

Министерство науки и высшего образования РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
(АНО ВО Университет «МИР»)

Факультет юридический
Кафедра Государственного и муниципального управления и правового
обеспечения государственной службы
Программа высшего образования
Направление подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное
управление»
Профиль «Проектная деятельность в государственном
и муниципальном управлении»

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:
к.ю.н., доцент Березовский Д.В.


(подпись)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ МЕЖСЕКТОРНОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В РАЗВИТИИ КОРПОРАТИВНОГО
ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ)»


Выполнил:
Таран Е.И., гр. ГМУ-42


(подпись)

Научный руководитель:
к.социол.н., доцент Сергеева С.Ю.


(подпись)

Консультант:
старший преподаватель Моргунов В.И.


(подпись)

Самара

2018

Оценка : 

Оглавление

Введение.....	3
1. Корпоративное добровольчество - современный инструмент развития корпоративной социальной ответственности.....	7
1.1. История развития корпоративного добровольчества и благотворительности в России.....	7
1.2. Опыт развития корпоративного добровольчества в зарубежных странах и России	18
2. Особенности развития процессов корпоративного добровольчества в межсекторном взаимодействии в Самарской области.....	30
2.1. Основные сферы развития и деятельности корпоративного добровольчества в Самарской области	30
2.2. Тенденции развития межсекторного взаимодействия в становлении корпоративного добровольчества в Самарской области.....	44
Заключение.....	56
Список использованной литературы.....	59

Введение

Актуальность темы исследования. Социальная востребованность волонтерского движения в России в наше непростое время высока. Корпоративное добровольчество активно развивается как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Современный человек развивается в определенной социально-экономической ситуации, информационном поле, норм морали, нравственности, ценностей, принятых в обществе. Так сложилось, что, свойственные нашему времени, чрезмерная конкурентность и соревновательность, приоритетность личного благополучия, расслоение общества по экономическому статусу создают феномен не востребованности в окружающем человека обществе таких качеств личности как доброта, способность к сопереживанию, способность помогать другим, принятие других как ценности, способность к самопожертвованию во благо окружающих. Каждый человек добр изначально. Необходимо только сделать так, чтобы сам человек понял это. С другой стороны, люди по-прежнему, нуждаются в признании собственной значимости, в дружбе, в любви, в добротворчестве.

Органы публичной власти сами заинтересованы во взаимодействии с неправительственными организациями, которые служат для них каналами прямой и обратной связи с обществом, источниками информации о состоянии дел в той или иной сфере, о назревающих проблемах и о возможных путях улучшения ситуации.

Для органов власти работа с корпоративным добровольчеством, является хорошей практикой, через которые меняются взаимоотношения участников. Создаются партнерские отношения, разрабатываются новые проекты.

Корпоративное добровольчество (волонтерство) является этапом развития корпоративной социальной ответственности. В ряде случаев происходит замещение традиционных программ корпоративной благотворительности мероприятиями с привлечением волонтеров. Полагается, что корпоративное волонтерство несет положительные эффекты не только для прямых благополучателей, но и для коммерческих компаний как рыночных акторов. Также волонтеры выступают

бенефициантами корпоративного добровольчества (волонтерства) и как сотрудники компании, и как независимые граждане. С точки зрения социально-структурной логики развития гражданского общества, корпоративное волонтерство можно трактовать как гражданскую практику коммерческих компаний, благоприятно отражающуюся на росте гражданской активности населения.

Корпоративное добровольчество в России сегодня стремительно развивается как одно из направлений социальной ответственности бизнеса. В основном его реализуют крупные транснациональные корпорации, у которых есть соответствующие ресурсы и технологии. Развитие волонтерского движения, которое сейчас происходит во многих компаниях, лишний раз доказывает, что предприниматели заинтересованы не только в получении прибыли и повышении стоимости своих компаний, но и хотят приносить пользу обществу. Корпоративное добровольчество представляет собой добровольное участие компании в социальных проектах и программах. Как правило, корпоративное добровольчество является частью общей социальной политики компании и неразрывно связано с корпоративной благотворительностью, которая заключается в выделении компанией различных ресурсов для поддержки социально-значимых проектов.

Волонтерская деятельность развивает потенциал, толерантность и взаимопомощь в обществе, имеет большое нравственно - воспитательное значение, но только во взаимодействии с государством, на основе правовой поддержке оно даст ощутимые результаты.

В международной практике нет точного определения корпоративного волонтерства, при этом большинство представителей научного и бизнес-сообщества рассматривают корпоративное волонтерство как систему действий, направленную на поощрение и поддержку деятельности волонтеров на безвозмездной основе. Это обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Цель выпускной квалификационной работы – проанализировать особенности развития процессов корпоративного добровольчества в межсекторном взаимодействии в Самарской области

Для достижения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

1. Раскрыть понятие корпоративное добровольчество, охарактеризовать корпоративное добровольчество как современный инструмент развития корпоративной социальной ответственности бизнеса;

2. Изучить опыт развития корпоративного добровольчества в зарубежных странах и России;

3. Исследовать основные сферы развития и деятельности корпоративного добровольчества в Самарской области

4. Изучить тенденцию развития межсекторного взаимодействия в становлении корпоративного добровольчества в Самарской области

Объектом исследования является корпоративное добровольчество как инструмент развития благотворительности.

Предметом исследования является межсекторное взаимодействие в развитии корпоративного добровольчества.

Методологической основой исследования являются общенаучные методы познания общественных явлений с использованием специальных и частно-научных методов: исторического, системно-структурного анализа, сравнительного правоведения, формально-юридический, структурно-функциональный и другие.

Теоретической основой исследования послужили результаты теоретических и эмпирических исследований российских и иностранных авторов. Среди отечественных авторов необходимо отметить работы Л. А. Кудринской, Н. Г. Бодренковой, Е. Е. Строковой, И. В. Мерсияновой, М. В. Певной, И. В. Самаркиной, А. Е. Шадрина, П. В. Шевченко и др., представляющие экономический, социологический, социально-психологический, правовой подходы к рассмотрению феномена добровольчества. Феномен добровольчества в качестве социального капитала отечественные исследователи Л. А. Кудринская, О. В. Решетников.

Нормативную базу исследования составили: Конституция Российской Федерации, Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях, а также законодательные документы в области деятельности организаций общественного сектора и волонтеров разных стран, информация органов статистики РФ о деятельности некоммерческих организаций,

электронные источники информации.

Практическая значимость заключается в предложениях по развитию межсекторного взаимодействия в становлении корпоративного добровольчества в Самарской области.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка.

Во введении показана актуальность работы, сформулированы цель и задачи научного исследования, определены предмет, объект, теоретические и методологические основы исследования.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты корпоративного добровольчества как современного инструмента развития корпоративной социальной ответственности.

Во второй главе изучены особенности развития процессов корпоративного добровольчества и благотворительности в Самарской области и изучены тенденции развития межсекторного взаимодействия в становлении корпоративного добровольчества в Самарской области.

В заключении сформулированы основные выводы, полученные в ходе выполнения исследования.

1. Корпоративное добровольчество - современный инструмент развития корпоративной социальной ответственности

1.1. История развития корпоративного добровольчества и благотворительности в России

Корпоративное волонтерство является одной из разновидностей социальной ответственности бизнеса и представляет собой добровольное участие сотрудников компаний в различных социальных программах.

Корпоративным может быть любой вид волонтерства в социальной, экологической, образовательной или любой другой сфере. Это может быть помощь детям, инвалидам, пожилым или бездомным людям, помощь животным, участие в экологических программах, благоустройство территорий и так далее [14, с. 137].

Выбор конкретного направления зачастую зависит от сферы деятельности компании и ее политики в области корпоративной социальной ответственности.

Чаще всего усилия сотрудников организаций нацелены на поддержку семьи и детей, защиту окружающей среды, охрану здоровья и пропаганду здорового образа жизни. Многие волонтерские программы реализуются в отдельных населенных пунктах, где сотрудники компаний занимаются уборкой и благоустройством территории, высадкой зеленых насаждений и прочим.

Ключевое отличие корпоративной благотворительности от других видов заключается в том, что речь идет именно о трудовой деятельности добровольцев, материальная помощь людям или организациям со стороны компании или ее сотрудников корпоративным волонтерством не является.

Считается, что корпоративное волонтерство приносит пользу всем участвующим сторонам: нуждающиеся получают помощь, добровольцы - опыт и удовлетворение от проделанной работы, а компании развивают корпоративную культуру и повышают узнаваемость и репутацию бренда.

Корпоративное добровольчество - это программа, дающая возможность сотрудникам инвестировать свои рабочие часы, свои интеллектуальные возможности или финансовые средства в социально-значимые проекты. Активно

развивается практика «pro bono» - оказание профессиональной помощи благотворительным и общественным организациям, а также частным лицам, которые не могут подобную помощь оплатить.

Корпоративное добровольчество следует отличать от благотворительности. В соответствии с Федеральным законом от 5 февраля 2018 г. N 15-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам добровольчества (волонтерства)», под добровольческой (волонтерской) деятельностью понимается добровольная деятельности в форме безвозмездного выполнения работ и (или) оказания услуг в целях, указанных в пункте 1 ст. 2 Федерального закона [7].

Благотворительность как часть корпоративной социальной ответственности подразумевает, в первую очередь, финансовую и другую материальную помощь нуждающимся; волонтерство - это особая форма человеческой деятельности, основанная на бескорыстных мотивах. Волонтерское движение в большей степени предполагает поддержку социальных проектов с помощью людей, работающих в данной организации.

Спектр трактовок понятия корпоративного волонтерства достаточно широк. Так, например, целый ряд специалистов и организаций склоняются в пользу его русскоязычного синонима «корпоративное добровольчество» и сознательно не используют в повседневных практиках понятие «корпоративное волонтерство» [22, С. 36-42].

Однако, на наш взгляд, обе формулировки идентичны друг другу и могут применяться абсолютно равнозначно в качестве синонимов. Итак, давая определение термину «корпоративное добровольчество» важно остановиться на следующих его толкованиях, распространенных в современной научной литературе:

1. Корпоративное добровольчество – это привлечение коллектива организации к различным благотворительным мероприятиям, организатором которых выступает как сама компания, так и сторонние организации;

2. Корпоративное добровольчество – это добровольное участие сотрудников в различных социальных проектах, реализуемых в рамках компании;

3. Корпоративное добровольчество – это партисипация коллектива в добровольной работе своей компании, которая организуется и проводится при ее непосредственной поддержке в формате различных социальных программ;

4. Корпоративное добровольчество – это любые формы поддержки и поощрения компанией участия своих работников, а также членов их семей в жизни местного сообщества (или в социальных программах большего масштаба) в качестве добровольцев по оказанию безвозмездных социальных, юридических, образовательных, медицинских и иного рода услуг [47, с. 114].

Цели корпоративного добровольчества понимаются достаточно широко. По отношению к деятельности компании можно выделить адаптивные (экономические, утилитарные, прагматические, корыстные) и интегративные (корпоративные) цели волонтерского движения (см. рис. 1).



Рисунок 1 - Цели корпоративного добровольчества

Экономические цели корпоративного добровольчества позволяют компании адаптироваться к внешней среде - в обществе и государстве. Проекты корпоративной социальной ответственности (КСО) позволяют поддерживать репутацию компании как ответственного производителя и работодателя, участвовать в жизни местного сообщества. Участие в реализации социальных проектов позволяет организации расширить социальные связи, приобрести значимых социальных партнеров. Так, например, юридические проекты pro bono

повышают конкурентоспособность компании, способствуют привлечению новых клиентов и укреплению связей с уже существующими, работают на повышение доверия клиентов к фирме.

По данным американских исследователей, наличие действующей программы *pro bono* является важным фактором для привлечения молодых юристов, когда они рассматривают различные компании при выборе места работы. Критики концепции КСО и корпоративного добровольчества отмечают лишь прочное экономическое обоснование подобных программ, поскольку корпорации получают многочисленные преимущества от своей социальной деятельности в долгосрочной перспективе. Тем не менее, экономические, утилитарные цели корпоративного волонтерства не являются единственными.

Вторую группу целей принято называть интегративными: волонтерское движение позволяет укрепить корпоративную культуру в компании, повысить внутреннюю лояльность сотрудников, развить в них дух социальной ответственности, укрепить командообразующие связи. При этом интегрирующие внутриорганизационные процессы и отношения способствуют внешней адаптации компании [17, с. 193].

Корпоративное добровольчество становится неотъемлемой частью организационных процессов. В отличие от большинства исследователей, определяющих организацию как общность людей, объединенных единой целью, А.Н. Занковский подчеркивает противоречивый характер сути организации. Организация понимается им как противоречивый процесс взаимодействия людей, обладающих различными, а порой и противоположными целями, интересами, потребностями и взглядами. При таком подходе организационная власть через ряд соответствующих механизмов формирует единое видение, обеспечивает согласование основных организационных целей сотрудников и топ-менеджмента компании [21, с. 106].

