росмолодёжь

добро.рф

НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ

2025 ГОД

При поддержке:

Министерство экономического развития Российской Федерации

МИНИСТЕРСТВО ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Форум Доноров
Ассоциация грантодающих организаций

Сегодня добровольчество стало неотъемлемой частью жизни россиян разных возрастов и профессий

Всё больше компаний поддерживают этот тренд, создавая программы корпоративного волонтерства, что способствует укреплению культуры участия и объединению усилий государства, бизнеса и общества.

Корпоративное волонтерство помогает компаниям формировать устойчивую корпоративную среду, молодым специалистам — развивать лидерские и профессиональные навыки, а обществу — находить новые ресурсы для решения социальных задач. Это отличная возможность для молодежи проявить себя, поработать в команде и реализовать социальные инициативы.

По данным ВЦИОМ, каждый четвёртый наемный работник в России участвовал в корпоративных волонтерских мероприятиях, а готовность присоединиться к таким программам декларируют 72% сотрудников. Особенно активна молодёжь: по данным НАФИ, треть молодых россиян в возрасте от 14 до 35 лет за последний год занимались волонтёрством, а две трети готовы стать волонтерами.

Росмолодёжь системно поддерживает развитие молодежного добровольчества через грантовые программы, образовательные проекты и создание инфраструктуры по всей стране. Меры поддержки для добровольцев включены в национальнальный проект “Молодёжь и дети”, который запустил Президент России В.В. Путин в 2025 году. Мы видим, как компании становятся важными партнерами волонтерских проектов и программ, поддерживая развитие добровольчества в нашей стране: они не только вовлекают своих сотрудников в социальные проекты, но и создают условия для профессионального роста через волонтёрство.
По последним оценкам, годовой вклад корпоративного волонтерства в экономику России составляет почти 300 миллиардов рублей — это подтверждает, что добровольчество стало важным ресурсом развития страны.

Российский опыт уже вызывает интерес за рубежом. Наши волонтеры представляют страну в международных проектах, делятся лучшими практиками с партнерами из СНГ, БРИКС и Европы, что делает корпоративное волонтерство элементом международного сотрудничества.

Этот сборник — практический инструмент для компаний, стремящихся сделать волонтёрство системным и результативным. Надеемся, что он будет полезен как для начинающих, так и для опытных команд.

Желаю вам вдохновения, продуктивной работы и успехов!

Г.А. Гуров

Руководитель Федерального агентства по делам молодёжи (Росмолодёжь)



От развития гражданского общества зависит благосостояние страны и счастье человека

В добровольчество и социально полезные практики вовлечены миллионы людей. За последние 10 лет доля тех, кто участвует в волонтерских проектах, выросла с 3 % до 28 %, однако общественный потенциал намного больше. Одно из перспективных направлений — корпоративное волонтерство. По данным исследований потенциальную готовность участвовать в корпоративных волонтерских программах демонстрируют семь из десяти наемных работников (72%). Точно есть куда расти.

Известно, что корпоративное добровольчество и благотворительность повышают вовлеченность сотрудников в работу, влияют на их удовлетворенность и лояльность, увеличивают эффективность работы компании. Российское общество готово к корпоративной социальной ответственности и ждет от работодателей конкретных предложений.

В России накоплено много успешных социальных проектов, реализуемых компаниями. Лучшие из них представлены в этом сборнике. Мы сделали его для того, чтобы помочь бизнесу. Компаниям, которые только планируют пойти по пути развития корпоративного добровольчества, он позволит опереться на лучшие практики. Тем, кто уже активно развивает корпоративные волонтерские программы, сборник поможет повысить насмотренность, познакомиться с опытом коллег, чтобы стать еще эффективнее. А мы в Добро.рф поможем, поддержим и всегда будем рядом!

Спасибо!



А.П. Метелев

Председатель Совета Ассоциации «Добро.рф», депутат Государственной думы Федерального Собрания Российской Федерации

росмолодёжь добро.рф НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

Мы подготовили для вас методические рекомендации

Рада представить методические рекомендации, которые являются результатом системного анализа российского опыта корпоративного волонтерства и признанных международных практик, адаптированных к нашим реалиям.

Данный сборник – результат реализации стратегии Национального совета по корпоративному волонтерству как информационно-аналитического центра, который создает новые возможности для сотрудничества и обеспечивает наставничество для присоединяющихся участников сообщества.

Уверены, что эти рекомендации станут надежной опорой в увлекательном и важном процессе – развитии программ корпоративного волонтерства в компаниях любого масштаба и отрасли, будь то начальный этап добровольчества или многолетняя практика внедрения волонтерских проектов.

Особое внимание мы уделили компаниями малого и среднего бизнеса, дав в этом сборнике алгоритмы для начала деятельности, указав на существующие барьеры при запуске волонтерских программ и способы их преодоления. Доступ к базе знаний и готовым методическим решениям позволяет предприятиям при минимуме затрат инициировать волонтерские проекты, а участие в НСКВ – присоединяться к существующим программам.

Желаем вам вдохновения и успехов на этом удивительном пути! Помните, что корпоративное волонтерство не только дело больших компаний и масштабных инвестиций, но и осознанный выбор каждой организации, которая хочет делать мир лучше!



И.С. Жукова

Председатель Национального совета
по корпоративному волонтерству

росмолодёжь добро.рф НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

В ваших руках — уникальное пособие

Оно поможет выстроить долгосрочную системную практику корпоративного волонтерства, повысить имидж компании и свою привлекательность в качестве работодателя.

Социологические исследования показывают, что волонтерство, в том числе корпоративное, сегодня — устойчивый тренд. Так, по данным ВЦИОМ, каждый третий имеет опыт волонтерства, а каждый четвертый работник имеет опыт корпоративного волонтерства. Вместе с тем, запрос на такие практики намного выше. 72% работающих россиян выражают готовность в будущем включаться в корпоративные волонтерские программы, и для того, чтобы этот потенциал раскрыть наиболее полно, важно выстроить систему так, чтобы в ней каждый мог найти дело по душе. Гибкая система корпоративного волонтерства с разными проектами и разными форматами будет более эффективна для решения бизнес-задач, потребностей сотрудников и устойчивого социального воздействия.

Мы видим, что корпоративное волонтерство — эффективный инструмент многостороннего развития, создающий ценность для всех участников процесса. Для бизнеса — это укрепление репутации, развитие новых компетенций у сотрудников и оптимизация социальных инвестиций. Для государства — доступ к дополнительным ресурсам для решения социально значимых проблем и ускорения достижения национальных целей и приоритетов. Для НКО, сотрудников и местных сообществ — привлечение ресурсов, профессиональное развитие и решение локальных проблем. Важно, что это влечет межсекторное взаимодействие, объединяются усилия государства, бизнеса и некоммерческих организаций, что позволяет находить эффективные решения сложных социальных вызовов, минимизировать риски, расширять ресурсы и формировать устойчивое гражданское общество.

