# ЭНЕРГИЮ СОТРУДНИКОВ — В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЕ РУСЛО

**КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СОЦПОЛИТИКИ КОМПАНИИ РАЗВИВАЕТСЯ УЖЕ БОЛЕЕ ДВАДЦАТИ ЛЕТ, А ПОСЛЕДНИЕ ДВА ГОДА НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ. К КРУПНЫМ ПРОМПРЕДПРИЯТИЯМИ, ДЛЯ КОТОРЫХ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ СТАЛИ ТРАДИЦИОННЫМИ, ПРИСОЕДИНЯЕТСЯ МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС. КАК ПРАВИЛО, ОДНИМ ДВИЖЕНИЕМ В СТОРОНУ ЭКОЛОГИИ ИЛИ СОДЕЙСТВИЮ СОЦУЧРЕЖДЕНИЯМ ОНИ НЕ ОГРАНИЧИВАЮТСЯ. КАК БИЗНЕС ВЫБИРАЕТ ИНИЦИАТИВЫ И СОЗДАЕТ ИНФРАСТРУКТУРУ ДЛЯ ДОБРОВОЛЬЦЕВ ВНУТРИ КОМПАНИИ, РАЗБИРАЛАСЬ КОРРЕСПОНДЕНТ SOCIAL REPORT АЛИСА МАЛЬЦЕВА.**

Три основных тренда корпоративного волонтерства — это создание благоприятного имиджа компании, улучшение отношений с госструктурами и местными сообществами и повышение вовлеченности сотрудников и укрепление HR-бренда. В зависимости от времени весомость каждого из этих трех факторов меняется, поясняет исполнительный директор союза «Ленинградская областная торгово-промышленная палата» Игорь Муравьев.

«На мой взгляд, сейчас превалирует третий: наличие комфортных условий для сотрудников и удержание кадров. И даже такой косвенный инструмент, как создание позитивного имиджа компании внутри коллектива и его сплачивание, сейчас оказывает существенное воздействие на этот фактор,— говорит собеседник издания.— Из новых тенденций я бы выделил расширение сферы корпоративного волонтерства, когда, к примеру, помимо вопросов, связанных с экологией, организация занимается заботой о людях, находящихся в тяжелой жизненной ситуации, помощью бездомным животным, оказанием профессиональной консультации».

По словам Анастасии Ростовцевой, директора по коммуникациям «Avon Россия», можно выделить еще одну тенденцию — объединение компаний и их совместную организацию волонтерских мероприятий. «Например, Национальный совет по корпоративному волонтерству объединил уже очень много крупных компаний, значимых игроков рынка. Совет помогает реализовывать волонтерство в масштабах всей страны»,— говорит спикер.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

**ВОЛОНТЕРСКИЕ ПРОЕКТЫ ПОМОГАЮТ ПОДДЕРЖИВАТЬ ЦЕННОСТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ФОРМИРОВАТЬ КРЕПКИЕ НЕФОРМАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ КОЛЛЕГАМИ**

**ОТТАЛКИВАЯСЬ ОТ ИНТЕРЕСОВ** По словам Юлии Вайнер, директора по персоналу петербургского офиса «Слетать.ру», еще 15 лет назад корпоративное волонтерство вызывало недоумение у персонала. «Взгляды меняются. Люди, увлеченные социально полезными активностями, стали постепенно приходить к руководству компании с различными идеями. Начиналось все с инициатив, связанных с экологическим благополучием: экономия и переработка бумаги, утилизация батареек, отказ от использования одноразовой посуды. Далее все переросло в программы экологического волонтерства, связанного с благоустройством в парке рядом с офисом. На этом этапе работодатель уже выступил в качестве организатора и спонсора программы»,— делится кейсом госпожа Вайнер.

Она уверена, что задача руководителя — вовремя заметить инициативу и помочь в организации, обеспечить базовую финансовую поддержку.

«Часто инициатива исходит от неравнодушных сотрудников: как правило, люди где-то самостоятельно волонтерят, а потом охотно делятся опытом и вовлекают коллег в помощь хорошо знакомым организациям»,— рассказывают в пресс-службе СДЭК. Так в компании появились свои традиции. Например, филиал в Петербурге несколько лет активно помогает самому старому и нуждающемуся приюту для собак и кошек.

В компании ООО «Электрорешения» (бренд EKF) для выбора инициативы решили провести опрос среди сотрудников, а по его итогам выбрали в качестве основного волонтерского курса на 2024 год донорство крови. По словам руководителя направления PR и продвижения компании Анны Федотовских, за год была проведена информационная кампания внутри организации и к концу года ожидается, что 200 сотрудников и членов их семей станут донорами крови.

С командных мероприятий (велком-встречи для коллег, киберфутбольные турниры по FIFA и т. д.) началась благотворительная история в компании Centra. «Ребята внедрили новое командное мероприятие — День пирога. После этого родилась идея сделать предновогоднюю благотворительную ярмарку в прошлом году, чтобы собрать средства и подарить чудо детям, которые не смогут встретить Новый год в кругу семьи, ожидая лечения в больницах»,— рассказывает CEO компании Надежда Мерещенко.