История человечества не помнит такого общества, которому были бы чужды идеи добровольной и бескорыстной помощи. Добровольчество как идея социального служения почти столько же древняя, как и понятие «социум». В обществе всегда

находились люди, для которых способом самореализации, самосовершенствования, связи и общения с другими людьми был труд на благо того сообщества, в котором этому человеку довелось родиться и жить

Попробуем проследить историю возникновения этой деятельности в России и за рубежом.

Одним из важнейших факторов становления демократического правового государства, является развитие гражданского общества, основу которого составляет сознательное добровольное участие граждан в общественной жизни страны.

Системное развитие и поддержка добровольчества – признанный во всем мире способ объединения усилий и ресурсов общества и государства в решении общих социальных задач. По данным ООН на 2015 год, в Англии добровольной помощью занимаются 43% молодежи, в Германии - 39%, а во Франции - 35% . Волонтерство достигло высокого уровня развития. А в России всего лишь около 12% молодежи занимаются добровольчеством. Волонтерская деятельность не пользуется такой же популярностью, как на западе. Но ведь волонтерство – это фундамент гражданского общества. Оно изменяет жизнь к лучшему, устремляет человечество к достижению мира, свободы, безопасности и справедливости.

Волонтер (с фран.) – доброволец, желающий. Первые волонтеры появились в XVII - XVIII веках в Англии, во Франции и в других европейских странах. Это были люди, добровольно идущие на военную службу, потому что в то время воинской повинности как такой не существовало и при необходимости надобности на службу шли добровольцы. И только в 20 столетии понятие «волонтер» стало отражать истинную сущность [15, С. 56-61].

Волонтерами стали называть людей, добровольно занимающихся безвозмездной общественной деятельностью. В России «добровольцы - это граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда в интересах благополучателя, в том числе в интересах благотворительной организации». Это понятие закрепил Федеральный закон от 7 июля 1995 года «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Так появилось понятие доброволец (волонтер) [4].

Ряд российских исследователей в рамках культурологических, педагогических, социологических исследований применяли разные подходы к построению периодизации истории добровольчества в России.

Одним из подходов является подход, выделенный Л.А. Кудринской, которая одновременно фокусирует исследовательский взгляд на генезисе добровольческого труда с выделением его особенностей и генезисе гражданского общества. Согласно ее мнению, говорить о возникновении в России добровольчества и добровольческого труда возможно лишь с XIX в. [24, С. 20-24].

С учетом политического и экономического контекста исторического развития России, она выделяет четыре ключевых этапа, существенных именно для российского добровольчества. В качестве ключевых критериев для их определения будем рассматривать включенность добровольчества в общественную жизнь россиян, изменение характеристик добровольчества как элемента социальной системы, соответствующего экономическому и политическому состоянию развития российского общества в разные периоды.

Первый этап длится с XVI до середины XIX в. В большей мере он является этапом формирования предпосылок к возникновению добровольчества в России. Результатом этого этапа можно считать развитие церковно-приходского добровольчества. Так называемая «организованная благотворительность» развивалась с 1551 года при монастырях и церковных приходах под государственным присмотром [32, С. 6-8].

Второй этап охватывает вторую половину XIX в. и длится до 1917 года XX века, являясь этапом зарождения добровольческой деятельности, когда в России начинают проявляться различные формы гражданской активности разных групп населения. Л.А. Кудринская связывает это, прежде всего с земской реформой, запустившей в период индустриализации России процессы формирования гражданского общества. Данный этап характеризуется целым рядом социально-экономических условий, послуживших толчком к развитию в России добровольческой деятельности светского характера. К ним можно отнести активизацию частной благотворительности купечества и предпринимателей,

социальную активность русской интеллигенции, распространение деятельности общественных организаций и благотворительных фондов [24, С. 20-24].

Третий этап развития добровольчества, как этап советской общественной деятельности, берет свое начало с Великой Октябрьской революции и длится до 90-х гг. XX в. Понятия «общественной благотворительности» и «добровольчества», популярные в царской России, в своем первоначальном смысле исчезают. Однако в этот период «добровольцами» считаются те, кто самостоятельно принял решение идти на Великую Отечественную войну, либо работал на крупных коллективных стройках и целине, так как добровольность коллективного труда в Советском Союзе поддерживалась идеологически и во многом носила практически обязательный характер (по заданию коммунистической партии).

Четвертый этап – этап становления и развития добровольчества в демократических условиях. Начинается с конца XX в. и длится до настоящего времени. Благодаря серьезным политическим изменениям 90-х гг. XX в. для процессов глобализации и глобальных международных явлений открываются границы современной России. В большом количестве в стране начинают работу международные общественные организации, международные и национальные благотворительные фонды, волонтерские центры и добровольческие движения. С начала XXI в. сделан ряд неоднозначных попыток сформулировать национальную идеологию российского волонтерства, отраженную в ряде официальных документов в виде концепций и нормативно-правовых актов [15, С. 56-61].

В целом заинтересованность российского общества в добровольческой деятельности начала набирать обороты с начала 90-х гг. XX столетия, благодаря созданию и активным практикам НКО, работающих в самых различных сферах жизни социума (здравоохранение, культура, образование, помощь нуждающимся пожилым людям, спорт, помощь инвалидам и детям, а также другим категориям незащищённых слоёв населения). Постепенно оформляется системный подход к поддержке волонтерства в России. Мощным толчком для развития добровольческих практик в нашей стране стали первые демократические преобразования в начале 90-х гг. прошлого столетия, следствием которых стали в том числе и новые формы

самоорганизации граждан, так называемого некоммерческого «третьего» сектора [31, с. 187].

Говоря о России, очень сложно назвать точную дату появления корпоративного волонтерства. Однако большинство экспертов отмечают, что его мощное развитие наметилось в середине 2000-х гг., точнее после кризиса 2008 г.

По мнению О.В. Решетникова, большинство местных сообществ в нашей стране образованы вокруг градообразующих предприятий, как следствие, это влияет на уровень ответственности таких компаний перед их представителями. Повышенные социальные обязательства перед членами местных сообществ со стороны предприятий формируют заботливое отношение к окружающей среде (строительство, ремонт и поддержка социальной инфраструктуры) и, что нередко происходит, формируют на локальном уровне социально-культурный климат, влияют на духовные и социальные потребности [39, с. 124].

По оценке Н. Каминарской (исполнительный секретарь Форума доноров, 2011 г.), развитие корпоративного волонтерства в нашей стране в последние годы во многом опередило частную и институциональную благотворительность. Компании на сегодняшний момент уже накопили разнообразный опыт в содействии решению различных социальных вопросов, диапазон которых – от опеки детей-сирот и поддержки науки, до помощи незащищенным слоям населения и комплексного развития территорий.

Немаловажным фактом в пользу развития корпоративного добровольчества выступает и то, что одним из приоритетов Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. является развитие механизмов взаимодействия государства, населения, бизнеса и структур гражданского общества. Как следствие, с этим связано формирование новых направлений социального партнерства между государством и коммерческим сектором экономики, которые предусматривают совместную реализацию проектов по развитию человеческого капитала.

Еще в 2011 г. А. Шадрин (заместитель директора Департамента стратегического управления (программ) и бюджетирования Министерства

экономического развития Российской Федерации) обращал внимание на то, что российский бизнес готов «вкладываться» не только в социальные программы, ориентированные на собственных сотрудников, но и в общее улучшение социальной среды и повышение качества жизни местного сообщества в тех городах и регионах, в которых развивается предприятие.

Для крупных и средних предприятий участие в формировании благоприятной социальной среды оказывается все более важным как с точки зрения привлечения новых кадров, так и в целях повышения удовлетворенности уже работающих сотрудников. По мнению А. Шадрина, это положительно сказывается на снижении рисков долгосрочного развития компаний и росте их капитализации.

С 2011 г. проводился Московский международный форум «Корпоративное волонтерство: бизнес и общество». Организаторы и участники его обсуждали на площадках форума с представителями крупного и среднего бизнеса вопросы развития корпоративной благотворительности, интересуясь мнением последних о возможных способах привлечения сотрудников к участию в благотворительных акциях и мероприятиях, а также о взаимодействии государства, бизнеса и НКО.

В конце 2011 – начале 2012 г. Центром развития филантропии «Сопричастность» в рамках гранта Института общественного проектирования было проведено исследование корпоративного волонтерства в России. Анализ результатов показал, что корпоративное волонтерство в неструктурированной форме существует в России уже на протяжении 10 лет, но только в последние годы оно стало носить более формализованный характер. В нашей стране оно в основном представлено как элемент корпоративной социальной стратегии с целью укрепления корпоративной культуры организации. Директор Центра И. Краснопольская указывает на значительные трудности, которые встречаются в организации практики вовлечения сотрудников в добровольческую деятельность, связанные с недостатком навыков общения с целевой аудиторией волонтерских проектов (дети-сироты, люди с инвалидностью) [22, С. 36-42].

В 2014 г. был создан Национальный совет по корпоративному волонтерству в

составе более 200 российских компаний. Сфера интересов участников Совета достаточно разнообразна: от экологических проблем и организации мероприятий, посвященных данной проблематике, до проведения конкурсов на лучший волонтерский проект «Чемпионы добрых дел».

В 2015 г. с сентября по декабрь в Москве прошел VII Московский гражданский форум, участники которого высказали предложение объединить российские крупные корпорации для обучения волонтерской деятельности посредством создания обучающих программ. Управляющий директор фонда «Общественное мнение» Е. Петренко отмечает, что на сегодняшний день каждое четвертое предприятие Москвы занимается корпоративной благотворительностью. В 2015 г. более 60% сотрудников различных московских компаний проявило желание стать волонтерами. Основным мотивом подобного участия, по мнению Е. Петренко, является ощущение удовлетворенности, которое приносит подобная работа.

На сегодняшний день одной из важных задач менеджеров компаний стало изучение мнения сотрудников организации о добровольческой деятельности и их интересах в этой области. С этой целью по инициативе руководства в компаниях стали проводить регулярные исследования и анкетные опросы. Главная же задача на сегодня большинства успешных бизнес-структур – обучить сотрудников (из числа желающих) корпоративному волонтерству, а также создать партнерские отношения с государством и НКО. По мнению представителей бизнеса, проведение подобных форумов важно и нужно, так как они привлекают к участию профильную аудиторию, что немаловажно для обмена накопленным опытом в сфере добровольческой деятельности.

За последние годы корпоративное волонтерство приобретает более системные и организованные формы. Ряд исследователей связывают это преимущественно с общим развитием корпоративной социальной ответственности компании. Не менее важной причиной является стремление укрепить корпоративную культуру в компании, обеспечить внутреннюю лояльность сотрудников, развить командный дух. Также развитие корпоративного волонтерства

обусловлено стремлением максимально раскрыть возможности сотрудников, их лидерские качества, дать возможность для самореализации не только в профессиональном поле. Отечественные компании (как крупные, так и средние), а также представительства зарубежных корпораций, функционирующих на территории нашей страны, уже накопили достаточный практический опыт в области продвижения идей корпоративного добровольчества в России. Ярким примером внедрения корпоративного волонтерства является компания «Трансаэро», где волонтерские программы рассматриваются в качестве инвестиций в персонал, то есть в профессиональный и личностный рост сотрудников. Волонтерские проекты «Трансаэро» можно разделить на несколько направлений.

1. Реабилитация детей-инвалидов. Это часть глобальной программы «Трансаэро» по поддержке и развитию детского здравоохранения (организация перевозки детей на лечение, транспортировка лекарственных препаратов, содействие повышению квалификации врачей, а также проведение реабилитационных проектов);

2. Социальная адаптация детей в трудных жизненных ситуациях.

Данное направление предполагает систематическое проведение мероприятий, нацеленных на социализацию детей в трудных жизненных ситуациях и поддержку программы индивидуального наставничества воспитанников детских домов и школ-интернатов [11, с. 167];

3. Pro-bono волонтерство. В рамках данного направления осуществляется консультирование некоммерческих организаций, а также оказание профессиональной помощи НКО и благополучателям;

4. Донорские акции. Корпоративные дни донора в авиакомпании проводятся ежеквартально, каждый раз объединяя около 100 сотрудников, желающих безвозмездно сдать кровь;

5. Сбор частных пожертвований. Данная инициатива реализуется на постоянной основе. В каждом офисе «Трансаэро» установлены специальные боксы для пожертвований. Собранные средства передаются партнерским благотворительным фондам.

б. «Клуб волонтеров» – серия образовательных мероприятий для сотрудников-волонтеров [11, с. 167].