Россия — лидер развития добровольчества и единственная в мире страна, в которой поддержка волонтерства гарантируется на уровне основного закона и включена в Конституцию. Развитие корпоративного волонтерства идет в русле реализации Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации, которая зиждется на ряде принципов: добровольность и свобода выбора, гуманность, гласность и общедоступность информации, равенство всех граждан в праве на осуществление добровольческой деятельности, солидарность, добросовестность и сотрудничество, безопасность, равноправное и взаимовыгодное международное сотрудничество. Расширяя волонтерские программы от крупного бизнеса в сектор МСП мы формируем еще больше устойчивых связей между бизнес-сообществом и различными социальными группами, развиваем культуру взаимопомощи, учим гражданское общество эмпатии и инструментам участия в решении социальных проблем. И вместе с этим — делаем экономику сильнее и стабильнее.

По пути к укреплению системных практик корпоративного добровольчества мы идем вместе с экосистемой социального развития Добро.рф и Национальным советом по корпоративному волонтерству, и сборник с методическими рекомендациями — еще один шаг, который призван помочь бизнесу. Методические рекомендации содержат много практичных советов, но главное помнить, что их цель — повысить качество жизни граждан, сделать более счастливыми окружающих людей. Сборник поможет как опытным компаниям, так и тем, кто только начинает внедрять практики корпоративного волонтерства.

Успешных практик и полезного чтения!

А.О. Котяков

Министр труда и социальной защиты Российский Федерации



росмолодёжь добро.рф НКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

Дорогие друзья!

От имени Министерства экономического развития Российской Федерации приветствую вас по случаю выхода в свет сборника методических рекомендаций «Корпоративное волонтерство в России 2025».

В современных экономических условиях конкурентоспособность компаний и устойчивый рост определяются не только финансовыми показателями, но и качеством человеческого капитала, уровнем социальной ответственности и прочными связями с обществом. Корпоративное волонтёрство — это эффективный инструмент для достижения этих целей, способствующий укреплению деловой репутации, повышению лояльности сотрудников и оптимизации социальных инвестиций.

Как показывают исследования, потенциал корпоративного волонтерства в России огромен. Более 70% работающих граждан готовы участвовать в таких программах. Задача бизнеса и государства — создать гибкие и эффективные механизмы, позволяющие реализовать этот потенциал в полной мере. Это не только укрепляет корпоративную культуру, но и вносит прямой вклад в решение социально значимых задач, ускоряя достижение национальных целей развития.

Важно подчеркнуть, что корпоративное волонтерство является катализатором межсекторного взаимодействия. Объединение усилий бизнеса, государства и некоммерческих организаций позволяет находить комплексные решения для сложных социальных вызовов, расширять ресурсную базу и формировать устойчивые модели гражданского участия. Это напрямую способствует созданию инклюзивной экономики, основанной на принципах сотрудничества и взаимной выгоды.

Россия является одной из немногих стран, где поддержка добровольчества закреплена на конституционном уровне. Расширение практик корпоративного волонтерства, в том числе в секторе малого и среднего предпринимательства, способствует развитию культуры социальной ответственности, укрепляет доверие между бизнесом и обществом и в конечном счете оказывает положительное влияние на экономическую стабильность.

Данные методические рекомендации — это практический инструмент для компаний, которые стремятся выстроить системную работу в области волонтерства. Они содержат проверенные решения и гибкие модели адаптации, которые помогут как начинающим, так и опытным организациям повысить эффективность своих социальных инвестиций.

Уверен, что внедрение этих практик будет способствовать не только росту корпоративной культуры, но и укреплению экономики в целом.

Желаю вам продуктивной работы и успешной реализации проектов!



Т.А. Илюшникова

Заместитель Министра экономического развития Российской Федерации

росмолодёжь добро.рф НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ДЕЛАМ МОЛОДЕЖИ
(РОСМОЛОДЕЖЬ)

П Р И К А З

3 октября 2025 г. № 390

Москва

Об утверждении методических рекомендаций «Корпоративное волонтерство в России»

В целях выполнения плана реализации федерального проекта «Мы вместе (Воспитание гармонично развитой личности)» национального проекта «Молодежь и дети», утвержденного протоколом заочного голосования членов Президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 20 декабря 2024 г. № 12пр, п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить методические рекомендации «Корпоративное волонтерство в России».

2. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на статс-секретаря - заместителя руководителя Федерального агентства по делам молодежи Д.В. Аширова.

Руководитель Г.А. Гуров

ПРЕДИСЛОВИЕ

Методические рекомендации разработаны экосистемой социального развития «Добро.рф» и Национальным советом по корпоративному волонтерству.

Корпоративное волонтерство в России переживает время качественной трансформации. То, что еще 10 лет назад воспринималось как дополнительная социальная активность компаний, стало стратегическим инструментом устойчивого развития бизнеса и неотъемлемой частью корпоративной культуры.

Добровольчество – мощная сила социальных преобразований, которая объединяет людей, вдохновляет на перемены и делает нашу жизнь ярче. Это новые связи, неожиданные открытия и внутренняя уверенность, что твои усилия имеют значение.

В основу методических рекомендаций легли результаты комплексного анализа российского опыта корпоративного волонтерства и зарубежных подходов, адаптированных к национальному контексту. Авторы постарались сделать материал живым и понятным, чтобы им могли пользоваться и те, кто только начинает развивать волонтерские практики, и те, кто уже давно «в деле».

Надеемся, документ будет интересен руководителям и специалистам, отвечающим за развитие корпоративного волонтерства: директорам по персоналу, менеджерам по устойчивому развитию, координаторам социальных проектов, а также представителям малого бизнеса. Волонтерство – история не только про крупные корпорации, небольшие компании могут реализовывать не менее яркие и полезные инициативы.

Рекомендации можно использовать по-разному: кто-то сформирует на их основе целую программу с нуля, а кто-то найдет в них отдельные инструменты, подсказки для решения текущих задач.

Корпоративное волонтерство – выбор бизнеса, который осознает свою роль в обществе. Это инвестиция в человеческий капитал, репутацию компании и устойчивое развитие территорий, на которых мы живем и работаем.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО: ЧТО ЭТО И КАК РАБОТАЕТ 13

Глава 1. Понятие и характеристики корпоративного волонтерства 14

1.1. Определение и особенности корпоративного волонтерства 14

- Специфика корпоративного добровольчества
- Отличия от других видов волонтерства
- Ключевые характеристики

1.2. Принципы корпоративного волонтерства 15

- Общие принципы добровольческой деятельности
- Специфические принципы для корпоративного сектора

1.3. Функции корпоративного волонтерства в обществе 17

- Социально-интегративная функция
- Функция трансляции социальных ценностей
- Компенсаторная функция
- Трансформационная функция

Глава 2. Заинтересованные стороны: кто они и в чем заинтересованы? 18

2.1. Стейкхолдеры корпоративного волонтерства 18

- Основные группы участников
- Почему важен баланс интересов

2.2. Анализ преимуществ развития корпоративного волонтерства для всех заинтересованных сторон 19

- Для бизнеса
- Для государства
- Для НКО
- Для сотрудников
- Для местных сообществ

Глава 3. Корпоративное волонтерство в России: текущее состояние и потенциал развития 21

3.1. Статистика и исследования 21

3.2. Правовое регулирование 23

3.3. Инфраструктура поддержки корпоративного волонтерства 24

- Платформа «Добро.рф»
- Национальный совет по корпоративному волонтерству

Глава 4. Корпоративное волонтерство и государственные приоритеты 38

4.1. Национальные цели развития РФ до 2030 и 2036 гг. 38

- Перечень национальных целей
- Роль бизнеса в их достижении

4.2 Вклад корпоративного волонтерства в решение глобальных и национальных задач 40

- Глобальная повестка: цели устойчивого развития (ЦУР)
- Национальный фокус: вклад в цели развития России

4.3. Связь национальных проектов и целей устойчивого развития ООН 44

- Соотношение нацпроектов и ЦУР

РАЗДЕЛ II. НАПРАВЛЕНИЯ, ВИДЫ И ФОРМАТЫ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА 45

Глава 1. Ключевые понятия 46

- Направления (Кому помогать?)
- Форматы (Как помогать?)
- Как связаны направления и форматы?

