности Henkel Smile. За каждый гол, забитый на Чемпионате, компания перечисляла в адрес программы по 50 евро. В результате в адрес программы было перечислено в общей сложности 18 500 евро. Эти деньги пойдут на поддержку проекта «Детские деревни SOS». Зрители на стадионе также могли принять активное участие в сборе средств на доброе дело: поставить подпись на футболке болельщика Henkel Smile, стоимостью 1 евро каждая.

Программа MIT активно работает и в России. В 2008 г. компания поддержала ряд инициатив, предложенных сотрудниками. В рамках программы осуществлена поддержка организации молодых инвалидов Кировского района в Перми, приобретены медицинские кровати для детей-сирот в ЦРБ Балашихи, осуществлена программа по экологическому воспитанию в Ленинградской области в г. Тосно. С каждым годом количество участников MIT в России увеличивается.

■ **Наталья Павлова:** Примеры успешных волонтерских программ в БАТ Россия — это проект «Зеленый Дозор» и программа частных пожертвованных сотрудников «Им Нужна Ваша Помощь». «Зеленый Дозор» — это своего рода субботник, цель которого — вовлечь сотрудников в деятельность компании по улучшению окружающей среды. Первый «Дозор» прошел в 2005 г. в Москве — тогда сотрудникам и членам их семей предложили поучаствовать в уборке одного из парков города. Сегодня расширилась и география проекта — «Зеленые Дозоры» организовываются во многих региональных офисах, и состав участников — к инициативе присоединяются деловые партнеры компании и представители местных сообществ.

Программа частных пожертвований «Им Нужна Ваша Помощь» была запущена в БАТ Россия в 2004 г. в ответ на пожелания сотрудников принимать участие в благотворительных проектах. Сейчас программа уже вышла за рамки просто финансовых пожертвований на благотворительные цели: сотрудни-

ки сами ищут благополучателей, иницируют и организуют волонтерскую помощь нуждающимся. Кроме этого, в Бритиш Американ Тобакко существует международная добровольческая программа Earthwatch Fellowship, цель которой — улучшение состояния окружающей среды. Сотрудники компании могут пройти конкурс и поучаствовать в одной из экспедиций международного института Earthwatch в отдаленный уголок планеты, таким образом, сделав что-то для сохранения биологического разнообразия на Земле.

■ **Ирина Платонова:** Нам известны очень успешные примеры волонтерских программ, которые осуществляют филиалы нашей компании в Европе и в Америке. Одной из программ, которые компании осуществляют в России, является программа Сити-банка.

■ **Мария Столярова:** Примеры успешной реализации добровольческих программ в нашей компании в 2008 г.: «Спешите делать добро» (на средства, собранные сотрудниками, куплены игрушки, вещи, инвентарь для двух наименее обеспеченных детских домов в Чувашии), «Подарим детям Новый год» (на средства сотрудников сделаны подарки Дому ребенка «Малютка» и Воскресной школе г. Цивильска) и др.

В 2009 г.: «Мир детского рисунка. Здравствуй, весна!» (проведение выставки детских рисунков на двух промышленных заводах г. Чебоксары, покупка наборов для творчества подшефным учреждениям для детей от 1 до 16 лет. Запомнились детям и совместные мероприятия — «День скворечников» и «Пасхальный урок».

■ **Елена Тамазова:** «День добрых дел Лилли» — ежегодные традиционные мероприятия по развитию КД. 22 000 сотрудников из 48 стран мира 15 мая 2008 г. приняли участие в различных мероприятиях: это были «марши мира», профилактическая работа с уязвимыми к туберкулезу группами, «субботники» и другие виды деятельности.