Таким образом, корпоративное добровольчество играет огромную роль в развитии бизнес организации. Наличие в организации волонтерских программ позволяет продемонстрировать как обществу, так и своим сотрудникам пример духовного лидерства, служения и реализации своего предназначения. Сотрудники становятся более лояльными, прикладывают больше усилий для эффективной профессиональной деятельности.

Корпоративное добровольчество, способствует решению многих кадровых вопросов: программы поддержки добровольчества на предприятии не только помогают открыть доступ к новым источникам рабочей силы, снизить текучесть и сократить затраты на обучение, но и повышает мотивацию и продуктивность труда сотрудников, что напрямую влияет на повышение уровня продаж, рост прибыли и укрепление лояльности клиентов. Многие компании уже активно интегрируют формы корпоративного добровольчества в свою HR-политику: используют добровольческую активность как альтернативу обучению персонала, включают волонтерство в стратегии управления персоналом, соответствующих стандарту Investors in People, стажируют выпускников на предприятии, предоставляют выходные для добровольчества и поддерживают волонтерские инициативы своих сотрудников.

1.2. Опыт развития корпоративного добровольчества в зарубежных странах и России

Корпоративное добровольчество традиционно является частью внешней корпоративной социальной ответственности бизнеса во всем мире. Однако в России до недавнего времени оказание помощи социально-незащищенным группам осуществлялось преимущественно, в виде материальных пожертвований бизнеса. Это важная и нужная работа, но корпоративное волонтерство является более адресным и эффективным способом решения значимых проблем общества.

В современных противоречивых и сложных условиях развития мирового сообщества наблюдается тенденция активной практики формирования и функционирования волонтерских организаций, деятельность которых направлена на вовлечение населения в социально полезную общественную деятельность.

На международном уровне и в России осознается тот факт, что волонтерская деятельность, основанная на идеалах добра, способна внести свой вклад в процесс формирования здорового образа жизни, воспитание подростков и молодежи как ответственных членов общества, укрепления доверия и сотрудничества между всеми сферами жизнедеятельности общества [19, С. 236-241].

На международной арене существует несколько нормативных документов, которые способствуют активизации волонтерства. Своими истоками нормативно-правовое закрепление волонтерства восходит к Всеобщей декларации человека, принятой ООН в 1948 году, которая закрепляет право человека на ответственность человека перед обществом.

14 сентября 1990 г. в Париже на XI Всемирной Конференции Международной Ассоциации добровольческих усилий была принята Всеобщая декларация волонтеров, в которой обозначены смысл и цели, основные принципы движения.

В 2001 году была принята Всеобщая декларация добровольчества. Наиболее важным в содержании данной декларации является положение о том, что все люди в мире имеют право добровольно посвящать свое время, талант, энергию другим людям, не рассчитывая на денежное вознаграждение.

В том числе данная Декларация прописывает роль правительства, СМИ, бизнес и общественных структур в развитии волонтерского, добровольческого движения.

Декларация уравнивает права человека любой возрастной категории на добровольное служение обществу, независимо от культурных и этнических особенностей, а также от материального положения.

Опыт стран, где добровольчество официально признано и поддерживается государством, свидетельствует, что наиболее важной является проблема вовлечения

населения в общественно полезную социальную активность и она решается через создание специализированных ресурсных организаций, работающих по территориальному принципу, называемых добровольческими центрами.

Добровольческими центрами, являются те организации, которые способствуют развитию добровольчества и создают эффективные пути для осуществления добровольческой деятельности. Целью добровольческого центра является развитие, поддержка и продвижение добровольчества на той территории, где он действует. Основная функция - способствовать любым организациям, независимо от организационных форм, в привлечении дополнительных общественных ресурсов для их деятельности, направленной на решение общезначимых социальных задач.

Миссией добровольческого центра состоит в том, чтобы более эффективно вовлекать больше добровольцев в общественно полезную деятельность для участия в решении социально значимых проблем общества [12, с. 181].

Благотворную роль в развитии идей социального служения в странах Европы оказали миротворческие организации, направленные на установление добрососедских отношений как между представителями социальных слоёв внутри одной страны, так и между жителями разных рас, национальностей и стран. По мнению историков, первый крупный проект, связанный с волонтерством в современном понимании этого слова, был осуществлен в 1920 году во Франции, под Страсбургом. В 1960-х годах стали появляться добровольческие программы, устанавливающие добрососедские контакты между жителями стран Западной и Восточной Европы. А пару десятилетий спустя широкое распространение получили проекты по защите окружающей среды. Самой известной организацией экологической направленности, объединившей 14500 добровольцев по всему миру, является «Гринпис», цель которой - защита окружающей среды, экологическое просвещение и пропаганда экологичного образа жизни [26].

Рассмотрим некоторые особенности развития корпоративного волонтерства в развитых странах (на примере США, Японии, Великобритании, Германии) (рис. 2).

Экономические механизмы корпоративного добровольчества можно

классифицировать:

1. По способу формирования пенсионного капитала;
2. В зависимости от вида страхования [30, с. 164].



Рисунок 2 – Корпоративное добровольчество в зарубежных странах

Таким образом, рисунок 2 показывает, что в развитых странах Запада добровольческая деятельность является повседневной социальной практикой. Труд добровольцев неоднократно получает высокую оценку в силу своего мощного ресурсного потенциала, в результате чего тема добровольчества неоднократно рассматривалась Генеральной Ассамблеей ООН. В то же время дальнейшее развитие добровольчества как такового и в том числе корпоративного, по мнению исследователей, зависит во многом от того, насколько социально активными будут жители тех государств.

Приведем несколько примеров программ корпоративного добровольчества за рубежом.

Программы социальной активности IBM сфокусированы на образовании - обеспечение равного и всеобщего доступа к цифровым технологиям. В рамках этого направления созданы Технологические школы, где с помощью сотрудников IBM-волонтеров школьники знакомятся с новыми перспективными технологиями,

проводят научные эксперименты он-лайн, получают возможность заглянуть в мир будущих профессий; по завершении Школы, компания продолжает работать со школами, принявшими участие в программе, через программу наставничества детей и учителей IBM Mentor Place; с 2006 года Технологические школы работают и в Москве. Также оказывается помощь некоммерческому сектору - создание и поддержка мировой сети World Community Grid (глобального сообщества пользователей, которые предоставляют неиспользуемое время своих компьютеров для реализации исследовательских инициатив - борьба со СПИДом и онкологическими заболеваниями, моделирование и прогнозирование природных явлений и др.).

Корпоративное волонтерство реализуется в рамках стратегии On Demand Community. В помощь добровольцам разработана система ODC, в которой представлены более чем презентации, руководства для проведения экспериментов, брошюры, видеоматериалы. На ODC Интранет-сайте освещается опыт и история общественных программ IBM, представлены лучшие практики корпоративного волонтерства по всему миру, программы обучения добровольчеству, система учета отработанных часов, система поощрения. On Demand Community делает акцент на поддержке волонтерской деятельности своих пенсионеров - в 2007 году был зарегистрирован стотысячный участник волонтерского движения IBM для пенсионеров.

Кроме того, в 2007 году разработана новая стратегия IBM Global Citizen's Portfolio, целью которой является признание ценности знаний и профессиональных навыков своих сотрудников и использование их для разработки новой кадровой политики корпорации.

В России добровольческой деятельностью занимаются в основном молодежь, это школьники, студенты высших и средне профессиональных учебных заведений. Как правило, учеба и добровольчество успешно сочетаются, поэтому у добровольцев нет времени вести асоциальный образ жизни, нет времени на употребление алкоголя и наркотиков и т.п. Через участие в добровольческой деятельности в молодежной среде формируются установки на активную жизненную

позицию, духовно нравственные ценности, базирующиеся на сочетании общественных и личных интересов.

Корпоративное добровольчество в России развивается как в мегаполисах, так и в регионах. Добровольческими организациями систематически проводятся акции по пропаганде здорового образа жизни, оказывается посильная адресная помощь одиноким пожилым людям, проводятся профилактические мероприятия социально значимых заболеваний, культурно-развлекательные мероприятия. Организуется правовая и социальная помощь, направленная на детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, помощь людям с ограниченными возможностями, также усилиями волонтеров проводится сбор денежных средств нуждающимся, вещей первой необходимости погорельцам и многое другое [20].

2018 год объявлен президентом России В.В. Путиным Годом добровольца и волонтера. Об этом В.В. Путин торжественно сообщил на церемонии награждения «Доброволец России» 6 декабря 2017 года. Таким образом, 2018 год призван популяризировать благотворительность, повысить престиж работы добровольцев во всех сферах, повысить гражданскую активность всех россиян. В частности, будет повышена доступность системы вступления в добровольные отряды различной направленности посредством создания базы «Добровольцы России».

Министр образования и науки Российской Федерации О.Ю. Васильева подчеркнула, что волонтерское движение обладает большим потенциалом. - Волонтерскому движению сегодня необходимо формировать социально-значимый заказ на массовую подготовку лидеров-волонтеров, которые смогут привлечь в добровольчество креативных и мыслящих людей. Для этого нужно продолжать воспитывать соответствующее отношение к волонтерской деятельности, открывать образовательные центры подготовки волонтеров, разрабатывать и применять грамотную информационную политику, – считает Министр.

Корпоративное добровольчество – важный инструмент поддержания социальной активности компании и формирования устойчивых отношений с государством и местными сообществами. Опыт передовых компаний убедительно доказывает, что корпоративное добровольчество является важным инструментом

как для значимых социальных изменений, так и для построения корпоративных коммуникаций. Сегодня программы корпоративного добровольчества, которые грамотно и хорошо организованы, открывают перед организацией один из самых успешных и рентабельных векторов развития бизнеса [32, С. 6-8].

Корпоративное добровольчество в России обладает своими отличительными особенностями, которые определяются совокупностью внешних и внутренних факторов, включая исторические и культурные традиции социума, социально-экономические, политические условия развития, а также влиянием международных тенденций и распространением лучших практик организации.

Опыт ведущих как зарубежных, так и отечественных компаний подтверждает, что корпоративное добровольчество – это один из двигателей значимых социальных изменений, а также важный элемент выстраивания корпоративных коммуникаций в организации. Существует множество мнений и разногласий относительно роли корпоративного добровольчества в стратегии компании. Менеджеры крупных российских предприятий воспринимают корпоративное добровольчество как неотъемлемую часть деятельности организации и важный компонент корпоративной социальной ответственности.

Российское законодательство в области поддержки добровольческого движения развивается с 1995 года, когда был принят закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» [4].

Законом дается определение понятие «благотворительной деятельности», которое включает в себя имущественные отношения, сферы услуг и организации работ, понятие «добровольцы», в котором определяющим является – безвозмездный труд.

В 1995 году принимается Федеральный закон «Об общественных объединениях», которое предоставляет право граждан на создание общественных объединений, дается законодательное определение «общественного объединения» и устанавливается их перечень. В законе прописаны в том числе и порядок создания, организации деятельности и ликвидации общественных объединений, а также принципы членства в них и возможные цели деятельности [5].

Также в 1995 году принимается Федеральный закон «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений». В законе прописано равенство организаций на поддержку государства, перечень этих организаций, прописано признание приоритетными направлениями развитие гуманистических и патриотических направлений в жизнедеятельности общества [6].

В 2009 году была принята Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации. Концепция определяет мотивы деятельности волонтеров, области, в которых волонтерская деятельность, может быть, осуществляться, и экономические показатели страны, определяя в связи с этим добровольчество как «социальную деятельность, позволяющую дополнить бюджетные источники для решения социальных проблем внебюджетными средствами».

В России стремительно увеличивается число волонтеров. Только за последний год их стало больше на 27%. Более миллиона человек пополнили ряды добровольцев. В начале 2016 года в регионах России свою работу осуществляли 4168228 добровольцев, а к 2017 году их количество достигло 5283778 человек.

Росстат фиксирует, что на волонтерскую работу россияне в среднем тратят около девяти часов в месяц. Большинство помогают детям, старикам, инвалидам. Волонтеры также занимаются уборкой мусора и озеленением в своих населённых пунктах, сбором средств на благотворительность, оказывают бесплатную медицинскую или юридическую помощь, помогают животным.

По данным Федерального агентства по делам молодежи, самыми многочисленными общественными организациями России являются «Волонтеры Победы» и «Волонтеры-медики».

Кроме этого, увеличилось число общественных организаций, координирующих деятельность добровольцев. Более чем в половине российских университетов сегодня имеются волонтерские центры. В каждой второй школе страны работает волонтерский отряд.

Анализируя причины возникновения корпоративного добровольчества в отечественных компаниях, можно утверждать, что первой и наиболее важной из них

является укрепление тенденции развития корпоративной социальной ответственности организации. Не менее значимая причина связана с желанием развивать корпоративную культуру в компании, повысить внутреннюю лояльность коллектива организации, укрепить в сотрудниках идею социальной ответственности, стабилизировать командообразующие связи. Наряду с этим инициатива развития корпоративного добровольчества со стороны руководящего корпуса продиктована желанием максимально раскрыть потенциал коллектива, лидерские качества сотрудников, дать возможность для самореализации не только профессиональных, но и личностных компетенций. Еще одной из значимых причин развития корпоративного добровольчества является стремление сотрудников реализовывать волонтерские мероприятия внутри и под эгидой компании.

