

КОРПОРАТИВНОЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

Раздел лекции

«Добровольчество в современной России»

В.А.Лукьянов, 2008

Корпоративное добровольчество в обобщенном виде - это разновидность благотворительной деятельности коммерческих компаний, в которой принимают участие сотрудники компаний в форме добровольческой деятельности или добровольческого труда.

Корпоративное добровольчество в России стало развиваться относительно недавно - со второй половины 90-х XX века. Его развитие связано со входом на российский рынок крупных зарубежных компаний и новым опытом ведения коммерческой деятельности, полученным российскими компаниями за рубежом, учитывающим принципы социальной ответственности бизнеса. Особое внимание к корпоративному добровольчеству в контексте корпоративной социальной ответственности применительно к российскому бизнесу проявилось в ходе широкой общественной дискуссии по этому поводу в 2004 году и после принятия Российским союзом промышленников и предпринимателей «Социальной хартии российского бизнеса». (см. «Информационные ресурсы»: [«Социальная хартия российского бизнеса»](#) и [«Представление Социальной хартии российского бизнеса»](#)).

«Корпоративное добровольчество - 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. При 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» ("Корпоративное волонтерство: опыт российских и международных компаний", под общей редакцией Е. Корфф, Форум лидеров бизнеса, 2008).

Публикация по корпоративному волонтерству - www.iblf.ru

Корпоративное добровольчество имеет ряд особенностей (см. сайт "Бизнес и общество", <http://www.b-soc.ru/about/news/>) .

Во-первых. Один из основополагающих принципов добровольчества - свободный выбор человека в осуществлении добровольной деятельности, в контексте корпоративного добровольчества может ограничиваться стратегическими интересами корпоративной социальной ответственности компании, в которой он работает. Однако за работником всегда остается право выбора - действовать, или нет. Имеются и другие примеры.

В некоторых компаниях, например в Корпорации Intel, сотрудники сами объединяются в добровольные комитеты для организации и управления программами корпоративного добровольчества. Такие компании выделяют на их деятельность определенный бюджет. Решения по содержанию программы и партнерам принимаются самими сотрудниками.

Во-вторых. Корпоративное добровольчество предполагает выполнение добровольного труда, как в период рабочего времени, так и за его пределами (в зависимости от выбранной компанией стратегии корпоративной социальной ответственности).

В третьих. Корпоративное добровольчество предполагает не только добровольческий труд сотрудников компании, но и их частные добровольные пожертвования на благотворительные цели. Компании зачастую не проводят четкого разграничения между участием в благотворительной деятельности бесплатным трудом/деятельностью и финансовыми/материальными пожертвованиями сотрудников.

В четвертых. Добровольчество в компаниях, реализующих стратегии корпоративной социальной ответственности, чаще именуется волонтерством.

В социально ответственных компаниях «существует два 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 основании анализа текущей ситуации и в соответствии с корпоративными ценностями и перспективами развития. Оба эти подхода не только не исключают друг друга, а наоборот, могут обеспечить цельную эффективную программу корпоративного волонтерства».

Мировые тенденции в области корпоративной социальной ответственности оказывают решающее воздействие на выбор крупными российскими компаниями подходов в области определения собственной социальной политики. Одним из центральных аспектов таких подходов является вовлечение сотрудников компании в благотворительную и волонтерскую деятельность. Грамотная организация программ корпоративного волонтерства позволяет укрепить корпоративный дух, уменьшить текучесть кадров, установить новые контакты.

В отношении сказанного следует помнить один из важнейших для коммерческих компаний ориентиров, высказанных основоположником современной теории менеджмента Питером Дракером:

«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».

Полагаем, что в российских условиях, применительно к развитию массового добровольчества, в ближайшее десятилетие будет реализовываться сценарий выбора людьми добровольного труда на основе максимальной свободы, как за

пределами рабочего времени, так и за пределами компаний, в которых они работают. В тоже время, добровольный труд в контексте корпоративной социальной ответственности будет характерен лишь для крупного, транснационального капитала, компаний со сверхприбылями, до тех пор, пока российское государство не выработает адекватных механизмов поощрения (льготирования и преференций) для всех участников благотворительной деятельности.