Вернисаж



Губзуб ветерний. 2007

С 2003 г. компания реализует международный проект «Партнерство Лилли по борьбе с МЛВ-ТБ», поэтому в 2008 г. «марш» прошел под лозунгом этого проекта «Передавая надежду». За каждую пройденную милю компания обязалась перечислить в фонд проекта 1 доллар. (но не менее 50 000 долларов в общей сложности). В этом году сотрудники Лили провели мероприятие 20 мая. В России мы занимаемся благоустройством территории в Московской областной психиатрической больнице №1.

■ **Елена Трахтенберг:** У нас есть две волонтерские программы, уже ставшие доброй традицией: прием в семьях детей из подшефного детского дома и помощь РДКБ в сборе, доставке и упаковке новогодних подарков для детей, проводящих праздничные дни в больнице. Они возникли еще до того, как банк централизованно принял концепцию волонтерства. Надеемся, что теперь, благодаря этой концепции, мы начнем и другие волонтерские программы.

Как Вы считаете, является ли КД выгодной и приемлемой альтернативой корпоративной благотворительности в условиях объективного кризисного сокращения масштабов последней?

■ **Артем Шадрин:** Я бы не противопоставлял эти виды деятельности, так как КД может развиваться вне зависимости от благотворительных программ. Это разные направления.

■ **Татьяна Авраменко:** Мне кажется, что нельзя КД рассматривать как альтернативу корпоративной благотворительности. Но именно кризисные условия заставляют как компании, так и некоммерческие организации выгодно сочетать свои благотворительные программы и КД, тем самым усиливая благотворительный эффект для общества.

■ **Галина Григорьева:** Уверена, что да. Хотя это даже не альтернатива, а ее неотъемлемая часть. Просто в период сокращения финансовых ресурсов акцент на волонтерство может переместиться естественным образом. Меньше денег, но больше солидарности у людей.

■ **Елена Журавлева:** КД — одна из самых эффективных технологий сохранения социальных программ компании и социальной репутации в кризисный период. Она позволяет вовлечь сотрудников компании, а также развивать корпоративные пожертвования, что особенно важно в период кризиса, тем самым не только оказывая помощь нуждающимся, но и популяризируя благотворительность в обществе в лице сотрудников.

■ **Татьяна Задирако:** Нет, нет и еще раз нет. Мое понимание, что все должно быть в комплексе: и корпоративная благотворительность и корпоративное волонтерство. Но в ситуации кризиса эти два направления могут быть меньшего объема. На практике же тенденция идет от уменьшения корпоративной благотворительности в сторону увеличения КД.

■ **Евгений Закаблукский:** Безусловно, корпоративное добровольчество — одна из важных составляющих социальной ответственности Intel. Это двигатель идей взаимопомощи и взаимовыручки как внутри компании, так и в местном сообществе. Но, надо сказать, мы пока не задумываемся над тем, чтобы заменить какой-либо компонент системы социальной ответственности в нашей компании на общественную деятельность. Напротив, мы стремимся их

эффективно сочетать. Одним из требований, к которым мы относимся очень серьезно при рассмотрении заявок на получение гранта Intel, это участие наших сотрудников — профессионалов высокого уровня. Они участвуют в инновационных проектах НКО в качестве консультантов, проводят мастер-классы по работе на ПК, устанавливают оборудование и беспроводные сети в самих некоммерческих организациях. Менеджеры корпорации всецело поддерживают такую деятельность своих сотрудников.

■ **Светлана Заславская:** Независимо от экономической ситуации, компания «ЭксонМобил» всегда выполняет взятые на себя обязательства, в том числе и в области корпоративного гражданства. Мы уверены, что ответственный подход к выбору благотворительных проектов и их реализации являются долгосрочными инвестициями в успешность бизнеса и стабильность российского общества. Компания всячески поддерживает добровольческие инициативы сотрудников и старается активно привлекать волонтеров к реализуемым компанией благотворительным проектам.

