

# Генеральный директор «Платформы» Мария Макушева раскрыла тему корпоративного волонтерства и его влияния на репутацию работодателя

Для чего крупным холдингам и корпорациям нужны программы корпоративного волонтерства, и что от участия в них получают сотрудники? Об этом рассказали эксперты и представители самих компаний.

ESG-трансформация захлестнула глобальный бизнес и уже добралась до России. Во главу угла ставится не получение максимальной прибыли, а устойчивое развитие компаний, основанное на экологическом, социальном и корпоративном управлении. При этом ключевой тренд – развитие именно социального и корпоративного аспектов, основанных на человекоцентричности. Люди – это уже не «новая нефть», не обезличенный «человеческий капитал»: ставка делается на их развитие, раскрытие потенциала каждого сотрудника.

Но достигнуть этого исключительно через программы обучения, тренинги невозможно. Человек – не машина, у него есть и духовные потребности. Казалось бы, что работодатель может сделать «для души» пусть и любимого сотрудника, но все же постороннего человека? На помощь приходит корпоративное волонтерство, специально организованное и направляемое добровольческое движение сотрудников, в основе которого лежит социальная миссия, сопряженная с ценностями компании.

## И soft и hard

По словам руководителя проектов Благотворительного фонда «Добро Сразу» Вероники Литвиненко, есть компании, в которых

работают целые подразделения глобального корпоративного волонтерства. Они ездят кормить детей в Африку, бегут международные марафоны, спасают животных, чистят здания и прочее. И быть частью этого движения считается привилегией.

«В целом это уже устоявшаяся корпоративная практика. В последние несколько лет волонтерство просто стало более заметным в связи с развитием технологий. Много информации выплескивается в публичное поле. Компании и отдельные люди делятся своим опытом, в целом третий сектор структурируется и интенсивно развивается», – добавляет Литвиненко.

К слову, такие программы полезны обеим сторонам, уверены эксперты. Как поясняет генеральный директор Центра социального проектирования «Платформа» Мария Макушева, корпоративное волонтерство комплексно влияет на репутацию работодателя и внутреннюю среду в компании. «Участие компании в развитии территории повышает у сотрудников чувство значимости своего работодателя, гордость. Это укрепляет hr-бренд и косвенно влияет на привлечение новых кадров: сотрудники с большей готовностью рассказывают о своей компании и рекомендуют ее», – говорит Макушева.

Она отмечает, что благодаря волонтерской работе повышается солидарность, она помогает преодолевать барьеры между подразделениями и выстраивать горизонтальные связи. А теории организационного поведения достаточно давно доказали, что неформальные отношения и сплоченность влияют на качество работы.

«Я вижу по компаниям, с которыми мы сотрудничаем, что организованное волонтерство улучшает микроклимат в компании и мотивацию сотрудников, коллектив становится более сплоченным. Сами люди рассказывают нам, что меняется самоощущение, они чувствуют себя лучше, чище и правильнее. Появляется гордость, что работаешь в хорошем месте, где делают добрые дела. Сейчас такие эмоции людям бывают просто необходимы», – добавляет Вероника Литвиненко.

Кроме того, волонтерство очень помогает интеграции новичков. Важно, что участие в волонтерстве стирает статусные границы между сотрудниками и может повысить доверие к руководителям.

Также участие в инициативах часто дает дополнительные возможности самореализации сотрудников, чувство востребованности. Для кого-то даже становится карьерным лифтом, позволяя проявить себя.

«Волонтерские проекты – отличная возможность прокачать такие soft skills персонала как коммуникативность, умение работать в команде и навыки управления проектами. Помимо этого, сотрудники могут повышать и hard skills, оказывая добровольную помощь в рамках своей профессиональной деятельности, применяя свои навыки не в привычных рабочих процессах, а в новых нестандартных условиях. Корпоративное волонтерство помогает ускорить и выполнение операционных задач», – добавляет директор по персоналу группы компаний Finbridge Макарова Екатерина.

При этом она отмечает, что, развивая корпоративное волонтерство, сами компании значительно расширяют свои возможности по привлечению новых кадров, отвечая на запросы молодых специалистов. По ее словам, особое внимание на корпоративную культуру обращают миллениалы и представители поколения Z.

## **Россия – в теме**

В России интерес к волонтерству растет из года в год. Как со стороны бизнеса, так и со стороны государства. Так, в 2014 году была организована Ассоциация волонтерских центров – крупнейшая добровольческая организация в России. Она объединила более миллиона россиян и 130 организаций по всей стране.