Отечественные эксперты называют следующие причины распространения корпоративного добровольчества в российских компаниях: выход организации на новый уровень развития; личная инициатива руководителей верхнего звена; наличие разнообразных программ корпоративной социальной ответственности, популяризация волонтерского движения и вовлечение в практику добровольческой деятельности сотрудников компании.

Так, по мнению И. Екушевского, бизнесмена и руководителя «Клуба волонтеров», в России желание заниматься добровольчеством скорее всего продиктовано данью общим современным тенденциям. Немаловажную роль здесь играет и конкуренция, при которой победителем оказывается тот, кто выступает инициатором эффективных социальных инициатив.

Имея весомый ресурс в виде сотрудников, компания, в случае ее заинтересованности социальной проблематикой, может с легкостью вовлечь коллектив в добровольческие практики. И. Екушевский отмечает тенденции, характерные для большинства российских компаний в формировании собственного пула активных сотрудников – участников добровольческой деятельности и их привлечении в собственные волонтерские проекты и программы. Реализация волонтерских программ, направленных на раскрытие добровольческого потенциала сотрудников, – ключевое направление деятельности российских компаний в области

устойчивого развития.

Сотрудники компании могут принимать участие в профориентационных мероприятиях для воспитанников интернатов и детских домов; участвовать в сборе пожертвований для благополучателей; участвовать в днях донора, организуемых в офисах компании; принимать участие в экологических акциях и др.

Чаще всего программы нацелены на поддержку семьи и детей, защиту окружающей среды, поддержку здоровья и пропаганду здорового образа жизни. Наиболее распространенными формами корпоративного волонтерства в российских компаниях является адресная помощь нуждающимся (в том числе физическая) и сбор средств для помощи людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию. В российских офисах международных корпораций, помимо этого, распространены грантовые программы, организация обучения и т. п., которые в отечественных компаниях используются крайне редко.

Основными благополучателями программ корпоративного волонтерства являются конкретные нуждающиеся и муниципальные и государственные учреждения (детские дома и дома престарелых, больницы и другие). Многие волонтерские программы касаются отдельных населенных пунктов, в которых сотрудники компаний занимаются уборкой и благоустройством территории, высадкой зеленых насаждений и т. п.
[34, с. С. 110–119]

Британский благотворительный фонд CAF вот уже пять лет исследуют развитие мировой частной благотворительности. Как показало исследование, в России увеличилось число людей, занимающихся благотворительностью, стало на миллион больше волонтеров, чем в 2013 году. Но, несмотря на рост этого показателя, в общемировом рейтинге Россия заняла 126 место, тем самым опустившись на три позиции ниже. Это объясняется тем, что другие страны в вопросах, связанных с волонтерством развиваются гораздо быстрее.

Мария Черток, директор CAF в России, отмечает: «Приятно видеть, что показатели России по волонтерству и помощи нуждающимся растут. Это значит, что больше россиян готовы помочь и оказать поддержку окружающим. Мы по-

прежнему занимаем низкие позиции в Мировом рейтинге благотворительности, но для большинства наших граждан благотворительность – достаточно новое явление, и нам уже удалось добиться неплохих результатов. Рост показателей свидетельствует о положительных изменениях, которые со временем позволят некоммерческому сектору в России укрепиться и получить широкую общественную поддержку». В исследовании приняло участие 135 стран. Место страны в рейтинге считалось по трем показателям: участие граждан в благотворительности в качестве волонтеров; оказание помощи нуждающимся незнакомым людям денежные пожертвования в благотворительные организации. По сравнению с прошлым годом, первые два показателя выросли на 1% , а вот третий показатель – денежные пожертвования остался без изменения (6%). К сожалению, ситуация меняется не существенно. Стоит, конечно, учитывать, что изменения в 1% – это порядка 1 млн. человек. Но радикального «скачка» за все годы существования исследования так и не произошло.

Таким образом, корпоративное добровольчество берет начало в зарубежных странах, где данная деятельность стало нормой для жизни, а в России - находится на уровне развития. Волонтер - это человек, который готов на ежедневные полезные поступки на благо людей, общества, на любую посильную помощь на безвозмездной основе.

Программы корпоративного добровольчества за рубежом развиваются практически всеми ведущими компаниями.

В России добровольческая активность пока что характерна для отделений крупных международных корпораций, и многие российские компании даже не знают, что это такое. Тем не менее, свой опыт внедрения технологий корпоративного добровольчества в практику есть уже и у российского бизнеса, и опыт этот постоянно обогащается. Поэтому, несмотря на определенные трудности, сегодня в России намечаются положительные тенденции развития корпоративного добровольчества.

В целом перспективы развития корпоративного добровольчества среди российских компаний положительные. Обладая значительным потенциалом,

корпоративное добровольчество в России развивается, опираясь на лучшие практики передовых международных транснациональных компаний.

Сегодня все больше людей принимают участие в волонтерской деятельности. В России начинается новая волна развития добровольческого движения. Кроме того, на сегодняшний день в России существует большое количество волонтерских организаций и профильных центров, способных обучить добровольцев и подготовить их к выполнению различных задач.

Также в стране проводится немало мероприятий, посвященных добровольческой деятельности компаний. Одним из наиболее крупных является ежегодный московский международный форум «Корпоративное волонтерство: бизнес и общество», который проходит в конце года и собирает сотни участников из различных регионов России и мира.

2. Особенности развития процессов корпоративного добровольчества в межсекторном взаимодействии в Самарской области

2.1. Основные сферы развития и деятельности корпоративного добровольчества в Самарской области

Корпоративное добровольчество актуально для современной России, особенно во время финансово-экономического кризиса, когда многие бизнес - структуры сократили денежные пожертвования на благотворительность. Оно имеет значительный потенциал в объединении людей для совместного решения социальных вопросов, и не в последнюю очередь, за счет бесплатного участия в проектах сотрудников одной компании.

В России корпоративное добровольчество, если расценивать уровень его распространения по пятибалльной шкале, находится ближе к единице. Это не значит, что Россия начинает с чистого листа, и что в России нет ни опыта, ни успешных практик.

Все это есть: лидеры и замечательный опыт ряда компаний. Просто в масштабах нашей страны корпоративное добровольчество может дать гораздо больше. Последние два года показали, что корпоративное добровольчество в России активно развивается. Создан Национальный совет по корпоративному добровольчеству (НСКВ). Это общественная организация, включающая более 25 компаний.

Корпоративные добровольческие программы - это крупные компании, благотворительность - это средние и мелкие. Есть два типа компаний, которые занимаются социальным корпоративным волонтерством. Это «дочки» западных компаний - Citigroup, Amway, DHL, Deloitte, Deutsche bank, Boing, BBDO, KPMG, Kraft foods и другие. Фактически в каждой «дочке» эти процессы являются нормой и лежат в области ответственности менеджеров по корпоративной социальной ответственности (КСО) и управлению персоналом.

Второй блок больших компаний - это российские компании, взявшие в качестве стандарта западные технологии управления и вместе с этим скопировавшие

реализацию корпоративной социальной ответственности и волонтерства. Можно назвать «Росбанк», «Уралсиб», МДМ, «Северсталь», «Трансаэро», МТС, «Вымпелком», «Юникредит Банк». Например, сотрудники компании Amway в рамках одной из очень известных акций мыли помещения федерального центра гематологии и иммунологии. Государство построило больничные корпуса, площадь которых десятки тысяч квадратных метров, но чтобы завезти туда оборудование и начать лечить детей, нужно было все это отмыть от строительной пыли. Сотрудники Amway наряду с другими волонтерами все это сделали. Все очень просто и логично - Amway не только производит и продает чистящие, моющие средства, но и помогает в своей области онкобольным детям. Известна акция компании Henkel, когда ее сотрудники посадили вместе с детьми из больницы НПЦ медицинской помощи детям в Солнцево «Аллею Henkel». Компания IBM реализовала программу профориентации для детей из детских домов и школ-интернатов (в основном подростков). Сотрудники знакомили подростков со своей деятельностью, показывали дата-центр, серверные, как устроен обмен информацией.

Третий очень большой блок волонтерства - юридическая помощь и сопровождение НКО. Эта программа реализуется компаниями большой четверки - PricewaterhouseCoopers, KPMG, Deloitte и Ernst&Young - крупнейшие юридические аудиторские мировые конторы, у которых в России есть дочерние компании. Сотрудники бесплатно предоставляют свои услуги НКО.

Приведем ряд наиболее успешных показательных примеров из отечественной практики культуры корпоративного добровольчества.

Компания РУСАЛ основной формой социальной вовлеченности выбрала наставническую деятельность по развитию и поддержке добровольческих инициатив жителей регионов присутствия и поднятию статуса добровольцев в обществе. В каждом городе при Центре социальных программ сформирован актив волонтеров, в основном из студентов вузов, учащихся колледжей и лицеев.

Для участников добровольческого движения регулярно проводятся тренинги по работе в команде, лидерству, коммуникационным навыкам. Волонтерские отряды помогают организовать деятельность Детских комитетов текущего учебного года.

Волонтеры компании вместе с подростками из Детских комитетов разрабатывают и реализуют проекты. В рамках программы «Шагни за горизонт» реализуются проекты, направленные на вовлечение молодежи в добровольческую деятельность. В Иркутске в рамках проекта «Сделай шаг - стань добровольцем» проходят семинары по популяризации идей добровольчества среди молодежи города, в результате молодые люди сами организовали и провели несколько социальных акций. В Николаеве при поддержке волонтеров РУСАЛа и местных некоммерческих организаций будущие социальные работники организовали на базе Центральной библиотеки информационный центр для «детей улицы», пенсионеров и инвалидов, рассказали, как работать на компьютере и научили пользоваться офисной техникой.

Компания РУСАЛ стала одним из пионеров в поддержке экологии со стороны бизнеса. Разработанная ей программа «Зеленый дозор» охватывает просветительскую деятельность и вовлечение населения в решение проблем малой экологии, организацию форумов, акций, фестивалей, выставок (в том числе и фото) по экологической тематике, экологические экспедиции и поисковые работы природоохранной направленности знаний и опыта работы по охране окружающей среды, организацию общественно-полезной добровольческой деятельности с детьми и подростками в сфере экологии и защиты окружающей среды [23].

УРАЛСИБ - финансовая корпорация, занимается благотворительностью и добровольческими инициативами. Благотворительную деятельность компаний, входящих в состав Финансовой Корпорации УРАЛСИБ, курирует Корпоративный благотворительный фонд (КБФ) ФК «УРАЛСИБ». Он был зарегистрирован в апреле 2006 года, а первые проекты стартовали ещё раньше - в ноябре 2005 года. Ежегодно Попечительский совет фонда, который возглавляет Председатель Совета директоров ФК «УРАЛСИБ», определяет стратегию и миссию, утверждает программы и объём финансирования на год, который распределяется по семи Региональным дирекциям ФК. Затем Региональные дирекции предлагают проекты в соответствии с утвержденными программами и представляют их на рассмотрение КБФ [23].

Проекты рассматриваются, согласуются и реализуются в течение года. Важно отметить, что во всех проектах сильна волонтерская составляющая: КБФ

«УРАЛСИБ» никогда не ограничивается предоставлением финансирования, а зачастую проекты реализуются и без его финансового участия. Новаторство этих проектов заключается в добровольческой деятельности сотрудников, посещающих детские учреждения с общеобразовательными и познавательными лекциями, в проведении систематических (раз в квартал) экскурсий детей в филиалы Корпорации, в ходе которых дети знакомятся с основами банковского дела и участвуют в развивающих конкурсах, организованных силами добровольцев. Проекты содержат филантропическую составляющую, поскольку ФК «УРАЛСИБ» вкладывает не только значительные средства, но и время, интеллектуальные ресурсы в долгосрочные отношения с учебными заведениями для достижения конкретных измеримых результатов в обозримом будущем.

Одной из отличительных особенностей КБФ «УРАЛСИБ» является то, что он работает самостоятельно, не привлекая операторов, а развивая корпоративную волонтерскую деятельность. Корпорация считает необходимым шире использовать собственную филиальную и информационную сеть федерального масштаба, для вовлечения мощнейшего человеческого потенциала в благотворительную деятельность и претворения в жизнь инновационных добровольческих (волонтерских) проектов. Это нестандартный подход к вопросу благотворительности как таковому, к социальным проектам и привлечению добровольцев к благотворительной деятельности.