■ **Людмила Мамет:** Без того, чтобы договориться о терминах, ответить на этот вопрос удовлетворительно довольно сложно. В нашем случае речь идет о личной волонтерской активности сотрудников, которую поддерживает фирма. В подавляющем большинстве случаев люди используют свое личное время на волонтерство, не получая при этом ни денежной, ни временной компенсации. Известны случаи, когда компании позволяют каждому сотруднику использовать определенное число рабочих дней для волонтерской работы — возможно, это попадает под определение «корпоративного добровольчества». Есть еще одна, присущая профессиональным компаниям, разновидность помощи НКО — это так называемые услуги pro bono, когда услуги, обычно оказываемые возмездно, осуществляются на бесплатной основе. В ограниченном масштабе мы работаем на этой основе.

■ **Наталья Павлова:** КД не может полностью заменить корпоративную благотворительность. Во-пер-

Вернисаж

вых, волонтерские программы требуют значительных организационных и временных ресурсов: технически перечислить деньги на благотворительность проще, чем организовать волонтерское мероприятие для сотрудников. Во-вторых, по масштабу инвестиций волонтерство не сможет сравниться с корпоративной благотворительностью. В то же время, кризис стимулирует компании пересмотреть свои благотворительные программы, оценить их эффективность и целесообразность. КД может стать менее затратной с финансовой точки зрения, но более эффективной альтернативой традиционным программам корпоративной благотворительности.

■ **Вячеслав Паньков:** На мой взгляд, странно говорить об альтернативе и выгоде в связи с благотворительностью и добровольчеством. Любое добровольчество — благо для общества вне зависимости от кризисов. Вероятно, даже большее, чем благотворительность, поскольку оно дает людям возможность не просто «откупиться», но и осознанно поделиться своими эмоциями, знаниями и трудом.

■ **Ирина Платонова:** Мне кажется, что КД не может стать полной альтернативой корпоративной благотворительности, оно должно быть только частью ее. Хотя, конечно, в условиях кризиса и сокращения бюджетов на КСО, за отсутствием других вариантов, все-таки имеет смысл сделать акцент на добровольчество.

■ **Елена Тамазова:** Да, является.

■ **Мария Столярова:** КД является очень эффективной и результативной деятельностью. В условиях мирового финансового кризиса это хороший способ и все-таки дополнение, нежели альтернатива корпоративной благотворительности, т.к. финансовая поддержка очень важна, а в существенных размерах она возможна только благодаря финансовой помощи компаний.

■ **Елена Трахтенберг:** Я не считаю, что волонтер-

*Перед урстином. 2007*

ство нужно рассматривать как альтернативу благотворительности. Это одна из основ корпоративной ответственности, которая в идеале не должна ни заменять, ни подменять другие ее основы, в частности такие, как социальные инвестиции, а лишь дополнять их. Разумеется, если компания по тем или иным причинам вынуждена сокращать свои финансовые расходы, то развитие и укрепление волонтерских программ может на некоторое время компенсировать эти сокращения и одновременно показать сотрудникам, что компания в принципе не планирует отказаться от корпоративной ответственности, но меняет тактику на период кризиса.

Что бы Вы еще хотели добавить по этой теме?

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

■ **Татьяна Авраменко:** В этом году мы разработали новую концепцию проведения Международного дня волонтера Citi — конкурс добровольческих проектов среди сотрудников. Теперь наши сотрудники имеют возможность предложить свой добровольческий проект. 10 лучших проектов получают финансирование от компании и будут воплощены в ноябре 2009 г. Я приглашаю некоммерческие организации, заинтересованные в помощи добровольцев, помочь нашим сотрудникам в разработке интересных проектов, особенно для непопулярных среди благотворителей групп населения, таких как пожилые люди, взрослые и дети с ограниченными возможностями, бездомные, а также животные.

■ **Галина Григорьева:** Волонтерство начинается с чувства ответственности за себя и других. А ответственность — это качество взрослого человека. Я думаю, что существует прямая связь между развитием волонтерства и созданием гражданского общества. И поэтому развитие волонтерства в нашей стране, на мой взгляд, будет одним из индикаторов развития у нас гражданского общества.