Глава 2. Основные направления корпоративного волонтерства 47

- Экология и охрана окружающей среды
- Поддержка местных сообществ
- Здоровье и спорт
- Социальное волонтерство
- Гуманитарная помощь

Глава 3. Форматы корпоративного волонтерства: классификация и анализ ... 49

3.1. Общая классификация форматов ... 49

3.2. По продолжительности и регулярности ... 50

3.3. По характеру вклада ... 53

3.4. По составу участников ... 56

Глава 4. Особые виды корпоративного волонтерства ... 57

4.1. Волонтерство в чрезвычайных ситуациях ... 57

4.2. Донорство как волонтерская практика ... 59

Глава 5. Управление рисками: типичные трудности при реализации различных форматов корпоративного волонтерства ... 62

РАЗДЕЛ III. РУКОВОДСТВО ПО РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИХ ПРОГРАММ В КОМПАНИИ ... 65

Глава 1. Разработка стратегии и инфраструктуры ... 66

1.1. Условия для успешной реализации корпоративных волонтерских инициатив ... 66

1.2. Интеграция волонтерства в бизнес-стратегию компании ... 68

1.3. Рекомендации по выбору формата корпоративного волонтерства в зависимости от целей компании ... 71

1.4. Модели координации волонтерских проектов ... 73

1.5. Психология мотивации и основы вовлечения сотрудников ... 76

Глава 2. Построение партнерств ... 78

2.1. Роль партнеров в экосистеме волонтерства (НКО, органы власти, бизнес) ... 78

2.2. Выбор НКО-партнера: алгоритм, критерии и таблица оценки ... 78

2.3. Выстраивание сотрудничества с органами власти ... 85

2.4. Кросс-корпоративные проекты ... 88

Глава 3. Запуск и организация проектов 90

3.1. От идеи до портфеля проектов 90

3.2. Волонтерство как бизнес-процесс: пошаговая модель 95

3.3. Правовые аспекты и управление рисками 96

Глава 4. Вовлечение и поддержка волонтеров 99

4.1. Инструменты вовлечения сотрудников: от анонса до участия 99

4.2. Коммуникационная стратегия и работа с контентом 99

4.3. Преодоление барьеров участия 101

4.4. Система признания и нематериальной мотивации 103

4.5. Информационная политика и политика открытости бизнеса 107

Глава 5. Оценка и развитие программы 109

5.1. Оценка эффективности: ключевые метрики и KPI 109

5.2. Что такое социальный возврат на инвестиции? Общее представление 114

5.3. Масштабирование и дальнейшее развитие программы 115

Заключение 117

росмолодёжь добро.рф НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

РАЗДЕЛ 1

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО: ЧТО ЭТО И КАК РАБОТАЕТ

ГЛАВА 1.
КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК ОСОБЫЙ ВИД ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

1.1. Определение и особенности корпоративного волонтерства.

- Специфика корпоративного добровольчества
- Отличия от других видов волонтерства
- Ключевые характеристики

Корпоративное волонтерство представляет собой особую модель социальной активности, которая сочетает бизнес-ресурсы, профессиональную экспертизу и добровольческую мотивацию, создавая уникальные возможности для достижения масштабного и устойчивого общественного эффекта.

Сила корпоративного волонтерства в том, что сотрудники привносят в проекты свой опыт, знания и профессиональные умения, поэтому результаты их добрых дел остаются с благополучателями надолго, то есть возникает долгосрочный эффект. Например, IT-компания запускает проект, в рамках которого сотрудники на волонтерских началах разрабатывают учебные программы для детей, проводят занятия, помогают подопечным создавать первые проекты.

Полученные знания останутся с детьми надолго, и могут повлиять на их жизнь и карьеру. Еще одна особенность корпоративного добровольчества в том, что в идеале оно встроено в бизнес-процессы и корпоративную культуру компании. Это гарантирует системность и возможность реализации долгосрочных социальных программ с прогнозируемыми устойчивыми результатами. Современные компании обладают высоким организационным потенциалом, который, безусловно, дает возможность реализовать не только бизнес-задачи, но и столь же серьезно и комплексно подходить к решению социальных проблем.

Корпоративное волонтерство создает эффект взаимного обогащения: сотрудники применяют профессиональные навыки в социальных проектах, повышая их эффективность. Волонтерский опыт сотрудника развивает его адаптивность, креативность и способность к нестандартным решениям. Как известно, мягкие навыки в современном мире – конкурентное преимущество сотрудников.

Ключевое отличие корпоративного волонтерства от других видов добровольчества в том, что оно является инициативой бизнеса и поддерживается им как элемент корпоративной социальной ответственности (КСО). Сотрудники организаций участвуют в общественно значимой деятельности как представители компании, в которой они работают.

Корпоративное волонтерство [1] – частный вид волонтерской (добровольческой) деятельности, направленной на решение общественно значимых задач, осуществляемой сотрудниками компании и поддерживаемой либо организуемой компанией.

1.2. Принципы корпоративного волонтерства.

- Общие принципы добровольческой деятельности
- Специфические принципы для корпоративного сектора

В Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства РФ, общие принципы добровольческой деятельности сформулированы следующим образом:

1. добровольность и свобода выбора;
2. гуманность, соблюдение прав и законных интересов граждан и организаций;
3. гласность и общедоступность информации о добровольческой (волонтерской) деятельности;
4. равенство независимо от пола, вероисповедания, национальности, языка, социального статуса, возраста в праве на осуществление добровольческой (волонтерской) деятельности;
5. солидарность, добросовестность и сотрудничество участников добровольческой (волонтерской) деятельности;
6. безопасность для своей жизни и жизни окружающих;
7. равноправное и взаимовыгодное международное сотрудничество.

[1] Так как в законодательстве Российской Федерации отсутствует закрепленное понятие «корпоративное волонтерство», в данных методических рекомендациях используется авторское определение.

Общие принципы волонтерства можно переосмыслить с учетом контекста бизнес-среды, то есть применительно к корпоративному сектору:

1. **Принцип добровольности:** участие сотрудников в волонтерских программах должно быть исключительно добровольным, отказ от участия не может влиять на трудовые отношения.

2. **Принцип интеграции с корпоративными ценностями:** волонтерские программы должны органично встраиваться в систему корпоративных ценностей и стратегию устойчивого развития компании.