Бизнес также активно инвестирует в волонтерские проекты своих сотрудников и жителей в регионах присутствия компаний. По

данным ВЦИОМ, у 70% опрошенных российских компаний уже имеются программы корпоративного волонтерства, половина из них стартовала более 10 лет назад. 37% реализуют такие программы на постоянной основе. В числе основных направлений: помощь детям и взрослым (сиротам, бездомным, инвалидам) – 48%, экологические проекты – 33%, благоустройство территорий – 21%, образовательная деятельность – 21%.

«В России корпоративное волонтерство получило достаточно широкое распространение. Драйвером выступают сами сотрудники, которые имеют личный опыт волонтерства и переносят его на корпоративную среду, а также инициатива исходит от руководства компаний или подразделений HR, КСО», – описывает ситуацию Вероника Литвиненко.

«Одной из проблем крупного бизнеса в России является некоторая «дегуманизация» его образа. Волонтерское движение помогает сделать образ бизнеса более социальным, развернутым к обществу и наладить отношения со средой», – добавляет Мария Макушева.

Она отмечает, что PR-эффект от мероприятий подчас не так важен, как то, что волонтеры могут быть стороной, наиболее успешно устанавливающей связи с местной средой – некоммерческими организациями, активными сообществами, общаясь с ними на равных и решая общие задачи.

Правда, есть в России одна, к сожалению, уже ставшая плохой традицией особенность – изображать бурную деятельность, а не вести ее. По словам Макушевой, далеко не каждой компании удастся выстроить эффективную, не имитационную модель волонтерства.

## Реальная работа

Впрочем, примеров реальной работы, причем в крупнейших отечественных компаниях, хватает. Например, волонтеры «Группы ГАЗ» уже много лет воплощают свои добровольческие инициативы, а с 2018 года, когда в компании начали проводить ежегодный

волонтерский фестиваль «Навигатор добра – ты», волонтерство в компании вышло на новый уровень.

«Руководство нашей компании поддерживает добрые инициативы коллектива, ведь корпоративное волонтерство не рождается по приказу, оно существует благодаря неравнодушию сотрудников. В самые трудные времена люди объединяются для решения общих задач, для помощи тем, кто в ней нуждается, – рассказывает председатель рабочих советов «Группы ГАЗ» Евгений Морозов, – И эта активная позиция становится все более значимой и заметной в рамках внутренних процессов на наших предприятиях. Укрепляется командный дух, повышается лояльность и вовлеченность сотрудников, а отсюда – улучшаются результаты бизнеса, которые напрямую зависят от качества человеческих ресурсов».

В начале прошлого года около сотни самых активных и инициативных сотрудников «Группы ГАЗ» из Нижнего Новгорода, Ярославля, Павлово, Ульяновска, Саранска и Канаша собрались, чтобы обменяться волонтерскими практиками и обсудить идеи для новых проектов во время командного тренинга. Чтобы идеи не остались только на бумаге, компания предложил командам участвовать в грантовом конкурсе для их реализации. Проекты, успешно прошедшие этап защиты, получили для реализации своей идеи до 50 тысяч рублей.

Одной из наиболее запоминающихся инициатив стал проект волонтеров Ульяновского моторного завода, входящего в «Группу ГАЗ» – «Волонтеры и ветераны УМЗ – связь поколений». В течение года активисты выезжали на дом к пожилым людям с продуктовыми наборами, рассказывали им о работе завода, показывали фотографии и фильмы.

Наиболее ярко волонтерское движение машиностроительного гиганта проявило себя во время пандемии в 2020 году. Тогда компания Олега Дерипаски запустила масштабную программу «#ГАЗпомогает». «Группа ГАЗ» и дилерская сеть передавали тестовые автомобили волонтерам и благотворительным

организациям для доставки продуктов питания и предметов первой необходимости пожилым и маломобильным людям. Благодаря этой программе всего за год удалось помочь более 3000 нуждающимся семьям и 500 пожилым людям в 80 городах России. Программа «#ГАЗпомогает» стала лауреатом Всероссийского конкурса «Чемпионы добрых дел». Сегодня волонтеры «Группы ГАЗ» по-прежнему совершают добрые дела, оказывая помощь нуждающимся, а также медицинским, социальным, спортивным учреждениям в городах, где они работают и живут.

В 2021 году была запущена другая масштабная программа холдинга – «Новый социальный вектор», направленная на улучшение качества жизни сотрудников и членов их семей, а также комплексное развития территорий, где находятся предприятия компании. В рамках этого проекта была реализована интересная художественная идея – волонтеры превратили ограждение Горьковского автомобильного завода в настоящий арт-объект, изобразив на нем историю предприятия в стиле граффити. Запечатлены и модели автомобилей от полуторки до новой «ГАЗели NN», и заводские профессии, и ключевые технологические процессы.