■ **Инесса Грикурова:** Мы не занимаемся благотворительностью в привычном понимании этого слова, при этом мы реализуем в России целый ряд программ и инициатив, направленных на содействие развитию экономики и общества, инвестируя в них значительные средства. Кризис не привел к сокращению бюджетов на такие программы. Напротив, наиболее актуальные программы — например, программа повы-

шения компьютерной грамотности, направленная сейчас на содействие занятости населения — расширяются и развиваются, в них инвестируются дополнительные ресурсы.

■ **Елена Журавлева:** Корпоративное волонтерство станет эффективной практикой для компаний, когда некоммерческие организации начнут помогать воспитывать эту культуру в российских компаниях, реализуя совместные проекты, образовательные программы для волонтеров, продвигая принципы благотворительности и т.п. А также помогать образованию сотрудников, которые в компании могли бы курировать программы корпоративного волонтерства. Процесс не может быть односторонним, он должен поддерживаться обеими сторонами: компаниями и некоммерческими организациями.

Одним из самых перспективных направлений в корпоративном волонтерстве, я бы выделила, коу-

чинг некоммерческих организаций по профессиональным вопросам или индивидуальное волонтерство. Здесь как раз стоит совместная задача перед компанией и НКО в постановке целей и организации работы для волонтера.

■ **Татьяна Задирако:** Тема крайне интересная и в ней много чего происходит. Есть много проблем, о которых рассказать в таком блиц-формате невозможно. А компании не хотят делиться своей информацией как отдельно взятые представители бизнеса.

■ **Евгений Закаблукский:** Хочется надеяться, что наше лидерство не только на рынке полупроводниковых технологий, но и в сфере КД станет примером для других компаний. Мы знаем, что вести программу КД в России непросто по ряду причин. Но наш опыт говорит о том, что это возможно: волонтерская деятельность за эти пять лет стала в Российском подразделении Intel полезной привычкой. &

КОРПОРАТИВНОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО — ЭТО ВЫГОДНО И УВЛЕКАТЕЛЬНО!

К такому выводу пришли участники дискуссионной площадки и мастер-класса, посвященных корпоративному добровольчеству в России, которые прошли 20 и 21 мая в рамках VI Общероссийской конференции по добровольчеству. Организатором их выступил консорциум «Бизнес и Общество». В работе двух площадок приняли участие представители компаний «Трансаэро», «Coca-Cola», Citi Group, Intel Corporation, ЭксонМобил, ABS Holdings, чебоксарский филиал ЗАО «АБС Русь», Королевский Банк Шотландии, Евросеть, ОАО «МДМ-Банк, ОАО «ГМК «Норильский никель», Media Planning Group, «Детский мир» и другие, некоммерческих организаций и эксперты — всего более 60 человек. Модератором площадок выступила главный редактор журнала «Бизнес и общество» Татьяна Бачинская.

В ходе обсуждения были подняты вопросы: какой должна быть благотворительность бизнеса в условиях кризиса, как трансформируется политика КСО, какова роль и значимость корпоративного добровольчества в новых экономических условиях.

20 мая представители компаний делились своим опытом по организации и проведению волонтерских программ. Так, менеджер по КСО Citi Group Та-

тьяна Авраменко уточнила, что Citi Bank — дочерняя структура Citi Group, общее количество сотрудников которой составляет 3 тысяч человек. В рамках ежегодного Международного Дня волонтера «Ситигрупп» сотрудники компании по всему миру принимают участие в различных социальных мероприятиях. Россия не исключение — в 2008 году в этой инициативе приняли участие 387 сотрудников из 11 городов присутствия компании. В Citi Bank существует клуб волонтеров, который самостоятельно решает, кому бы он хотели помочь и каким образом. Банк финансирует расходы волонтеров — на транспорт, покупку инструментов и необходимого оборудова-