ФК «УРАЛСИБ» стремится постоянно расширять волонтерскую сеть, вовлекая не только сотрудников, но и членов их семей. Большинство проектов инициировано именно добровольцами. Во всех без исключения мероприятиях фонда участвуют сотрудники. На разных этапах они могут предлагать (и часто предлагают) очень интересные идеи, участвуют непосредственно в сборе материалов, в свое свободное время общаются с подопечными фонда.

Корпоративное волонтерство является одним из стратегических направлений Корпоративного благотворительного фонда Финансовой Корпорации «УРАЛСИБ», основное направление деятельности которого - помощь детям, попавшим в трудные жизненные ситуации. Например, в 2007–2008 гг. в рамках ключевой

благотворительной программы «УРАЛСИБ» - за здоровое поколение» совместно с Детским фондом «Виктория» было реализовано более 500 проектов на всей территории России. Проект «УРАЛСИБ» дает надежду: образование, работа, жилье» направлен на комплексную долговременную помощь детям-сиротам в получении профессионального образования, дальнейшем трудоустройстве и получении жилья. Этот проект уникален, аналогов в России не имеет.

Проект «УРАЛСИБ - за равные возможности» направлен на создание возможностей и дополнительных стимулов у детей-инвалидов к получению высшего образования и престижных профессий. Проект реализуется совместно с Челябинским Государственным Университетом и Российским Государственным Гуманитарным Университетом. Оба проекта предполагают финансирование дополнительных образовательных услуг для детей-сирот и детей-инвалидов, систему именных стипендий, закупку специализированного оборудования для обучения детей-инвалидов.

Новаторство проектов - в волонтерской деятельности сотрудников, посещающих детские учреждения с общеобразовательными и познавательными лекциями и экскурсиями детей в филиалы Банка УРАЛСИБ. Более 2000 сотрудников УРАЛСИБа ежегодно участвуют в благотворительных декадах: к Новому году, Дню защиты детей, Дню знаний. Сотрудники не только сами подключаются к волонтерским программам, но и привлекают членов своих семей, оказывают посильную помощь конкретным детям и семьям, приобретают на свои личные средства подарки для нуждающихся детей.

В недавнем времени одной из волонтерских практик была программа «ТРАНСАЭРО» - программа «Страна Трансаэро», как одна из успешных моделей взаимодействия бизнеса и государства открыла новые возможности для детей, перенесших онкологические заболевания. По доброй традиции пилоты, бортпроводники и сотрудники наземных служб «ТРАНСАЭРО» проводили встречи с ребятами и их родителями в реабилитационном лагере, расположенном в Калужской области. «ТРАНСАЭРО» на протяжении нескольких лет участвовало в организации этого лагеря в рамках своей социальной программы «Назад в будущее»

[23].

«Путешествие в Страну Трансаэро» - акции, постоянно проводились сотрудниками авиакомпании, для детей, проходивших реабилитацию после длительного онкологического лечения, а также для детей-сирот. В мероприятиях самое активное участие принимали не только сами волонтеры «ТРАНСАЭРО», но и члены их семей.

В настоящее время новое руководство компании «ТРАНСАЭРО» предполагает продолжать традиции волонтерства и добровольчества, начатые ранее. Авиакомпания «ТРАНСАЭРО» несколько лет реализовывало комплексную программу содействия детям, страдающим онкологическими заболеваниями. В рамках проекта «Назад в будущее» осуществлялись перевозки детей на лечение и реабилитацию. Было перевезено более 600 маленьких пациентов. АБС Холдингс - объединение российских и зарубежных предпринимателей в разных областях промышленности. Все программы вовлеченности холдинга в общественные дела администрирует собственный фонд «АБС Славянский», деятельность которого распространяется на все регионы присутствия.

Через «АБС Славянский» Фонд АБС Холдингс участвует в программе ЮНЕСКО по поддержке слепых детей «Каждому слепому ребенку книжки в подарок», оказывает помощь в восстановлении храмов и монастырей в России и Сербии, поддерживает детские больницы, приюты и многодетные семьи в Чувашии (Россия). Помощь детским учреждениям носит постоянный и адресный характер. Сотрудники АБС Холдингс частые гости в детских домах, интернатах и школах, участвуют в сборах денежных средств и подарков для детей из подшефных детских домов и школ. Поскольку сегодня бюджеты сокращаются, Фонд старается разрабатывать акции, которые не требуют финансовых затрат, а больше вовлекают работников в социальную адаптацию детей из детских домов. Например, проект «Мир на ладошке», в рамках которого сотрудники компании приходят к детям подшефных детских домов и просто рассказывают о своих путешествиях во время от- пусков или командировок, пользуется большой популярностью как среди детей, так и среди персонала [23].

Благотворительную деятельность, направленную на помощь детям, АО «Земельная Агропромышленная Корпорация» ведет совместно с Детским Фондом «Виктория» на основании Соглашения о стратегическом партнерстве, с широким вовлечением добровольцев. С 2009 года Корпорацией ЗНАК совместно с Детским фондом «Виктория» было реализовано несколько программ и акций с участием добровольцев: Комплексная поддержка Малоярославецкого детского дома.

В рамках акции по комплексной поддержке Малоярославецкого детского дома на обращение Генерального директора Корпорации откликнулось 192 сотрудника Корпорации и ее дочерних обществ, которые собрали и перечислили на счет фонда 684 тыс. рублей. На эти деньги в детском доме были проведены работы по полной замене остекления и удовлетворению некоторых других насущных потребностей детей (закуплены и переданы в дар сантехническое оборудование, настенные часы, зеркала, чайные сервизы). Добровольцы Корпорации, доноры вместе с представителями Детского фонда «Виктория» совершили поездку в детский дом и лично ознакомились с результатами акции. Дети подготовили для гостей небольшой концерт, а после концерта состоялись веселые эстафеты, в которых приняли участие дети вместе с добровольцами. Визит завершился дружеским чаепитием. В результате акции были улучшены бытовые условия, проживающих в детском доме детей (32 человека) и работающих с ними педагогов (26).

Акция «МОЙДОДЫР» - обеспечение социально-реабилитационных центров для несовершеннолетних чистящими и моющими средствами и средствами личной гигиены. В рамках акции «Мойдодыр» на средства, выделенные руководством Корпорации ЗНАК, силами добровольцев из числа сотрудников были закуплены и доставлены в детские учреждения средства личной гигиены, чистящие и моющие средства, обеспечивающие полугодовую потребность детей, находящихся в трех социально-реабилитационных центрах: ГОУ «Социальный приют для детей и подростков «Гнездышко» (г. Озеры), ГОУ МО «Волоколамский социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних» и ГОУ МО «Рошальский социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних».

Сотрудники Детского фонда «Виктория» организовали и провели в этих детских учреждениях интерактивные игры, направленные на освоение детьми правил личной гигиены. В ходе веселой игры по мотивам всем известной книги К.И. Чуковского дети выполняли творческие задания, чтобы по кусочкам собрать «ключ» к сундучку с подарками, подготовленными сотрудниками Корпорации ЗНАК. В ходе акции были выявлены и по инициативе добровольцев удовлетворены многие другие потребности детей и работающих с ними педагогов: закуплены и доставлены одежда, купальные принадлежности, книги, развивающие игры, наборы для художественного творчества. В результате акции были существенно улучшены условия проживания более 100 детей и условия работы персонала детских учреждений, а дети в игровой форме получили важные для жизни навыки.

Корпорация «ПАЛИСАД» - социально-ориентированная и активно развивающаяся компания. В системной добровольческой деятельности «Палисад» видит ресурс, способный раскрыть потенциал сотрудников, «привить» бизнесу социальную направленность. Почему ресурс? Потому что в результате организации системной добровольческой деятельности у сотрудников компании появляется возможность делиться. Делиться своими профессиональными знаниями, навыками, вниманием, хорошим настроением и радостью с теми, кто в этом нуждается. В результате выигрывают обе стороны: и благополучатели, и сотрудники, открывающие новые грани своих талантов, получающие удовольствие от участия в добровольческих проектах. Сотрудниками «Палисад» было реализовано несколько добровольческих проектов: Совместно с детьми-сиротами проведена высадка растений на территории детских домов № 8 и № 37 в Москве, передан посадочный материал в несколько детских домов Краснодарского края. Организация добровольческой деятельности в «Палисаде», проведение акций по совместной высадке растений с детьми-сиротами, обучение детей технологиям ухода за растениями способствует реализации миссии Корпорации: «Мы привносим красоту природы в жизнь Человека. Формируя экологически чистое пространство, мы создаем комфортную и гармоничную среду для отдыха, работы и творчества людей» [23].

В результате акции, которую назвали «Новогодний рейд», с помощью сотрудников «Палисад» и коллег из компаний-партнеров было собрано более сотни подарков для детей из общества многодетных семей. Акция вызвала самый живой отклик у сотрудников «Палисад» - кабинет отдела персонала уже через пару дней оказался буквально завален игрушками. Коллектив «Палисад» с большим удовольствием откликается на предложения присоединиться к добровольческим проектам. В общей сложности в них приняло участие более четверти сотрудников. На сегодняшний день проекты по добровольческой деятельности носят «разовый» характер, и сейчас основная задача - наладить системную, постоянную работу. В планах компании - сформировать интерес к добровольческой деятельности у большинства сотрудников, инициировать активность с их стороны, сформировать условия для участия в добровольческих акциях.

В Самарской области корпоративным добровольчеством занимаются десятки коммерческих организаций, среди них ПАО «Сбербанк России», ПАО «ВТБ», ООО «Русфинанс Банк», ООО «Газпром трансгаз Самара», ООО «Самарские коммунальные системы». И в настоящее время они имеют возможность поделиться собственным опытом проведения благотворительных проектов, практиками участия в корпоративном добровольчестве на заседаниях клуба корпоративных добровольцев. Создателем такого клуба стал благотворительный фонд «Хорошие истории», который является посредником между корпоративными добровольцами и благополучателями.

ПАО «Сбербанк России» приветствует участие сотрудников в реализации различных социальных проектов и рост волонтерского движения в компании. ПАО «Сбербанк России» считает важным развивать осознанное отношение сотрудников к благотворительности, вовлекать их в реализацию важных социальных проектов, востребованных обществом, и превращать в активных агентов изменения социальной среды.

Участие в волонтерских проектах формирует канал для выхода созидательной энергии и развивает у сотрудников эмпатию, навыки

наставничества, кросс-функционального взаимодействия, более глубокое понимание командной культуры в рамках совместной проектной деятельности. В 2016 году волонтерское движение Сбербанка охватило более чем 1 тыс. различных инициатив. Чаще всего волонтеры привлекаются к проведению крупных внутрикорпоративных мероприятий – дней открытых дверей, поздравления ветеранов, акции «Зеленый марафон». Так, в «Зеленом марафоне – 2016» приняли участие более 1 тыс. волонтеров. Еще около 500 человек добровольно прошли сертификацию, чтобы участвовать в программах по финансовой грамотности. В развитии волонтерских инициатив Сбербанк стремится перейти от оказания преимущественно материальной помощи к помощи, открывающей возможности. Это касается, в первую очередь, проектов, связанных с поддержкой детских домов и школ-интернатов.



Рисунок 3 - Основные направления волонтерских инициатив в ПАО «Сбербанк России», количество

Сбербанк с 2012 года является организатором национального забега «Зеленый марафон», направленного на популяризацию здорового образа жизни и заботы об окружающей среде. Ежегодно участниками и гостями праздника по всей России становятся более 90 тыс. человек, включая сотрудников Сбербанка. За пять лет существования забег установил российский рекорд, поскольку одновременно проходит в наибольшем количестве городов страны и даже носит неофициальное

название «марафона городов». Так, в 2016 году в мероприятии приняли участие уже 47 городов. Марафонцы могли также воспользоваться услугами Программы Сбербанка «Здоровье»: в точке «Эффективное сердце» всем гостям и участникам «Зеленого марафона» было предложено пройти тест на состояние кардиосистемы и узнать о восстановлении организма после физических нагрузок, а общее состояние здоровья можно было проверить в точке экспресс-диагностики. На всех точках «здоровья» участникам давали свои рекомендации спортивные врачи из Олимпийского комитета России. Наряду с забегом, в рамках «Зеленого марафона» проходят социальные акции: субботники, помощь детским домам совместно с НКО. Всего за время организации марафона в нем приняли участие 137,2 тыс. человек, состоялись 42 социальные акции.

ПАО «ВТБ» в Самарской области стал одним из лауреатов премиум-конференции «Предприниматель года-2013», организованной Самарским бизнес-инкубатором при поддержке благотворительного фонда «Самарская губерния». Банк наградили за лучшую практику в области корпоративного добровольчества.

Волонтерский марафон ВТБ и «Ассоциации Десница» «По десятке!» признали лучшей практикой в области корпоративного добровольчества.