Поскольку в настоящем курсе обучения заинтересованы лица, ориентированные на развитие взаимодействия НКО с бизнес сообществом и развитие корпоративного добровольчества, ниже приведены рекомендации по разработке программ и памятка разработчику программ корпоративного волонтерства, опубликованные Российским отделением Международного форума лидеров бизнеса (IBLF).

Рекомендации по разработке программ «Пять шагов к успеху»:

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 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 руководителей 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 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 добровольчества, 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

Таблица 1. Памятка разработчику программ корпоративного волонтерства .

Памятка предусматривает перечень основных вопросов, которые, по мнению авторов, ориентированы как на учет бизнес-целей, так и на повышение общей эффективности волонтерской работы на благо общества.

Вопросы	Содержание
1. Определили ли Вы, на кого будет ориентирована программа корпоративного волонтерства?	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.
2. Насколько программа корпоративного волонтерства способствует достижению бизнес-целей?	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>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 предполагает компания?</p>	<p>Следует определить, как именно компания собирается мотивировать</p>

	(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?
7. Возможно ли включить программу корпоративного волонтерства в уже существующие социальные программы компании?	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.
8. Что будет показателем успеха программы?	Установите цели программы и критерии оценки эффективности. Цели программы должны учитывать цели компании, сотрудников и общества.

Сегодня в России одной из наиболее популярных программ, позволяющих сотрудникам компаний участвовать в благотворительности, является общенациональная благотворительная программа спасения тяжело больных детей «Линия жизни» (см. <http://www.life-line.ru>).

В России корпоративными партнерами этой программы являются 23 компании, в т.ч. «Альфа-банк», «ТНК-ВР», «СУЭК» и др. Иными областями корпоративного волонтерства являются экологические субботники в городских парках и зонах отдыха, программы помощи и просветительские программы для детей и молодежи.

Статистика по корпоративному волонтерству в РФ доступна в контексте отчетности конкретных компаний, осуществляющих программы корпоративной социальной ответственности

(см. также: <http://www.globalreporting.org>, <http://www.CorporateRegister.com> и <http://www.bitc.org.uk>).

Добровольческие действия сотрудников компаний, не связанные с финансовыми средствами (денежные пожертвования), нами выделены курсивом.

Аффилированные компании «Филип Моррис Интернэшнл» в России принимают активное участие в жизни общества, где живут и работают их сотрудники, а также поддерживают различные благотворительные инициативы, направленные на оказание помощи наиболее незащищенным слоям населения. В настоящее время активная благотворительная помощь оказывается ветеранам Великой Отечественной Войны, реабилитационным центрам для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, пожилым людям и инвалидам.

«Филип Моррис Интернэшнл» предлагает сотрудникам различные возможности добровольного участия в благотворительных программах компании. В рамках проекта «Собери в школу первоклассника» многие из сотрудников лично участвуют в сборе одежды, книг, игрушек, спортивного инвентаря для детских домов, домов ребенка и социально-реабилитационных центров. Работники фабрик «Филип Моррис Ижора» и «Филип Моррис Кубань» ежегодно посещают ветеранов ВОВ, проживающих в Ленинградской области и Краснодарском крае и, вместе с членами своих семей, вручают им продуктовые наборы и подарки.

Весной 2008 года стартовал совместный проект аффилированных компаний «Филип Моррис Интернэшнл» в России и САФ Россия «Помогаем вместе!», который предлагает сотрудникам варианты волонтерской помощи благотворительным организациям в ключевых регионах компании.

Руководство «Филип Моррис Интернэшнл» ценит усилия своих коллег и подчиненных в благотворительной сфере и оказывает им содействие в качестве добавления средств компании к материальным пожертвованиям в соответствии с правилами программы «Помогаем вместе!».

Компания «Транстелеком» (ТТК) выбрала основным направлением благотворительной деятельности на 2006-2010 гг. оказание помощи детям с врожденным пороком сердца, 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 участвует 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» ([www . blagotvorite . ru](http://www.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 7935608 руб. (70 операций), а сотрудниками собрано 1603607 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 кардиологическим отделениям.