3. **Принцип системности и устойчивости:** корпоративное волонтерство должно преимущественно развиваться как долгосрочная системная практика. Программы необходимо планировать и реализовывать с учетом долгосрочных социальных потребностей и возможностей компании по их удовлетворению.

4. **Принцип создания общей ценности:** корпоративные волонтерские программы должны нести в себе ценность для всех участников: благополучателей, сотрудников-волонтеров, компании и общества в целом. Социальная польза должна сочетаться с развитием человеческого капитала организации и укреплением ее репутации.

5. **Принцип профессиональной этики и компетентности:** при реализации волонтерских проектов сотрудники должны соблюдать профессиональные стандарты и этические нормы, применимые как к их основной деятельности, так и к сфере волонтерской помощи.

6. **Принцип социального партнерства:** корпоративные волонтерские программы должны развиваться в сотрудничестве с НКО, государственными органами и местными сообществами. Важно избегать дублирования существующих инициатив и стремиться к синергии усилий различных участников социальной экосистемы.

7. **Принцип измеримости социального воздействия:** корпоративные волонтерские программы должны ориентироваться на достижение измеримых социальных результатов.

1.3. Функции корпоративного волонтерства в обществе.

- Социально-интегративная функция
- Функция трансляции социальных ценностей
- Компенсаторная функция
- Трансформационная функция

Анализ функций корпоративного волонтерства позволяет понять общие концептуальные основы этого явления и подтверждает его важность как драйвера социального развития.

Социально-интегративная функция

Создание устойчивых связей между бизнес-сообществом и различными социальными группами, преодоление общественных барьеров и стереотипов. Корпоративное волонтерство формирует доверительные отношения в обществе, снижает социальную напряженность и создает основу для конструктивного диалога между общественными институтами.

Функция трансляции социальных ценностей

Развитие культуры взаимопомощи через демонстрацию альтруистичной и ответственной модели поведения. Волонтерские инициативы конкретизируют абстрактные ценности (солидарность, взаимную поддержку, социальную справедливость) и делают их понятными людям.

Компенсаторная функция

Оперативное реагирование, заполнение пробелов в системе социальной поддержки – там, где государственные программы и НКО по каким-то причинам не обеспечивают достаточного покрытия потребностей. Не менее важно и снижение социальной напряженности как следствие предоставления помощи уязвимым группам.

Трансформационная функция

Изменение общества к лучшему, новые пути решения социальных проблем, когда применяются бизнес-подходы и практики. Корпоративное волонтерство привносит в социальную сферу современные методы работы: четкое планирование, измерение результатов и распространение успешного опыта.

Корпоративное волонтерство создает многоуровневые позитивные изменения на личностном, организационном и общественном уровнях, функционируя как комплексный инструмент социальных преобразований.

ГЛАВА 2. ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ: КТО ОНИ И В ЧЕМ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ?

2.1. Стейкхолдеры корпоративного волонтерства.

- Основные группы участников
- Почему важен баланс интересов?

Понятие «заинтересованные стороны», или стейкхолдеры, – одно из ключевых в бизнесе и управлении. Оно относится к любой компании или проекту. Это все те, кто влияет на бизнес/проект или зависит от него: сотрудники, клиенты, инвесторы, поставщики и даже государство.

Применительно к корпоративному волонтерству стейкхолдерами являются:

1. бизнес (компания) – инициатор и организатор программ;
2. сотрудники – непосредственные участники волонтерской деятельности;
3. НКО и социальные организации – экспертные партнеры по проектам;
4. местные сообщества – получатели помощи и партнеры в реализации инициатив;
5. государственные органы – регуляторы и координаторы социальной политики, экологических инициатив.

Понимание потребностей и интересов всех участников важно для успешной реализации корпоративных волонтерских программ, поскольку:

1. **Обеспечивает эффективность программ.** Учет потребностей всех участников позволяет создавать действительно востребованные и результативные инициативы, избегая формального подхода;
2. **Минимизирует риски.** Игнорирование интересов заинтересованных сторон может привести к конфликтам, репутационным потерям и провалу программ;
3. **Увеличивает ресурсы.** Каждый стейкхолдер привносит уникальные возможности (компании – ресурсы и экспертизу, НКО – социальные компетенции, местные сообщества – понимание местных потребностей);
4. **Создает устойчивость.** Программы, построенные на взаимной выгоде всех участников, демонстрируют б´ольшую жизнеспособность и способность к развитию.

2.2. Анализ преимуществ развития корпоративного волонтерства для всех заинтересованных сторон.

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ БИЗНЕСА

ИМИДЖ, РЕПУТАЦИЯ

- Повышение узнаваемости бренда через социально значимые проекты.
- Укрепление репутации: повышение уровня социальной ответственности компании.

КАДРЫ

- Привлечение и удержание талантливых сотрудников поколений Y и Z.
- Снижение затрат на рекрутинг за счет повышения привлекательности бренда работодателя.
- Выявление лидеров среди сотрудников, формирование кадрового резерва.
- Повышение мотивации персонала через причастность к значимым целям.
- Развитие мягких навыков сотрудников.
- Улучшение психологического климата в коллективе, развитие неформальных связей, укрепление командного духа.

СВЯЗИ

- Повышение эффективности социальных инвестиций.
- Укрепление позиций в регионах присутствия.

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ ГОСУДАРСТВА

РЕСУРСЫ

- Привлечение дополнительных ресурсов для решения социально значимых проблем.
- Снижение нагрузки на бюджет при решении социальных задач.
- Привлечение корпоративной инфраструктуры для оперативного реагирования в случае острой необходимости.

СВЯЗИ

- Развитие государственно-частного партнерства.
- Снижение социальной напряженности.

НАЦИО-НАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ

- Укрепление диалога с гражданским обществом, повышение уровня доверия между различными секторами.
- Содействие достижению национальных целей, вклад в реализацию национальных проектов.
- Формирование гражданской идентичности, патриотизма.

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ НКО

РЕСУРСЫ

- Привлечение дополнительных ресурсов (человеческих, инфраструктурных, экспертных).
- Информационная поддержка: продвижение деятельности через информационные каналы корпораций.
- Возможности для реализации более масштабных проектов.
- Обмен опытом и внедрение бизнес-практик в деятельность.

РАЗВИТИЕ

- Обмен опытом и внедрение бизнес-практик в деятельность.
- Достижение экспертного уровня в сотрудничестве с бизнесом, а также статуса востребованного партнера для компаний.

СВЯЗИ

- Укрепление сотрудничества с государственными структурами.
- Выстраивание сбалансированных отношений со стейкхолдерами.

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ СОТРУДНИКОВ

РЕСУРСЫ

- Организационная поддержка от компании (транспорт, время, инвентарь и т. п.).
- Методическая поддержка от компании (обучение, наставничество и т. п.).

РАЗВИТИЕ

- Приобретение новых навыков, развитие мягких навыков.
- Осознание пользы от своей деятельности, повышение самооценки.
- Расширение мировоззрения и преодоление стереотипов.
- Социальный карьерный лифт.

СВЯЗИ

- Расширение круга социальных связей.
- Дополнительные основания для поощрения и признания в коллективе и местном сообществе.