Отталкиваются от интересов сотрудников при планировании волонтерских проектов и в Т-Банке. «Стараемся предусматривать мероприятия как для продвинутых волонтеров и активистов, так и для тех, кто только начинает знакомиться с темой благотворительности. Например, для спортивного сообщества внутри компании организуем челленджи, где физическая активность сотрудников конвертируется в реальные деньги для благотворительных фондов. Для тех, кто готов делиться идеями, мы проводим социальные кейс-чемпионаты, в рамках которых решаем текущие задачи некоммерческих организаций или создаем новые проекты для компании. Итогом одного из них стала корпоративная платформа для волонтеров, где на сегодняшний день 3 тыс. сотрудников помогают благотворительным фондам. Готовят тексты, аналитику, дизайн материалов или выезжают на какие-то мероприятия, где нужны физическое присутствие и помощь»,— рассказывает Татьяна Полякова, руководитель отдела стратегических социальных проектов Т-Банка.

**СОЗДАВАЯ ИНФРАСТРУКТУРУ** «Сначала инициативы исходили от сотрудников, но позже компания начала регламентировать работу добровольцев и сформировавшегося волонтерского движения»,— рассказывает об опыте Татьяна Рожкова, директор по социальной политике группы НЛМК. В частности, были приняты нормативные документы и создана целая инфраструктура с расписанием активностей, в рамках который любой сотрудник может выбрать инициативу и присоединиться к ней на любом этапе.

«Наши добровольцы участвуют в проектах целыми семьями — для многих это уже стало особым видом семейного досуга. Основных фокусов корпоративного волонтерского движения в компании три: экология, здоровый образ жизни и поддержка социально незащищенных людей. Сотрудники участвуют в благоустройстве территорий, организуют экопоходы по родным местам, убирают экологически значимые объекты и проводят квесты для детей и молодежи. Ну и, конечно, важный элемент волонтерского движения — адресная помощь детям, пенсионерам и людям с ограничениями по здоровью»,— подчеркивает госпожа Рожкова.

Как правило, крупные компании создают на своих порталах отдельную страницу, посвященную волонтерству. Там размещаются инициативы и список проверенных дружественных фондов, которым можно перевести пожертвование,— на случай, если поучаствовать хочется, но нет времени сделать это физически. Используются и новые форматы.

«Мы создали сообщество CDEK Active, которое объединяет сотрудников по интересам. В рамках сообщества запустили проект по поддержке корпоративного волонтерства и благотворительности „CDEK Тепло“. Коллеги могут стать участниками проекта и амбассадорами добрых дел в компании: планировать и помогать организовывать социальные активности для всей команды. Сейчас каждый филиал самостоятельно выбирает, как и кому помогать: приютам, больницам, детским домам, домам престарелых»,— поделились в пресс-службе СДЭК.

Кроме того, одним из нововведений в компаниях стало использование внутренней валюты на благие дела. «Мы разработали программу лояльности, которая позволяет накопить внутреннюю валюту: шики. Их выдают сотрудникам за различные достижения. Потратить их можно на благотворительность, таким образом, коллеги не только способствуют развитию компании, но и конвертируют ее в реальную помощь фонду „Бюро добрых дел“. Наши сотрудники очень любят животных и поддерживают их. Время от времени офис превращается в „живой уголок“, куда можно привести своего четвероногого друга, как будто собаки являются полноправным членом команды»,— рассказывает Ирина Филимоненко, специалист по подбору персонала ГК Selecty.

Почти аналогичная система внедрена и в Т-Банке. «Одним из нововведений стала возможность направить внутреннюю валюту (Т-мани, которую сотрудники получают за победу в конкурсах или активное участие в проектах компании) на благотворительность. Фонды, которые можно поддержать, мы ротируем каждые четыре месяца, стараясь охватить разные по формату и направленности организации»,— делится госпожа Полякова.

**ВОЛОНТЕРСТВО PRO BONO** Еще одна важная тенденция, которую указывают спикеры,— это волонтерство pro bono, при котором сотрудники помогают бесплатно. «Юристы могут помогать НКО с правовыми вопросами, дизайнеры — с созданием информационных материалов, а айтишники — с разработкой систем для благотворительных организаций. Это очень ценно как для сотрудников, так и для организаций, которым они помогают»,— поясняет генеральный директор фонда «Доброта Севера» Елена Тополева-Солдунова.

Некоторые компании оказывают по такому же принципу помощь для начинающих предпринимателей.

«Один из банков, в деятельности которого задействована моя тренерская команда, проводит бесплатные мастер-классы для предпринимателей разных регионов,— делится бизнес-тренер, собственник и руководитель тренинговой компании Eurasia TM Илья Глазырин.— На них рассказывают, как малому бизнесу масштабироваться, а затем стать лидером на рынке, какие есть юридические возможности и программы господдержки».

В целом корпоративное волонтерство в разных его проявлениях позволяет улучшать социально-экономическую ситуацию, повышать профессиональные и личные компетенции у сотрудников за счет формирования культуры добровольчества и создания сообщества единомышленников, уверены собеседники издания. ■