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

Совместная программа Группы компаний «Бритиш Американ Табакко» и международного института Earthwatch - Employees fellowship - направлена на сохранение биологического разнообразия на планете и осуществляется с 2001 года. 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 более чем 180 представительств Группы компаний «Бритиш Американ Табакко». В России 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».

Кроме этого, «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 ежегодно с 2005 года, субботники в Санкт-Петербурге - с 1999 года. Число волонтеров варьируется от 60 до 120 человек в каждом из указанных городов.

Компания «Крафт Фудс Россия» в сотрудничестве с **Российским детским фондом** в 2007 году провела благотворительный проект «Праздник в доме». 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 (развлекательная программа 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 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, рассказали о работе компании и интересных фактах производства шоколада и кофе*.

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*.

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 по 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.

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 (минигранты), 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» - 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 году компьютерного клуба Intel для детей и подростков из малообеспеченных 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 года каждый шестой сотрудник компании в России принял участие в волонтерских мероприятиях. В 2007 году корпорация была признана победителем на конкурсе «Нижегородский благотворительный сезон» в номинации «Фирма доброй воли». В 2005 году компания Intel была признана самой социально ответственной корпорацией в мире, по данным журнала Business Ethics.

Именной фонд «Гражданские инициативы» **ООО «Рынок-Агро»** направлена на создание добровольческих служб, развитие волонтерства и местного самоуправления. Кроме того, благотворительные средства компании направляются на целевое финансирование в области физической культуры, и спорта, целевое финансирование частных лиц и организаций, на стипендиальную и др. программы фонда местного сообщества «Фонд Тольятти».

«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 компаний. 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 стороны («Бритиш Американ Табакко Россия», РАО «ЕЭС», ОАО «Лукойл», ОАО МХК «ЕвроХим», BP Russia и др.), вступают в партнерское взаимодействие с государством и обществом.

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».

Еще один пример. Он подтверждает предыдущие выводы и ярко демонстрирует высокую социальную эффективность благотворительного проекта коммерческой компании. Эффективность проекта связана с ориентацией на поддержку и развитие добровольческих ресурсов, с использованием социальных технологий, опирающихся на широкое межсекторное взаимодействие:

«Благотворительная Организация "Фонд "Центр социальных программ" компании РУСАЛ стала одним из со-организаторов Благотворительных сезонов в г. Красноярске и Красноярском крае. Организаторы ставят перед собой цель не только активизировать благотворительные и добровольческие инициативы жителей, но и сформировать позитивное общественное мнение в отношении добровольческой деятельности в г. Красноярске и крае, повысить статус добровольческого труда в сообществе, поддержать добровольческие инициативы через взаимодействие с органами власти.

Основными событиями сезона стали три вида конкурсов:

- Конкурс проектов "Это можем мы" (коллективная работа в местном сообществе);
- Конкурс "Социальная звезда" (персоны, работающие в местном сообществе);
- Конкурсы номинаций: "Благотворитель года", "Доброволец года", "Журналист года", "Фирма доброй воли", "Добровольческая организация", "Социальное СМИ года";

и благотворительные акции:

- Весенняя неделя добра;
- Осенняя неделя добра;
- Ярмарка добровольческих инициатив;
- Церемония подведения итогов Благотворительного Сезона;
- Бал добровольцев.

Статистические данные по проекту в 2006 году :

- 29 территорий края стали участниками событий, в том числе города Ачинск, Дивногорск, Железногорск, Зеленогорск, Лесосибирск, Минусинск, Назарово, Шарыпово, Большеулуйский, Емельяновский, Ермаковский, Идринский, Канский, Каратузский, Кежемский Сухобузимский районы.
- 276 мероприятий проведено организациями и учреждениями, поддержавшими проект.
- 138 персон участвовали в конкурсах номинаций "Социальная звезда", "Благотворитель года", "Доброволец года", "Журналист года", "Общественное признание".
- 55 учреждений стали участниками конкурса проектов "Это можем мы" и номинаций: "Фирма доброй воли", "Добровольческая организация", "Социальное СМИ", "Общественное признание".
- 542 добровольца помогли оргкомитету Благотворительного Сезона в подготовке и проведении мероприятий.