Ежегодно Сотрудники ОАО Парфюмерно-косметическая компания «Весна» проводят благотворительные ярмарки. Все собранные средства направляются на покупку подарков ветеранам войны и спортивное оборудование для воспитанников интерната. Например, в 2015 году была проведена ярмарка, в рамках корпоративного проекта «Кто, если не мы!» Сделав пожертвование на сумму от 50 рублей, участники ярмарки получали «благодары», с которыми могли посетить различные творческие площадки, приобрести сувениры, выиграть лоты от финансовой дирекции, поиграть в народные игры и принять участие в фотосессии.

Пожертвования принимались по двум направлениям. 12070 рублей были собраны на покупку подарков для ветеранов Великой отечественной войны, проживающих в отдаленных поселениях Самарской области; 16410 рублей - на покупку спортивного оборудования для интерната № 71.

Идея родилась на заседании неравнодушных людей. Ярмарку организовали

на средства сотрудников. Готовились в очень короткие сроки. Всем очень понравилась подобная акция, и мы планируем сделать ее доброй традицией.

В регионе необходима площадка для эффективного обсуждения опыта организации благотворительных акций, волонтерских проектов, - Представители социально активного бизнеса должны разговаривать друг с другом. Только так можно повысить эффективность проектов и привлечь внимание общества к острым социальным проблемам.

Движение волонтеров «Газпром нефти» уже насчитывает более 7500 человек в 38 городах России, и количество участников в нем продолжает увеличиваться. В добровольческую деятельность сотрудники вовлекают и членов своих семей или формируют отряды для оказания финансовой и нематериальной помощи нуждающимся и социальным учреждениям, участвуют во всероссийских акциях, экологических мероприятиях, образовательных проектах, спортивных состязаниях, присоединяются к крупным инициативам компании, реализуемых в регионах ее присутствия. Проекты сотрудников реализуются как в рамках ключевых направлений программы «Родные города», так и на основе инициатив, которые предлагают сами волонтеры. Именно работники предприятий стоят в авангарде развития корпоративного волонтерства, формируют запрос на системное развитие движения, их личная инициатива лежит в основе всех социальных проектов такого рода. Эту тенденцию усиливает переход компании от спонтанной добровольческой практики к реализации масштабной программы корпоративного волонтерства, влияющей на культуру организации и ее кадровую политику.

Так, в июле 2015 г. для расширения инструментов развития корпоративного волонтерского движения «Газпром нефть» провела первый корпоративный конкурс волонтерских проектов, идея которого родилась в конце 2014 г. Его задачи – выявление лучших идей и оказание административной, информационной и экспертной помощи сотрудникам во время воплощения задуманного. Конкурс проводится по пяти приоритетным направлениям программы социальных инвестиций «Родные города» – «Города для людей», «Новые горизонты», «Месторождения побед», «Культурный код» и «Сохраняя традиции».

Постоянным объектом внимания добровольцев компании являются воспитанники детских домов и учреждений интернатного типа. Так, в рамках направления «Сохраняя традиции» в Челябинской области в сентябре 2015 г. 23 волонтера «Газпромнефть-Урала» провели турнир для воспитанников детских домов г. Троицка, Пласта и Южноуральска по лапте и городкам «Русские забавы». Целевая аудитория проекта: 40 воспитанников детских домов. Цель проекта, разработанного волонтерами компании, – популяризация русских народных игр и традиций, а также содействие в социализации детей и пропаганда здорового образа жизни среди воспитанников детских домов. На площадке центрального спортивного стадиона Южноуральска волонтеры Челябинских отделений «Газпром нефти» провели спортивное мероприятие, во время которого рассказали детям о традиционных русских народных забавах и организовали для них соревнования по метанию метел, прыжкам в мешках, вышибалам. Также ребята играли в традиционные русские народные игры – лапту и городки. Завершился спортивный день вручением призов и спортивного инвентаря, приобретенного сотрудниками компании.

ЗАО «Алкоа СМЗ» является активным участником корпоративных волонтерских экологических программ Alcoa «10 миллионов деревьев» и «Месяц Служения Обществу», направленных на вовлечение сотрудников компании в деятельность по защите окружающей среды.

Более 1,8 тысячи сотрудников Алкоа Россия также приняли участие в глобальной волонтерской программе Фонда Алкоа «Зеленые недели».

Волонтеры Алкоа в Самаре, Белой Калитве (Ростовская обл.) и Москве посвятили более 5000 часов своего времени на улучшение экологической ситуации в сообществах. В этой работе вместе с волонтерами Алкоа принимали участие члены их семей, партнерские организации, учащиеся школ, жители сообществ.

«Зеленые недели» были инициированы Фондом Алкоа в 2011 году, и с тех пор, предприятия Алкоа по всему миру проводят их ежегодно в период с 21 апреля по 21 июня. Это время приурочено к всемирным экологическим праздникам, таким как: День земли (Earth Day), Всемирный день охраны окружающей среды (World

Environment Day), Весенний праздник древонасаждения (Arbor Day). Программа делает акцент на приоритетах Алкоа в области сохранения природных ресурсов - сокращение экологического следа, вторичная переработка и возобновление ресурсов, а также ставит целью дальнейшее развитие экологического волонтерства сотрудников Алкоа.

В своей производственной деятельности Алкоа придает важнейшее значение снижению уровня воздействия на окружающую среду. Компания поставила перед собой амбициозные задачи в этой области и наши экологические проекты в сообществе являются частью большой работы. Для нас принципиально важно, что они позволяют вовлечь в нее максимальное количество наших сотрудников. Все мы стремимся к тому, чтобы место, в котором мы живем, было экологически благополучным, а воздух, которым мы дышим – чистым. Участие в Зеленых неделях дает нам практическую возможность внести свой личный вклад в то, чтобы это стало реальностью».

Волонтеры ЗАО «Алкоа СМЗ» вместе с учениками подшефных школ посадили более 15000 берез на территории Красноярского лесничества в рамках проекта Фонда Алкоа по восстановлению лесов Самарской области. Проект реализован в партнерстве с Учебным Центром экологии и безопасности жизнедеятельности.

Сотрудники Алкоа принимают участие в экологических акциях в Детской Школе Искусств №16, Центре Детского Творчества (Кировский район), на территории Дома Ребенка «Малютка» (пос. Мехзавод), школы-интерната №113, детского сада «Подсолнушек».

В рамках проекта Фонда Алкоа по озеленению «Деревья в городе» в Кировском районе г. Самары посажено 195 деревьев. Проект реализован Учебным Центром экологии и безопасности жизнедеятельности.

Таким образом, корпоративное волонтерство уже стало распространенной практикой, применяемой в большинстве крупных компаний. Спектр форм добровольческой активности очень широк, но тренд на сегодняшний день очевиден: все больше сотрудников российских предприятий принимают участие в

общественной жизни.

Обладая значительным потенциалом, корпоративное волонтерство в России развивается, опираясь на лучшие практики передовых международных транснациональных компаний.

Российские компании взяли курс на разработку корпоративной концепции волонтерской программы, отражающей базовые принципы деятельности компании в определенной сфере деятельности. Обобщая практику волонтерских программ, можно выделить следующие направления: развитие, поддержка и профессиональная ориентация воспитанников школ-интернатов и детских домов; поддержка малоимущих семей и людей пожилого возраста; донорство крови, помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях; участие в экологических волонтерских инициативах и др.

2.2. Тенденции развития межсекторного взаимодействия в становлении корпоративного добровольчества в Самарской области

Корпоративное добровольчество - важный инструмент поддержания социальной активности компании и формирования устойчивых отношений с государством и местными сообществами. Опыт передовых компаний убедительно доказывает, что корпоративное добровольчество является важным инструментом как для значимых социальных изменений, так и для построения корпоративных коммуникаций. Сегодня программы корпоративного добровольчества, которые грамотно и хорошо организованы, открывают перед организацией один из самых успешных и рентабельных векторов развития бизнеса.

Корпоративное добровольчество в России обладает своими отличительными особенностями, которые определяются совокупностью внешних и внутренних факторов, включая исторические и культурные традиции социума, социально-экономические, политические условия развития, а также влиянием международных тенденций и распространением лучших практик организации.

С институциональной позиции корпоративное добровольчество включено в

процессы межсекторного взаимодействия. Несмотря на доминирующую представленность волонтерского участия в развитии некоммерческого сектора, добровольчество в разных своих видах может быть реализовано и реализуется в организациях и структурах государственного и коммерческого секторов.

Рассмотрим модели партнерств бизнеса и НКО в рамках корпоративной добровольческой деятельности:

1. Партнерство компании с корпоративным благотворительным фондом;

Крупные компании, которые занимаются благотворительностью и добровольчеством на системной основе создают благотворительные организации и действуют в дальнейшем через них.

Они имеют хороший потенциал для включения в корпоративное добровольчество сотрудников региональных подразделений и вовлечение в добровольческие мероприятия бизнес-партнеров компании. Центр управления программами, как правило, находится в НКО, но контроль за деятельностью НКО - в компании. В рамках сотрудничества, компания и НКО реализуют собственную программу развития корпоративного добровольчества, устанавливают долгосрочные отношения с органами власти и местными сообществами [36].

Примеры партнерств: ФК «Уралсиб» и БФ «Виктория», «Северсталь» и БФ «Дорога к дому», ИГ «Атон» и БФ «Берега».

2. Партнерство компании с НКО в рамках реализации проекта, мероприятия, акции.

Это наиболее часто встречающаяся модель и самая многочисленная группа партнерств. Она отличается многообразием видов и форм сотрудничества. В большинстве случаев инициаторами проектов является НКО. Но инициатива партнерства принадлежит компаниям. Компании выбирают НКО, руководствуясь собственными критериям отбора. Очень часто компании реализуют добровольческие проекты по разным направлениям с разными НКО-партнерами и это не вызывает конкуренции и не снижает эффективности мероприятий.

Примеры: Авиакомпания «Трансаэро» и АНО «Дети», МРСК Северо-Запада и Региональное общественное движение «Петербургские родители»; КППМГ и

Региональная благотворительная общественная организация «Центр лечебной педагогики»; Группа компаний «Смайл» и Благотворительный фонд «Окно в Надежду», АНО «Ассоциация синдрома Ретта»; Амвэй (Amway) и «Клаудвочер» («Cloudwatcher») и другие.

3. Партнерство компании с НКО в целях поддержки местных сообществ. (НКО могут быть разными);

Выделение таких партнерств в отдельную модель конечно условно, поскольку большинство компаний нацелено на социальный эффект в местных сообществах. Но все же есть примеры, когда добровольческие проекты направлены главным образом на решение проблем в местном сообществе.

Примеры: Ford Motor Company, Национальный банк Австралии (NAB), Русал, Леруа Мерлен, ГК «Новард», ЗАО «Декор».

4. Партнерство компаний и НКО в рамках зонтичных программ и акций [36];

Часто добровольцы компании присоединяются к действующим программам и акциям НКО. Такой формат наиболее приемлем для компаний, включающихся в добровольческую деятельность или в тех случаях, когда одно направление корпоративного добровольчества требует специализированного партнера, например донорство крови.

Но часто и крупные, и транснациональные корпорации включаются в зонтичные программы. Например, Корпорация Intel в сотрудничестве с Ассоциацией ветеранов, инвалидов и пенсионеров участвует в реализации Национальной социальной программы «Бабушка и дедушка онлайн». А компании LG и Procter & Gamble вместе с Координационным советом по организации, развитию и пропаганде добровольного донорства крови и Центр крови ФМБА России развивают добровольное донорство крови среди сотрудников.

Партнерство компаний и НКО в рамках программ объединений работодателей, предпринимателей.

6. Партнерство компаний и НКО в чрезвычайных ситуациях и ликвидации их последствий [36];

Стихийные бедствия и чрезвычайные ситуации, необходимость поддержки пострадавших граждан часто становятся импульсом для добровольческих инициатив компаний. НКО всегда обладают большей мобильностью в организации помощи по сравнению с компаниями. Но ресурсы сосредоточены в компаниях: одежда, продукты питания и просто физическая помощь от сотрудников компании могут быть востребованными, но выявить нуждающихся в помощи, организовать ее доставку, распределение, согласовать действия с органами власти, МЧС - лучше всего могут НКО.

Примеры:

– Авиакомпания «Трансаэро» предоставляла 5 бесплатных мест на каждом авиарейсе до Благовещенска для волонтеров, которые участвовали в помощи пострадавшим от наводнений на Дальнем Востоке;

– Приморская региональная общественная организация «Семейный очаг» на базе «Детской деревни» сбор помощи пострадавшим от наводнения на Дальнем Востоке с помощью компаний Приморского края и Москвы;

– Центр развития добровольчества Пермской области организовал сбор одежды, вещей, школьных принадлежностей для пострадавших от наводнения на Дальнем Востоке. В сборе вещей приняли участие компании – члены «Деловой России», доставку груза на железнодорожную станцию бесплатно обеспечили местные транспортные компании.