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ

РЕСУРСЫ

- Решение конкретных социальных, экологических, инфраструктурных и культурных проблем (благоустройство территорий, помощь социально уязвимым группам, экологические акции, организация досуговых мероприятий).

РАЗВИТИЕ

- Непосредственное улучшение качества жизни населения.
- Создание привлекательного облика территории для работы и жизни людей.

СВЯЗИ

- Социальная интеграция при реализации волонтерских проектов.
- Формирование пространства для взаимодействия разных групп населения, преодоление стереотипов, развитие инклюзии.

ГЛАВА 3. КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО В РОССИИ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ

3.1. Статистика и исследования.

По данным Минэкономразвития, в 2023–2024 гг. российские компании направили на благотворительность 93,4 млрд руб.

По данным всероссийского исследования ВЦИОМ, в ноябре 2024 г. 28 % россиян знали о том, что такое корпоративное волонтерство. Каждый 4-й сотрудник компании имел опыт участия в волонтерских мероприятиях, организованных работодателем, при этом 17 % участвовали в них многократно.

Исследование выявило без преувеличения огромный потенциал для дальнейшего развития корпоративного добровольчества: 72 % сотрудников выражали готовность участвовать в корпоративных волонтерских программах. Особенно высока мотивация у тех, кто уже имел подобный опыт: 90 % готовы продолжить участие, а среди тех, кто ранее не участвовал, интерес к волонтерским мероприятиям проявляют 65 %, что тоже немало.

Согласно исследованию НАФИ, проведенному в 2025 г., наибольший интерес у корпоративных волонтеров вызывает социальное волонтерство (39 %), экологические инициативы (35 %), помощь животным и благотворительные пожертвования (по 27 %). Совсем не готовы к волонтерству лишь 19 % опрошенных.

Корпоративное волонтерство всё чаще воспринимается как стратегический элемент устойчивого развития бизнеса. В исследовании 2025 г. от Kept «Корпоративное волонтерство. Путь к созданию ценности для бизнеса и общества» указано, что вклад корпоративного волонтерства в российскую экономику по итогам 2023 г. составляет 293,5 млрд руб.

Неотъемлемая стратегия

Социальная ответственность стала неотъемлемой частью стратегии российского бизнеса

Ключевой элемент добровольчества

Корпоративное волонтерство — стратегический приоритет для России и ключевой элемент развития добровольчества

Устойчивое будущее

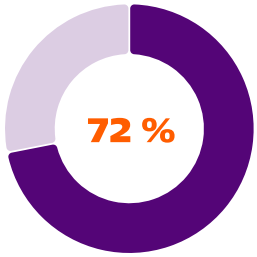
Бизнес объединяет прибыль с пользой: активно взаимодействует с НКО и стимулирует социальное предпринимательство



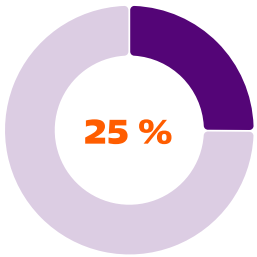
Это прямой вклад свыше 210 000 работников компаний и почти треть от общего вклада волонтерства в экономику – 0,65 % валового внутреннего продукта. В России около 39 % российских компаний реализуют корпоративные волонтерские программы (каждая 3-я компания). Компании с высоким уровнем вовлечения сотрудников демонстрируют более высокий доход на одного сотрудника, до 26 %, и более высокую общую прибыль для акционеров, до 13 %.

Исследования показывают высокую готовность сотрудников российских компаний к участию в корпоративных добровольческих программах. Работающие граждане демонстрируют действительно высокий уровень социальной ответственности.

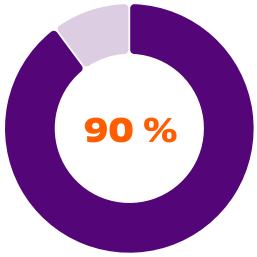
Статистика вовлеченности сотрудников



Сотрудников готовы участвовать в корпоративных волонтерских программах



Принимали участие в волонтерских мероприятиях



Готовы продолжить участие в корпоративных волонтерских программах

Социальное волонтерство

39 % опрошенных проявляют наибольший интерес к социальной тематике

Экологические инициативы

35 % 35% корпоративных волонтеров интересуются защитой окружающей среды

Помощь животным и благотворительность

27 % интересует помощь животным и благотворительные пожертвованиями

3.2. Правовое регулирование.

В Российской Федерации отсутствуют специальные нормативные акты, регулирующие корпоративную благотворительность и волонтерство. Развитие соответствующих программ происходит в рамках действующего общего законодательства о добровольчестве и в значительной мере опирается на механизмы саморегулирования и лучшие практики. Такой подход обеспечивает необходимую гибкость: каждая компания может создавать формат и наполнять содержанием благотворительные и волонтерские инициативы в соответствии со своими стратегическими целями, корпоративной культурой и доступными ресурсами.

Правовую основу добровольчества составляют следующие документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (Глава 4 – «Юридические лица»).
2. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».
3. Федеральный закон от 19.05.1995 № 82-ФЗ «Об общественных объединениях».
4. Федеральный закон от 17.06.1996 № 74-ФЗ «О национально-культурной автономии».
5. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)».
6. Федеральный закон от 04.11.2014 № 327-ФЗ «О меценатской деятельности».



3.3. Инфраструктура поддержки корпоративного волонтерства.

Экосистема социального развития «Добро.рф»

Национальный совет по корпоративному волонтерству

добро.рф стратегический партнер для бизнеса

Добро.рф – крупнейшая экосистема социального развития в России, которая объединяет волонтеров, НКО, бизнес и государство в единое целое. Это национальная инфраструктура, соединяющая людей, проекты и ресурсы. На платформе зарегистрировано более 9 млн пользователей и свыше 180 000 тысяч организаторов. В совокупности реализовано более 1 млн добрых дел. Для бизнеса взаимодействие с Добро.рф означает прямой доступ к широчайшей аудитории потенциальных волонтеров, НКО и социальных партнеров.

Деятельность Добро.рф регламентируется Федеральным законом от 11 августа 1995 г. 20 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)». Кроме того, порядок работы закреплен постановлением Правительства РФ от 17 августа 2019 г. № 1067.

СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕКА В ФОРМАТЕ 360°

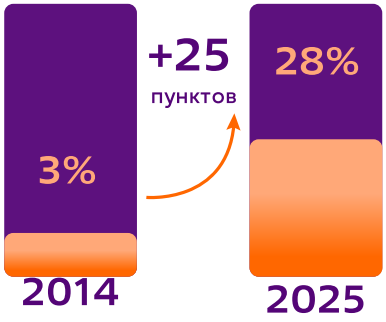


В 2024 г. Ассоциация «Добро.рф» отметила свой 10-летний юбилей – больше 10 лет мы объединяем всех, кто стремится делать мир вокруг себя добрее и лучше. Мы прошли значительный путь, который начался с волонтерского наследия Олимпийских игр в Сочи, после чего инициатива развития добровольческого движения была поддержана президентом Российской Федерации В. В. Путиным и была учреждена Ассоциация волонтерских центров.