- 23 700 человек стали получателями благотворительных услуг.

Раздел «добровольчество» в ходе реализации проекта занимал ведущее место.

На коалиционной основе были проведены партнерские акции, направленные на местное сообщество, и различного рода мероприятия, в которых заняты добровольцы. В рамках кампании были реализованы такие массовые мероприятия, как "Ярмарка добровольческих инициатив"- смотр достижений добровольческих и общественных организаций, обучающие семинары для добровольческих организаций и групп добровольцев, массовое участие активной молодежи во всероссийской акции "Весенняя неделя добра", которая традиционно популярна в Красноярском крае, проведение конкурсов "Доброволец года", "Добровольческая организация года". Заключительным этапом проекта стало масштабная церемония подведения итогов: Бал добровольцев.

По итогам работы года 98% опрошенных добровольцев готовы к дальнейшему сотрудничеству в качестве исполнителей; из них: 34% готовы к совместной разработке проектов, 27% - к разработке и реализации акций).

Сформировался актив до 40-45 человек (в основном студенты вузов, учащиеся колледжей и лицеев) через вовлечение в работу оргкомитета по разработке программы церемонии завершения Благотворительного Сезона и участие в танцевальных тренингах. Условием работы в той и другой группах являлась обязательная добровольческая история.

Привлеченный актив имеет следующие добровольческие "специальности":

- Доноры - 8 человек (студенты Аграрного университета);
- Социальные работники -11 человек (СибГТУ, "комиссия добрых дел");
- Санитары лесов - 6 человек (Лицей №19);
- Помощники по уходу за животными - 7 человек (Красноярский парк флоры и фауны "Роев ручей", сборная группа);
- Участники проведения массовых мероприятий - 11 человек ("Дней города", Городского форума, детских праздников, сборная группа).

В ходе реализации партнерского проекта был образован Оргкомитет добровольцев из 12-15 человек. В группу объединились студенты вузов, учащиеся лицеев, училищ, а также 2 преподавателя технических лицеев. Оргкомитет собирался еженедельно в течение сентября-ноября. С его помощью текущие вопросы решались оперативно и без осложнений. Активисты представили свою концепцию церемонии подведения итогов Благотворительного Сезона, бала добровольцев, оформление залов. На них было возложено информирование и приглашение участников, подготовка и оформление фотовыставки.

Танцевальный тренинг стал не только достойным вознаграждением добровольцев за их социально-значимую деятельность, но эффективным средством объединения молодежи.

Как показывает опыт Благотворительного сезона в Красноярском крае, в котором добровольчество, занимает ведущее место, такого рода действия способствуют росту социальной активности населения. Согласно проведенному анкетированию и интервью участников и благополучателей красноярских событий, необходимо

объединять как можно больше ресурсов и распространять положительный опыт. Потребность в этом диктуется все еще невысоким статусом добровольчества в обществе, особенно в молодежной среде. Для преодоления распространенного прагматизма, неверия в эффективность безвозмездного труда планируется комплекс мероприятий на широком географическом пространстве в филиалах «Центра социальных программ», а также тиражирование положительного опыта Красноярска в Ачинске, Братске, Новокузнецке. Саяногорске, Бокситогорске».

Сайты по теме:

- Сайт программы «Детские сердца Транстелекома»: <http://www.blagotvorite.ru>
- Информационный портал «ДоброволецЪ»: <http://www.dobrovolno.ru>
- Российский союз промышленников и предпринимателей: <http://www.rspp.ru/>
- Международный Форум Лидеров Бизнеса (IBLF): <http://www.iblf.org>
- Онлайн-библиотека нефинансовых отчетов: <http://www.CorporateRegister.com>
- Busines in the Community: <http://www.bitc.org.uk>
- Global Reporting: <http://www.globalreporting.org>