Отечественные эксперты называют следующие причины распространения корпоративного волонтерства в российских компаниях: выход организации на новый уровень развития; личная инициатива руководителей верхнего звена; наличие разнообразных программ корпоративной социальной ответственности, популяризация волонтерского движения и вовлечение в практику добровольческой деятельности сотрудников компании.

Трудности и проблемы развития корпоративного добровольчества в РФ:

1. Трудно вовлекать и удерживать сотрудников в корпоративное добровольчество. Это общая проблема. Однако: Корпорации не умеют вовлекать в корпоративное добровольчество тех сотрудников, которые самостоятельно

участвуют в практиках помогающего поведения вне компании. Для компании корпоративное добровольчество – инвестиция в лояльность сотрудников, они не готовы говорить о системе поощрений. Мотивация волонтеров часто строится как «оппозиция» корпоративной культуре, и собственные внутрикорпоративные исследования этого не ловят;

2. Декларируется связь КСО и корпоративного добровольчества, но неочевиден баланс между интересами компании, сотрудников, НКО и благополучателей. Корпоративное добровольчество – составная часть КСО. Однако во многом представление о корпоративном добровольчестве однобокое, оно понимается как HR-практика или востребовано как имиджевый ход. Корпоративные задачи подчиняют себе организацию корпоративного добровольчества в плане выбора направления и форм участия, времени и количества участников по сравнению с социальными и личностными эффектами корпоративного добровольчества [38];

3. Описываются недоказанные положительные эффекты корпоративного добровольчества. В публикациях декларируется широкий спектр положительных эффектов для компании, сотрудников и местного сообщества. При этом отсутствует доказательная база подобных эффектов. Теоретические и эмпирические исследования сотрудников для проверки гипотез о положительных эффектах корпоративного добровольчества практически отсутствуют или реализуются с существенными ограничениями методологии и выборки;

4. Отсутствуют проработанные образовательные стандарты в программах корпоративного добровольчества. Отсутствуют или недостаточно проработаны методические рекомендации по организации, учету и стандартам корпоративного добровольчества. Актуальна задача не только роста вовлеченности сотрудников и повышения эффективности, но и создания внутренней экспертизы и профессионального сообщества КВ. Также это необходимо для вывода разговора о корпоративном добровольчестве за пределы рекламного или корпоративного поля/жанра и повышения качества дискуссии о корпоративном добровольчестве [38];

5. Слабая кооперация и привлечение операторов НКО. Тенденция привлечения НКО к разработке программ и мероприятий корпоративного волонтерства наиболее заметна в материалах последних нескольких лет. На практике, однако, поиск квалифицированного партнера среди НКО затруднен. Сотрудники НКО редко привлекаются к разработке и управлению программами. В свою очередь НКО не сильно заинтересованы в мероприятиях корпоративного добровольчества, и у них есть свои пожелания и претензии к сложившимся практикам корпоративного добровольчества, которые игнорируются в корпорациях;

Для этого мной был проведен социологический опрос «Корпоративное добровольчество (волонтерство) в Самарской области: оценка состояния и рекомендации по развитию».

В результате опроса были рассмотрены вопросы:

1. Социально-демографический портрет волонтеров;
2. Семейное положение корпоративных волонтеров;
3. Уровень образование сотрудников-волонтеров;
4. Должностные позиции корпоративных волонтеров;
5. Семейный доход за последний месяц;
6. Субъективная оценка семейного дохода.
7. Мотивы участия в мероприятиях корпоративного добровольчества (волонтерства);
8. Причины неучастия в волонтерстве;
9. Организационные проблемы и трудности;

Таким образом, портрет «типичного» волонтера следующий:

- 65 из 100 волонтеров – женщины;
- 90 из 100 – в возрасте до 50 лет;
- 90 из 100 имеют хотя бы одно высшее образование;
- 80 из 100 имеют семейный доход до 100 тыс. руб. в месяц;
- 70 из 100 оценивают свой доход как средний;
- 50 из 100 имеют семью и минимум одного ребенка.

Если суммировать результаты относительно причин неучастия или недовольства корпоративного добровольчества (волонтерства), которые проявились как в опросе, так и в фокус-группах, можно наметить два обобщающих вывода:

– корпоративное добровольчество (волонтерство) в текущем виде не всегда соответствует ожиданиям и интересам сотрудников – для них кажется трудным или невозможным начать заниматься корпоративным добровольчеством (волонтерством), самим проявить инициативу, предложить идею акции, проекта и реализовать ее с помощью компании. Безусловно, здесь играют роль не только объективные сложности, но также субъективные барьеры, неготовность людей участвовать в волонтерстве.

– текущий уровень поддержки и поощрений (нематериальных, моральных) со стороны компании и руководства кажется волонтерам недостаточным, чтобы привлечь большее число сотрудников к участию в корпоративном добровольчестве (волонтерстве).

Они ожидают большей вовлеченности руководства и более явного признания их заслуг со стороны компании.

Таким образом, возможными факторами развития мероприятий корпоративного добровольчества (волонтерства) и вовлечения в них новых сотрудников могут стать устранение или минимизация обозначенных барьеров. Кроме того, участниками фокус-групп отдельно назывались следующие меры, которые способствовали бы популяризации корпоративного добровольчества и вовлечению сотрудников:

– необходимо снять барьер негативного восприятия корпоративной волонтерской деятельности со стороны руководства (там, где он имеет место);

– следует вовлекать в мероприятия корпоративного добровольчества сотрудников уровня руководителей;

– для поддержки текущих участников корпоративного добровольчества и повышения их лояльности мероприятиям корпоративного добровольчества – обеспечить признание в компании в виде грамот и других бонусов. Эта мера

значима для увеличения символического капитала (уважения, признания) и для развития соревновательного духа среди волонтеров;

- сторителлинг – рассказы об осуществляемой волонтерами деятельности;
- подробное описание цели деятельности и благополучателей;
- заранее объявленная продолжительность мероприятия корпоративного добровольчества (волонтерства), оценка затрачиваемого времени;
- мероприятия корпоративного добровольчества не должны насаждаться извне, сверху;
- мероприятия корпоративного добровольчества не должны быть сложными конкурсными соревнованиями, так как это может отбить у потенциальных участников желание ими заниматься;
- соревновательность не должна быть основной чертой мероприятий корпоративного добровольчества. Компания должна признавать и демонстрировать значимость вклада каждого участника;

Для развития программ корпоративного добровольчества должны быть устранены указанные барьеры, а также сняты барьеры негативного восприятия со стороны сотрудников компаний. Для вовлечения новых участников возможно привлекать в программы корпоративного добровольчества руководителей, подробно и понятно рассказывать об осуществляемой деятельности, не навязывать мероприятия со стороны руководства и не устраивать из них сложных конкурсов, развивающих не дух соревновательности, а атмосферу неуместной в волонтерстве конкуренции.

На наш взгляд, целевыми группами этих рекомендаций являются не только сами волонтеры, но также руководители и координаторы волонтерских программ в компаниях: важными задачами представляются поддержка их деятельности по развитию добровольчества, повышение их компетентности и анализ опыта их кропотливой и сложной работы.

1. Один из наиболее важных трендов в развитии корпоративного добровольчества состоит в том, что идет процесс накопления знаний, умений,

формирование активного ядра волонтеров, а главное - начинают складываться формы передачи опыта и наиболее успешных моделей организации корпоративного добровольчества [38].

Эту тенденцию нужно не просто поддержать - ее необходимо прорабатывать как организационно, так и содержательно.

2. Вопрос устойчивости программ корпоративного добровольчества;

Можно предположить, что востребованными окажутся консультации и коллективная экспертиза программ и проектов на предстартовых этапах их реализации. Такую экспертизу очень важно делать открытой, равной и благожелательной. Для реализации этой программы можно воспользоваться методами «деятельных сообществ» - форм сотрудничества, ориентированных на создание «центра экспертизы» и распространение наиболее удачных практик корпоративного добровольчества.

3. Одна из важнейших задач, встающих перед организаторами добровольческих программ и их активистами, - интегрирование добровольчества в жизнь компании [38];

В этом случае все позитивные эффекты корпоративного добровольчества пропадают и программу волонтерства в компании приходится «пересобрать» и запускать заново. Две проблемы, с точки зрения руководителей программ корпоративного добровольчества и экспертов, являются ключевыми. Во-первых, для среднего и высшего менеджмента зачастую неочевидны и непонятны выгоды и польза добровольчества для самой компании. Оно воспринимается как нечто второстепенное и малозначимое, мало влияющее на производственную деятельность (и едва ли не мешающее ей).

Во-вторых, активным организаторам и руководителям приходится преодолевать внутриорганизационные барьеры и трудности. Те подразделения компании, которые могли бы стать проводниками волонтерской активности и элементами организационных решений.

4. Роль и значение корпоративного добровольчества для компаний и сотрудников;

Важно показать, что развитие корпоративного добровольчества - значимый и эффективный инструмент изменения корпоративной культуры и корпоративных ценностей, который может дать долговременный и устойчивый (хотя и не моментальный) эффект:

- это возможность сотрудникам проявить себя, получить опыт лидерства, управленческих навыков, опыт публичных выступлений;

- это возможность «социализации руководителей», формирования «эмоционального интеллекта» - умение понимать свои эмоции и управлять ими, умение мотивировать себя и справляться с беспокойством в ситуации неопределенности;

- это способность к эмпатии - умение распознавать чувства других людей, выстраивать и поддерживать взаимоотношения как в обычных, рутинных, так и в сложных, экстраординарных ситуациях.

- добровольчество способствует личностному росту, готовности учиться, приобретать новые знания, повышает самооценку и улучшает командообразующие связи.

- исследования свидетельствуют также о наличии взаимосвязи между добровольчеством и декларируемым ощущением личного счастья;

- корпоративное добровольчество за счет совместной деятельности стимулирует рост таких измерений социального капитала, как социальные сетевые сообщества, межличностное доверие и нормы кооперации. Оно оказывается важным фактором развития корпоративной культуры и приверженности корпоративным ценностям, что особенно важно, если компании предстоят существенные изменения или в ней возникает вопрос управления инновациями;

- корпоративное добровольчество помогает людям, поменявшим место жительства в связи с переходом в новую компанию, адаптироваться к жизни на новом месте: сформировать или войти в дружеские сети и сообщества, решить вопросы обустройства семьи на новом месте, преодолеть естественную социальную изоляцию и сократить время, которое требуется для социального и психологического обустройства [38];

– в ряде семей добровольчество и благотворительность становятся частью внутрисемейной культуры, воспитания и образования детей. Корпоративное добровольчество способно приобщить семьи сотрудников и к повседневной жизни компании, и к ее ценностям - это позитивно влияет на продолжительность работы сотрудника в компании, снижая общую текучесть персонала;

– корпоративное добровольчество обладает рядом важных внутрикорпоративных эффектов. В частности, компания становится более «близкой» человеку. Как говорили участники дискуссий, «не может быть безусловной ценностью идея заработать еще один миллион собственнику и акционерам». Корпоративное добровольчество - это инвестиция компании в качество той социальной среды, в которой живут ее сотрудники.

5. Развитие новых форм участия и направлений корпоративного добровольничества [38].

Важно открыть широкое обсуждение проблемы образования сотрудников, повышения их знаний и готовности к участию в акциях и программах. Отсутствуют или недостаточно проработаны документы по обучению, организации, учету и стандартам корпоративного добровольчества. Кроме того, необходимо сформировать методическую и консультативную базу для планирования, организации и проведения исследований по тематике добровольчества внутри компаний.

Все регионы, в том числе и Самарскую область, объединяет высокая динамика развития корпоративного добровольчества (волонтерства):

- растет количество волонтеров;
- увеличивается количество мероприятий;
- повышается уровень денежных пожертвований;
- устанавливаются партнерские отношения между бизнесом и НКО;
- меняется отношение к добровольчеству, усиливается инициатива снизу;
- заметен системный подход к программам;
- повышается социальная отдача;

– корпоративные благотворительные фонды развивают добровольческие проекты.

Таким образом, возможности развития корпоративного добровольчества в числе организаций Российской Федерации и Самарской области положительные.

Владея значимым потенциалом, корпоративное добровольчество в Российской Федерации и Самарской области развивается, делая упор на наилучшие практики передовых интернациональных межнациональных компаний.

Если компании Российской Федерации и Самарской области хотят построить сильную культуру внутри, то развитие корпоративного добровольчества должно стать не только внешней стратегией по выполнению социальных обязательств (практика КСО), но и должно стать частью внутренней жизни, поддерживать ценности компаний.

Заключение

В России корпоративное добровольчество, если расценивать уровень его распространения по пятибалльной шкале, находится ближе к единице. Это не значит, что Россия начинает с чистого листа, и что в России нет ни опыта, ни успешных практик.