Главное, что нам удалось сделать, – это сформировать в России культуру взаимопомощи и устойчивый тренд на добро. Согласно данным ВЦИОМ, 36 % граждан уже являются добровольцами, 54 % готовы к ним присоединиться, а 81 % россиян хотят, чтобы волонтерами стали их дети и внуки. Это результат, которым мы по праву гордимся.

ЧТО УДАЛОСЬ ДОСТИЧЬ ВМЕСТЕ ЗА 11 ЛЕТ

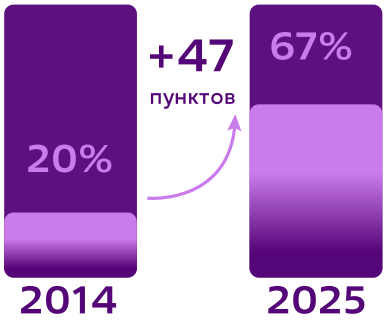
Рост участия волонтеров



> 9 млн
пользователей на добро.рф

1 185 746
добрых дел совершено на добро.рф

Рост потенциала участия



641 237
полезных действий в месяц на **добро.рф**

Доверие и потенциал



91%
доверия к волонтерским организациям



76%
россиян хотят, чтобы их дети или внуки стали добровольцами



49%
знаваемость бренда Добро.рф

*все данные по ВЦИОМ

НА ДОБРО.РФ ЗАРЕГИСТРИРОВАНО ОРГАНИЗАТОРОВ – > 180 000 ⇨ **65%** конверсия

Школы – **24 939** | Общ. Объединения – **8 843** | Органы власти – **2 470**

Гос. учреждения – **23 106** | НКО – **18 542** | ВУЗ – **2 557**

Коммерческие организации – **4 249** | ССУЗ – **2 577**

добро.рф

самая посещаемая платформа в мире

1,8 млн	пользователей ежемесячно
5 тысяч	среднее количество регистраций в день
180 695 530	часов посвящено добровольческой деятельности

Партнеры

росмолодёжь

Министерство экономического развития Российской Федерации

АСИ Национальная Социальная Инициатива

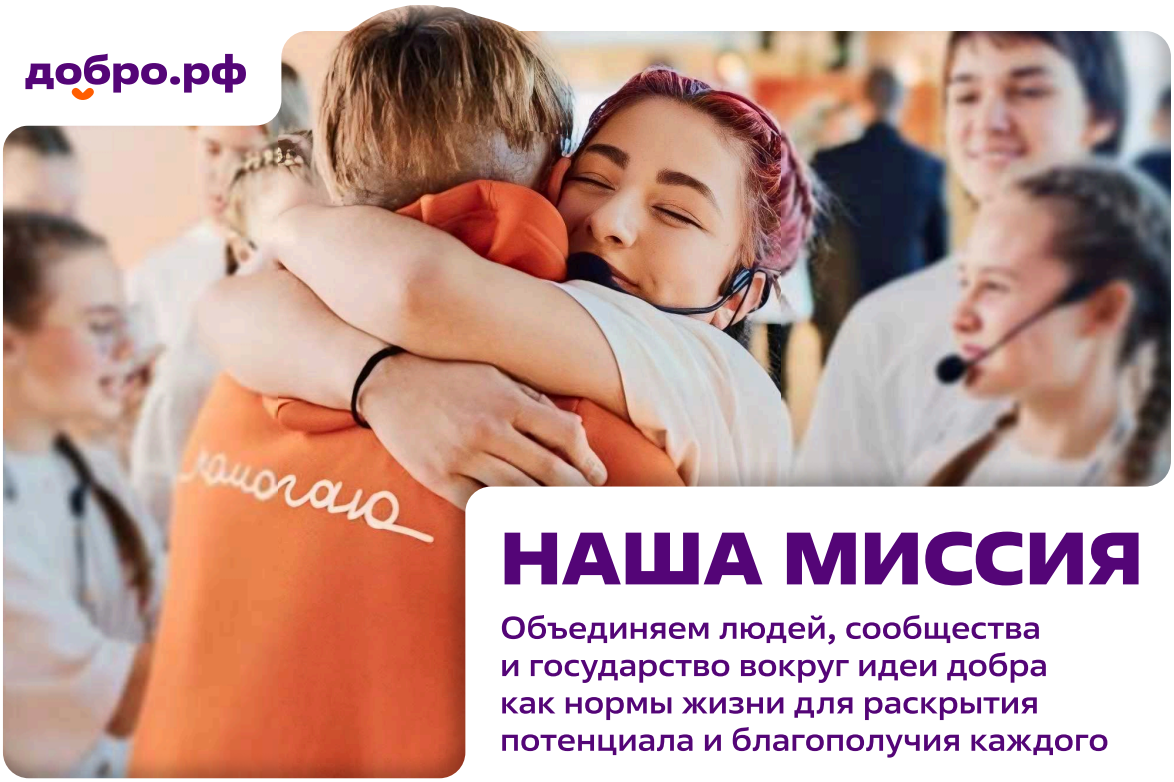
Общественная палата Российской Федерации

ФОНД ПРЕЗИДЕНТСКИХ ГРАНТОВ

НАРОДНЫЙ ФРОНТ

РОСАТОМ

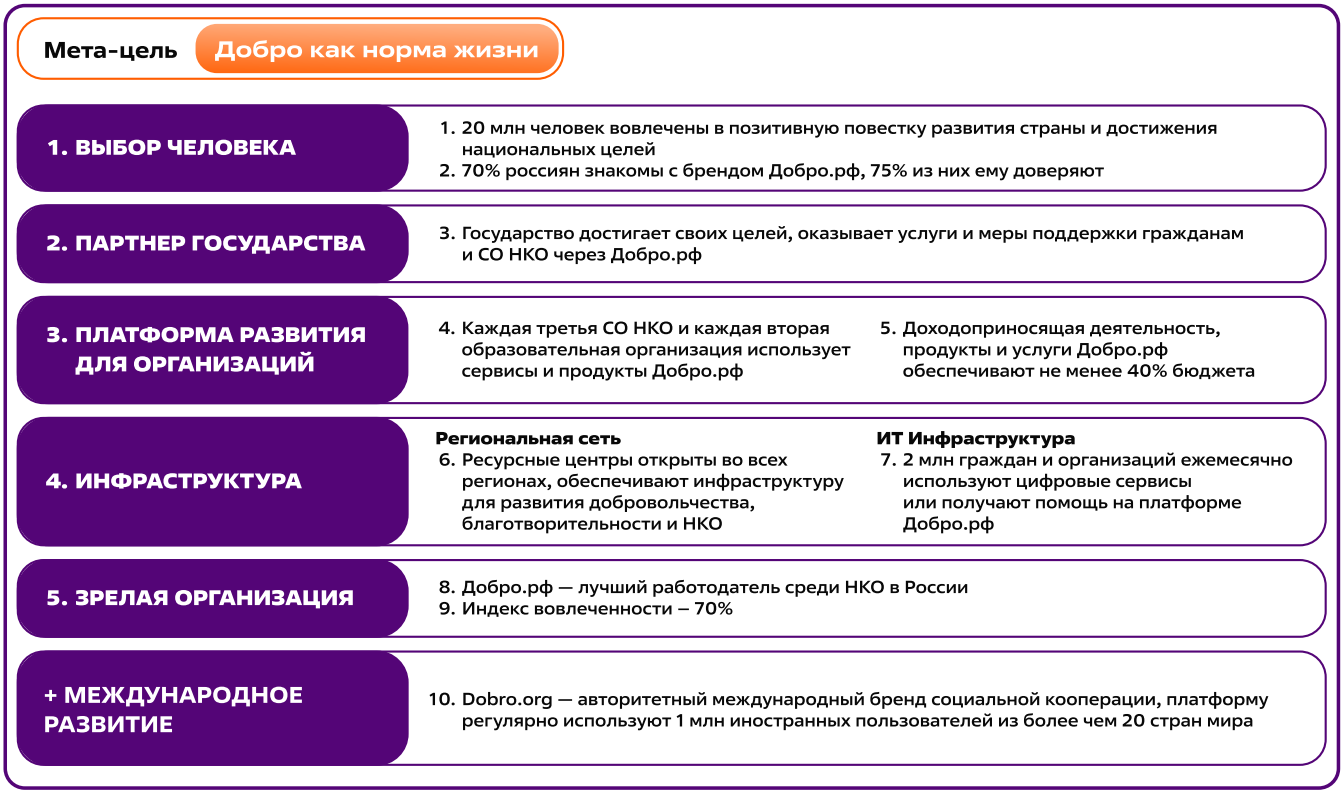
Однако жизнь не стоит на месте, и мы должны ставить перед собой новые, еще более амбициозные цели. Свою новую миссию мы сформулировали так: «Объединяем людей, сообщества и государство вокруг идеи добра как нормы жизни для раскрытия потенциала и благополучия каждого». Формулировка миссии подчеркивает ключевую роль Ассоциации как национального интегратора, который создает условия для синергии частных инициатив, корпоративных программ и государственных проектов, превращая отдельные поступки в мощное общественное движение.