«Нашему заводу нужно придать ярких красок. Так я думал каждый день, когда шел на работу мимо забора вдоль проспекта Ленина, – признается волонтер ГАЗа Дмитрий Казаков. – И однажды предложил своим коллегам превратить это длинное ограждение в своеобразный холст. Очень рад, что идею поддержали все: волонтеры, молодежные и рабочие советы автозавода, а также руководители компании».

## Сделать мир лучше

Желание своих сотрудников сделать мир лучше поддерживают также в «Росатоме». Госкорпорация в 2018 году официально утвердила 5 приоритетных направлений волонтерства.

Цель «Росатома» – вовлечь в волонтерскую деятельность не менее 15% своих сотрудников и жителей территорий присутствия, а

также участие сотрудников в реализации федеральных проектов «Социальная активность», «Социальные лифты для каждого», «Чистая страна». Задача амбициозная, но вполне достижимая. С учетом того, что сейчас в отрасли ежегодно реализуется более 300 волонтерских и социальных проектов.

«Волонтерская и КСО-программа удостоилась крупнейших российских профильных премий. И это, безусловно, повод для гордости», – говорит заместитель генерального директора госкорпорации «Росатом» по персоналу Татьяна Терентьева, приводя в пример проект по популяризации донорства «Пульсация», ставший в 2021 году лауреатом международной премии #МыВместе.

Компания СИБУР начала внедрять корпоративное волонтерство в 2017 году. В программу «Люди, меняющие мир», вовлечено более пяти тысяч сотрудников, которые реализовали свыше 200 проектов в 30 городах.

«Для СИБУРа, в первую очередь, корпоративное волонтерство – это вклад в развитие общества. Наша волонтерская программа является составляющей программы социальных инвестиций СИБУРа «Формула хороших дел». Она, как и вся ФХД, направлена на решение задач стратегии устойчивого развития компании, которая, в свою очередь, увязана с национальными и глобальными задачами в этой сфере», – рассказала руководитель программы корпоративного волонтерства компании Варвара Мелекесцева.

По ее словам, решение о запуске такого инструмента было принято после того, как в компании провели исследование и выяснили, что среди сотрудников велик процент людей, которые занимаются волонтерством в свободное время или, как минимум, участвовали в тех возможностях, которые предлагал работодатель. По словам Мелекесцевой, в компании были случаи, когда молодые сотрудники попадали в СИБУР, благодаря участию в волонтерских проектах. В целом же холдинг рассматривает волонтерство, как серьезную программу развития, которая помогает выявить и вырастить новых лидеров, повышает

лояльность и вовлеченность сотрудников, налаживает горизонтальные связи и на предприятии, и между сотрудниками разных городов.

## Курс на устойчивое развитие

Список крупнейших российских компаний и корпораций, делающих ставку на волонтерство, как ценный инструмент развития собственного персонала, можно продолжать долго. Важно еще и то, что многие уже объединяют усилия. Например, в 2021 году был запущен кросс-корпоративный экомарафон и новогодний марафон добрых дел, в котором участвовало более 15 компаний. В прошлом году также был запущен первый межкорпоративный университет волонтера – в нем приняли участие 15 компаний и более 250 участников, состоялись встречи с волонтерами «Росатома», Металлоинвеста, KFC, МТС, РЖД.

Активное сотрудничество ведется и на другом уровне – в 2018 году Правительство утвердило «План мероприятий по реализации Концепции содействия развитию добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года». Для расширения возможностей участия российских компаний и субъектов МСП в реализации социальных проектов и инициатив, а также для тиражирования успешных практик корпоративного волонтерства при Торгово-промышленной палате РФ был создан Совет по устойчивому развитию бизнеса КСО и волонтерству.

В числе его задач – организация взаимодействия бизнеса с законодательной и исполнительной властью для формирования в России единой госполитики в области устойчивого развития, корпоративной социальной ответственности и развития добровольчества. Представители совета участвуют в экспертизе нормативных актов, касающихся этой тематики, разрабатывают методические рекомендации по развитию корпоративного волонтерства.

Получается, что добрые дела – это уже не удел активистов-одиночек, а важный элемент российской корпоративной культуры и



даже госполитики. Можно, конечно, предположить, что таким образом государство делегирует ряд своих задач частному сектору. Но в нынешних реалиях и это неплохо. Ведь иногда лучший способ помочь в каком-то хорошем начинании – не мешать.

**Ольга Мещерягина** – корреспондент Expert.ru

Коллаж: **Тамара Ларина**

**[Читать на сайте: ЭКСПЕРТ](#)**