Для реализации межсекторного взаимодействия необходимы ресурсы, причем для полноценного взаимодействия требуется ресурсообеспеченность всех участников такого взаимодействия. Взаимодополняемость ресурсов, возможность объединения их позволяет добиваться 9 наибольшего эффекта. Важно не только накопление ресурсов, но и умение управлять их использованием.

Практика показывает, что в ряде случаев даже при наличии необходимого законодательства, обеспечивающего межсекторное взаимодействие, при положительном отношении органов государственной власти к такому взаимодействию и при наличии необходимых материальных ресурсов, его, тем не менее, не происходит, если хотя бы одно из лиц, через которых осуществляется партнерство, настроены к нему негативно или скептически.

У государства и гражданского общества имеются общие цели и задачи, направленные на процветание страны. Гражданские инициативы необходимы не ради них самих, а ради общественного прогресса, для нормального функционирования всего общественного организма. Если создаются благоприятные условия для перехода от взаимной конфронтации к партнерству и взаимовыгодному сотрудничеству, возможен своеобразный алгоритм снижения острых социальных и иных конфликтов в обществе.

Приведем ряд наиболее успешных показательных примеров из отечественной практики культуры корпоративного добровольчества Самарской области:

В Самарской области корпоративным добровольчеством занимаются десятки коммерческих организаций, среди них ПАО «Сбербанк России», ПАО «ВТБ», ООО «Русфинанс Банк», ООО «Газпром трансгаз Самара», ООО

«Самарские коммунальные системы». И в настоящее время они имеют возможность поделиться собственным опытом проведения благотворительных проектов, практиками участия в корпоративном добровольчестве на заседаниях клуба корпоративных добровольцев. Создателем такого клуба стал благотворительный фонд «Хорошие истории», который является посредником между корпоративными добровольцами и благополучателями.

В регионе необходима площадка для эффективного обсуждения опыта организации благотворительных акций, волонтерских проектов.

Трудности и проблемы развития корпоративного добровольчества в РФ:

1. Трудно вовлекать и удерживать сотрудников в корпоративное добровольчество;

2. Декларируется связь КСО и корпоративного добровольчества, но неочевиден баланс между интересами компании, сотрудников, НКО и благополучателей;

3. Описываются недоказанные положительные эффекты корпоративного добровольчества;

4. Отсутствуют проработанные образовательные стандарты в программах корпоративного добровольчества;

5. Слабая кооперация и привлечение операторов НКО;

6. Недостаток экспертизы, низкий уровень рефлексии о корпоративном добровольчестве, разное понимание сути и специфики.

Возможными факторами развития мероприятий корпоративного добровольчества и вовлечения в них новых сотрудников могут стать устранение или минимизация обозначенных барьеров.

Кроме того, участниками фокус-групп отдельно назывались следующие меры, которые способствовали бы популяризации корпоративного добровольчества и вовлечению сотрудников:

– необходимо снять барьер негативного восприятия корпоративной волонтерской деятельности со стороны руководства (там, где он имеет место);

- следует вовлекать в мероприятия корпоративного добровольчества сотрудников уровня руководителей;

- для поддержки текущих участников корпоративного добровольчества и повышения их лояльности мероприятиям корпоративного добровольчества – обеспечить признание в компании в виде грамот и других бонусов. Эта мера значима для увеличения символического капитала (уважения, признания) и для развития соревновательного духа среди волонтеров;

- стори-теллинг – рассказы об осуществляемой волонтерами деятельности;

- подробное описание цели деятельности и благополучателей;

- заранее объявленная продолжительность мероприятия КВ, оценка затрачиваемого времени;

- мероприятия корпоративного добровольчества не должны насаждаться извне, сверху;

- мероприятия корпоративного добровольчества не должны быть сложными конкурсными соревнованиями, так как это может отбить у потенциальных участников желание ими заниматься;

- соревновательность не должна быть основной чертой мероприятий корпоративного добровольчества. Компания должна признавать и демонстрировать значимость вклада каждого участника;

Для развития программ корпоративного добровольчества должны быть устранены указанные барьеры, а также сняты барьеры негативного восприятия со стороны сотрудников компаний. Для вовлечения новых участников возможно привлекать в программы корпоративного добровольчества руководителей.

Список использованной литературы

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. // Известия. – 1993. – 25 декабря.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1 № 51-ФЗ от 30.11.1994 г.: (ред. от 07.02.2017) и Часть 2 №14-ФЗ от 26.01.1996 г. (ред. от 07.02.2017) // СПС «Консультант Плюс».

3. Бюджетный кодекс (БК РФ) № 145-ФЗ от 31.07.1998: (ред. от 28.03.2017) // СПС «Консультант Плюс».

4. «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»: Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.02.2018) // СПС «Консультант Плюс».

5. «Об общественных объединениях»: Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ (ред. от 20.12.2017) // СПС «Консультант Плюс».

6. «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений»: Федеральный закон от 28 июня 1995 г. № 98-ФЗ (ред. от 28.12.2016) // СПС «Консультант Плюс».

7. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам добровольчества (волонтерства)»: Федеральный закон от 5 февраля 2018 г. № 15-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

8. «О благотворительной деятельности»: Закон Самарской области от 24 мая 1999 г. № 18 (ред. от 08.11.2017) // СПС «Консультант Плюс».

9. «О добровольчестве (волонтерстве)»: Проект Федерального закона № 300326-6. - URL: [https:// oprfr.ru/ru/discussions/1389/newsitem/20345](https://oprfr.ru/ru/discussions/1389/newsitem/20345) (дата обращения 20.02.18)

Литература

10. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления: учебное пособие. М.: Юрид. лит., 2015. - 400 с.

11. Белановский Ю. Корпоративное и социальное волонтерство. Опыт брендов и мнение экспертов. - М.: Омега-Л, 2017. - 320 с.
12. Бодренкова Г.П. Системное развитие добровольчества в России: о теории к практике: учебно-методическое пособие. - М.: АНО «СПО СОТИС», 2016. – 320 с.
13. Валентина Матвиенко возвращает волонтеров в законное русло // Коммерсант. 2014. 06 июля. - URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2509499> (дата обращения 20.02.2016).
14. Глазунова Н.И. Государственное и муниципальное управление: Учебник. – М.: ТК Велби, 2016. – 560 с.
15. Горлов Н.И. История и перспективы развития Российского корпоративного волонтерства // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2016. - № 4 (40). – С. 56-61.
16. Добро в законе // Ученые записки. - URL: <http://www.ngchel.ru/novosti/104/> (дата обращения 20.02.2018).
17. Добрынин Н.М. Государственное управление: Теория и практика. Современная версия новейшей истории государства: учебник.- Новосибирск: Наука, 2015. – 407 с.
18. . Екимова С.Г. История развития добровольческой (волонтерской) деятельности в России и за рубежом // Наука и образование на Российском Дальнем Востоке: современное состояние и перспективы развития. – 2016. - № 9. – С. 236-241.
19. Ершов В.А. Государственное и муниципальное управление: учебное пособие. – М.: ГроссМедиа, 2014. – 255 с.
20. Жукова Е.А., Фардзинова З.А. История и развитие волонтерского движения в России // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 7. - URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/07/70379> (дата обращения: 11.01.2018).
21. Занковский А.Н. Организационная психология: учебное пособие / А.Н. Занковский. - Москва, Форум, 2014. – 217 с.
22. Корпоративные акции. Благотворительность вместо сувениров. - URL: <http://novard.ru/socialcreed/projects-charity/korporativnye-aktsii/> (дата обращения

10.05.2018).

23. Краснопольская И. Корпоративное волонтерство в России: основные характеристики // Корпоративное волонтерство в России: сб. лучших практик / отв. ред. Т. Бачинская. - изд. 2-е. - М.: Центр развития филантропии «Сопричастность», 2016. - С. 36–42.

24. Кудринская Л. А. Добровольческий труд: опыт теоретической реконструкции. - М., 2006. – С. 20-24.

25. Латыпова Д.Ю., Синеглазова А.Г. и др. Организация работы добровольцев: принципы и практика. Руководство по организации деятельности добровольческих объединений. Казань. «Идел-Пресс». - 2016. - 122 с.

26. Методическое пособие для органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и образовательных организаций по вопросам развития волонтерского движения. Министерство образования и науки Российской Федерации, Ассоциация волонтерских центров. 2016. -157с.

27. Моисеев А.Д. Муниципальное управление: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 159 с.

28. Мокрый В.С. Государственное и муниципальное управление: реализация реформ: учебное пособие. - М.: Кнорус, 2015. – 216 с.– 687 с.

29. Мухаев Р.Т. Система государственного и муниципального управления: учебник. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.

30. Наумов С.Ю., Осипова И.Н., Подсумкова А.А. Система государственного управления: учебное пособие. - М.: изд-во «Форум», 2015. - 304 с.

31. Певная М.В. Волонтерство как социологическая проблема // Социологические исследования. - 2015. - №2. - С. 110–119.

32. Певная М.В. Вопросы о периодизации истории волонтерства в России. - 2014. – № 5. – С. 6-8.

33. Певная М.В. Управление волонтерством: международный опыт и локальные практики. - Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2016. - 434 с.

34. Перегудов С.П., Семенов И.С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. - М.: Прогресс-Традиция, 2016. – 448 с.

35. Петрова А.А. Проблемы и пути развития волонтерского движения // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XLVI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 9(46). - URL: [https://sibac.info/archive/guman/9\(46\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/9(46).pdf) (дата обращения: 06.05.2018)

36. Пикулькин А.В. Система государственного управления: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080504 «Государственное и муниципальное управление» / А.В. Пикулькин. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 639 с.

37. Политико–правовые проблемы взаимодействия муниципальных образований с различными уровнями власти: Материалы VII Международной научно-практической конференции аспирантов, преподавателей, практических работников, посвященной 150-летию земской реформы. Саратов: Издательство «Саратовский источник», 2014. – 325 с.

38. Представители Добровольческого центра студентов КФУ приняли участие в X Общероссийской конференции по добровольчеству. - URL: <http://kpfu.ru/studentu/molodezhnaya-politika/koordinacionnyj-sovet-obschestvennyh/predstaviteli-dobrovolcheskogo-centra-studentov.html> (дата обращения 25.02.2018)

39. Радченко А.И. Основы государственного и муниципального управления: системный подход: учебник для высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Государственное и муниципальное управление». – М.: MapT, 2015. - 605 с.

40. Решетников О.В. Корпоративное добровольчество: науч.-метод. пособие. - М.: Проспект, 2016. – 250 с.

41. Сапожникова А.А. и др. Государственное и муниципальное управление. Реализация реформ: Учебное пособие.- М.: КноРус, 2016. – 212 с.

42. Старкова С.А., Комарова А.А., Терентьева И.А. Волонтерская деятельность в нормативно-правовых источниках // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XXXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 23(34). - URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/23\(34\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/23(34).pdf) (дата обращения: 06.05.2018)

43. Стрыгина С.В. Роль добровольческих общественных объединений в муниципальных образованиях // Политико-правовые проблемы взаимодействия муниципальных образований с различными уровнями власти. – 2014. – № 8. – С.

44. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Труд добровольцев в России: проблемы организации и оплаты / Тульчинский Г.Л. // Некоммерческие организации в России. – 2016. - №2. – С. 45- 48.

45. Чиркин В.Е., Система государственного и муниципального управления: учебник. - 5-е изд., пересмотр. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 432 с.

46. Шевцов А.В., Глубокова Е.Н., Кошелева А.Н. и др. Технология волонтерской деятельности в социальной сфере. Авторский коллектив/ Под общ. ред. доктора философских наук, профессора Малявина С. Н. – СПб.: ФСН РГПУ им. А. И. Герцена. – 2016. – 236 с.

47. Шенгалъц Е.В., Клепинина Ю.В., Волонтерство как социальная технология, направленная на оказание помощи детям и взрослым людям с инвалидностью // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость. - 2016. - № 7. - С. 758-766.

48. Шугрина Е.С., Законодательство о местном самоуправлении: анализ состояния и тенденции развития // Муниципальное право. – 2016. - № 4(68). – С. 2-19.

49. Щепакин М.Б., Михайлова В.М., Поветкина А.А. Волонтерство в обеспечении роста социальной ответственности бизнеса // SCIENCES OF EUROPE. - № 13-4 (13). – 2017. – С. 82-87.

50. Яновский В.В. Государственное и муниципальное управление: учебное пособие. – М.: Кнорус, 2015. – 200 с.

Интернет-ресурсы

51. Официальный сайт. Федеральной службы государственной статистики. - URL: <http://www.gks.ru>. (дата обращения: 17.04.2018)

52. Самарастат. Официальные статистические публикации ТОГС. - URL:<http://samarastat.gks.ru>. (дата обращения: 06.05.2018)