НАША МИССИЯ

Объединяем людей, сообщества и государство вокруг идеи добра как нормы жизни для раскрытия потенциала и благополучия каждого

Чтобы в полной мере реализовать эту миссию, вместе с нашими партнерами из некоммерческого сектора, государственных институтов и бизнеса мы приняли новую Стратегию развития организации до 2030 г., направленную на комплексное развитие гражданского общества в России. Мы выстроили ее исходя из того, как мы хотим повлиять на каждого человека и семью, общество, государство, бизнес и мир.



В рамках стратегии реализуются программы, развивается инфраструктура поддержки в регионах, создаются условия для развития социальной активности, большую роль в которой играют работодатели и предприниматели.

Бизнес строит устойчивое будущее, объединяя прибыль с пользой. Компании взаимодействуют с НКО, вовлекают работников в волонтерские программы и стимулируют появление социальных предпринимателей. Социальная ответственность – часть смысла и стратегии российских компаний.

Мы стремимся стать для российского бизнеса ключевым партнером и провайдером решений в сфере КСО и устойчивого развития, предлагая несколько продуктов и программ:

1. Платформа Добро.рф, объединяющая сегодня свыше 9 млн пользователей и тысячи проектов из всех городов нашей страны. Платформа постоянно развивается, наполняясь новыми сервисами, в том числе цифровыми решениями в области КСО, готовыми инструментами для организации корпоративного волонтерства, pro bono-инициатив и партнерств с верифицированными НКО.

Платформа позволяет автоматизировать вашу работу с корпоративными добровольцами через специальную CRM-систему, внедрить программу мотивации и признания, использовать инструменты онлайн-обучения, а также проводить корпоративные конкурсы и многое другое.

Важно отметить, что ЕИС «Добро.рф» интегрирована с «Госуслугами» и весь накопленный корпоративными добровольцами опыт фиксируется в официальной электронной книжке волонтера, может быть верифицирован и использован для получения различных наград и мер поощрения.

Волонтерскую книжку можно подтвердить на «Госуслугах» и распечатать в любом МФЦ России. Электронная книжка интегрирована с суперсервисом «Поступление в вуз онлайн» и порталом hh.ru. Благодаря этому опыт волонтера становится частью карьерной траектории. Для бизнеса это значит, что корпоративные волонтеры могут официально подтверждать свою активность и использовать ее как карьерное преимущество.

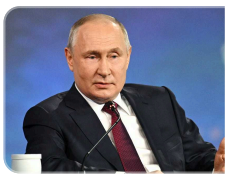
Единый Добро ID для всех сервисов

госуслуги × мои документы = добро.рф × добро·центр

Удобно и эффективно

Инфраструктура поддержки (региональная сеть). Мы формируем 3-уровневую систему поддержки гражданских инициатив. На федеральном уровне – Ассоциация и федеральные движения, входящие в ее состав, на региональном – ресурсные центры во всех субъектах России, а на муниципальном уровне эту роль выполняет сеть центров общественного развития «Добро.Центр», которая охватывает более 700 городов страны. Взаимодействие с этими центрами позволяет масштабировать ваши инициативы и интегрировать с региональной повесткой.

Организатор системы взаимопомощи и инфраструктуры, предоставляющей возможность проявлять ответственность, помогать другим, получать помощь



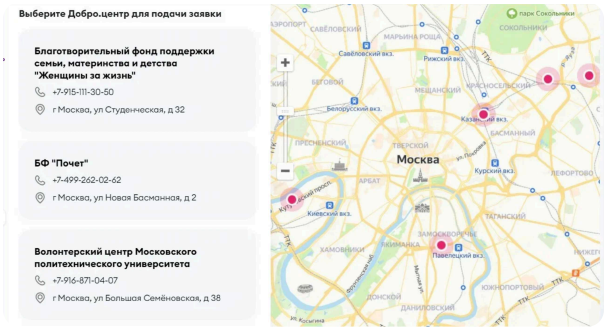
По поручению Президента России развивается инфраструктура поддержки

Региональный уровень:
РЕСУРСНЫЕ ЦЕНТРЫ ДОБРО.РФ СОЗДАНЫ В 88 РЕГИОНАХ



Статус закреплен в федеральном законе
В соответствии с Порядком в 2025 году определены 15 регионов (статус возложен НПА ВДЛ)

- На платформе Добро.рф пользователи получают доступ к новым сервисам
- Запись в Добро.Центр и получение поддержки через платформу

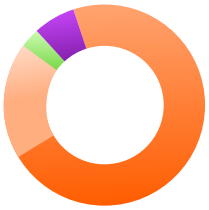


Муниципальный уровень: развитие сети центров общественного развития «Добро.Центр»

1 026
Добро.Центров

в 688
муниципальных образованиях

в 84 региона
+ 1 СНГ (Кыргызстан)



Функция: вовлечение жителей в гражданскую активность и поддержка местных сообществ

Образование и кадровый потенциал. Ассоциация обладает большим опытом в организации и проведении образовательных программ. По поручению президента России Владимира Путина эволюционирует Академия развития гражданского общества «Добрино», а на платформе «Добро.рф» мы обучили уже свыше 900 000 человек. Кроме того, мы активно внедряем социальное проектирование в систему высшего, среднего профессионального и общего образования через программу «Обучение служением», охватывающую 590 университетов. Программы обучения предоставляют курсы, методические материалы и практические кейсы для добровольцев, НКО и корпоративных команд. Эти инструменты помогают компаниям готовить сотрудников для участия в социальных проектах и развивать их компетенции.

ДОБРИНО
экосистема добро

Академия развития гражданского общества

Фокус

развитие гражданского общества и добровольчества

Целевая аудитория — лидеры социальных изменений

- Молодежь
- Управленцы
- Лидеры общественного мнения
- Руководители НКО и общественных организаций
- Социальные предприниматели
- Профильные госслужащие – кураторы сферы



В 2025 году очное обучение по программам «Добрино» пройдет не менее 6 000 человек

Оператор развития гражданского образования и «третьей миссии»

обучение служением
экосистема добро

Студенты и школьники реализуют социальные проекты по решению реальных общественно значимых задач в партнерстве с НКО, государством и бизнесом в рамках учебного процесса



302 112 обучающихся
1527 школ
590 университетов
115 колледжа

Студенты, имеющие опыт «Обучения служением», стали проявлять гражданскую ответственность **в 3 раза больше**

2025—2030

Уровень 1 **Добро как увлечение**
Проведение информационных кампаний, геймификация добровольчества, а также выстраивание системной работы с волонтерскими центрами и их методическое сопровождение

Уровень 2 **Добро как компетенция**
Открытие нового направления подготовки «Менеджер социально ориентированных организаций

Уровень 3 **Добро как карьера**
Профессиональное развитие студентов в третьем секторе экономики через карьерный трек в вузах и стажировки в НКО. Запуск направления подготовки «Менеджер социально ориентированных организаций»

На Добро.рф:

2 470 ВУЗов | **2 577** ССУЗа | **24 939** школы

Учет волонтерства при поступлении

130 вузов — 2020 год → **599** вузов + колледжи — 2025 год

Поддержано Д.Н. Чернышенко в 2025 году:

- Разработка концепции «третьей миссии» университетов
- Открытие нового направления подготовки «Менеджер социально ориентированных организаций»
- Запуск сервиса практик, стажировок и трудоустройства в НКО через Добро.рф и Центры карьеры



Программы массового вовлечения

Ежегодно Ассоциация «Добро.рф» проводит десятки всероссийских и международных мероприятий.

международная премия и форум **#МЫВМЕСТЕ** проводится ежегодно и призвана выявлять, а также поддерживать лучшие социальные проекты, реализуемые НКО, компаниями и добровольцами.

Малые, средние и крупные компании могут подать свои программы на Премию и получить признание на региональном или федеральном уровне. Награду лучшим ежегодно вручает лично президент России Владимир Путин.

Это лишь немногие наши проекты. Больше информации можно получить на сайте «Добро.рф». Таким образом, крупнейшая экосистема социального развития в России «Добро.рф» активно вовлечена в цели развития корпоративного волонтерства. Для нас это один из важнейших приоритетов для развития устойчивой экономики, осознанного общества и в целом благополучия и стабильности России.

DOBRO.RU









НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ
ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ) с 2014 г. является площадкой для взаимодействия российского бизнеса, органов власти и НКО с целью развития корпоративного волонтерства.

1 559 АКЦИЙ В РЕГИОНАХ
(+ 1028)

2025 ГОД

21 500 КОРПОРАТИВНЫХ ВОЛОНТЕРОВ
(+ 8870)



Гуманитарная помощь



Экология и охрана окружающей среды



Социальное волонтерство



Компетентностное и про боно



Местные сообщества



Здоровье и спорт



Дискуссионные площадки

1. **Объединение усилий:** содействие совместной работе компаний для развития корпоративного волонтерства в России.

2. **Распространение лучших практик:** создание возможностей для обмена опытом и тиражирования успешных волонтерских программ и инициатив.

3. **Разработка методологии и стандартов:** формирование общих подходов и инструментов для запуска и реализации корпоративных волонтерских программ.

4. **Информационная и экспертная поддержка компаний, развивающих волонтерские практики:** оказание консультационной помощи компаниям и волонтерским инициативам.

5. **Создание условий для коммуникации:** организация площадок для взаимодействия организаторов волонтерской деятельности в компаниях, а также с профессионалами некоммерческого сектора и другими заинтересованными сторонами.

6. **Повышение эффективности волонтерских программ:** развитие системы оценки и совершенствование деятельности в области корпоративного волонтерства.

7. **Демонстрация общественной значимости корпоративного волонтерства, его** роли в преодолении современных социальных вызовов и в решении социальных и экологических проблем страны.

«В целях распространения корпоративного добровольчества (волонтерства) и укрепления уровня его общественного признания будет обеспечиваться масштабирование корпоративных добровольческих (волонтерских) проектов при содействии Национального совета по корпоративному добровольчеству».

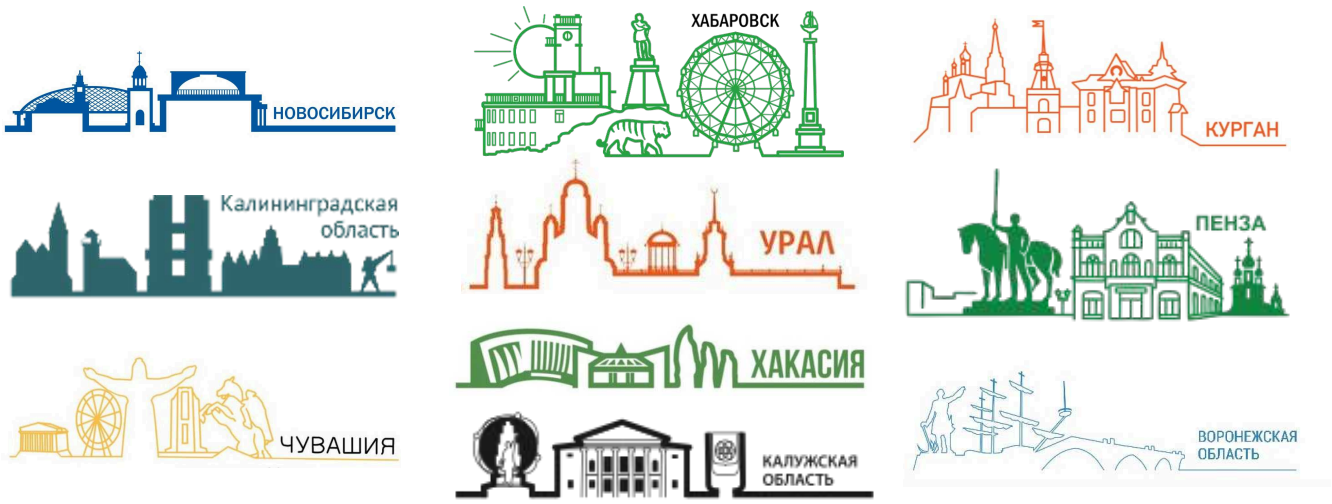
По состоянию на 2025 г. НСКВ объединяет **> 470** компаний-участников практически всех отраслей российской экономики.

479 (+119) УЧАСТНИКИ НСКВ В РАЗРЕЗЕ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ

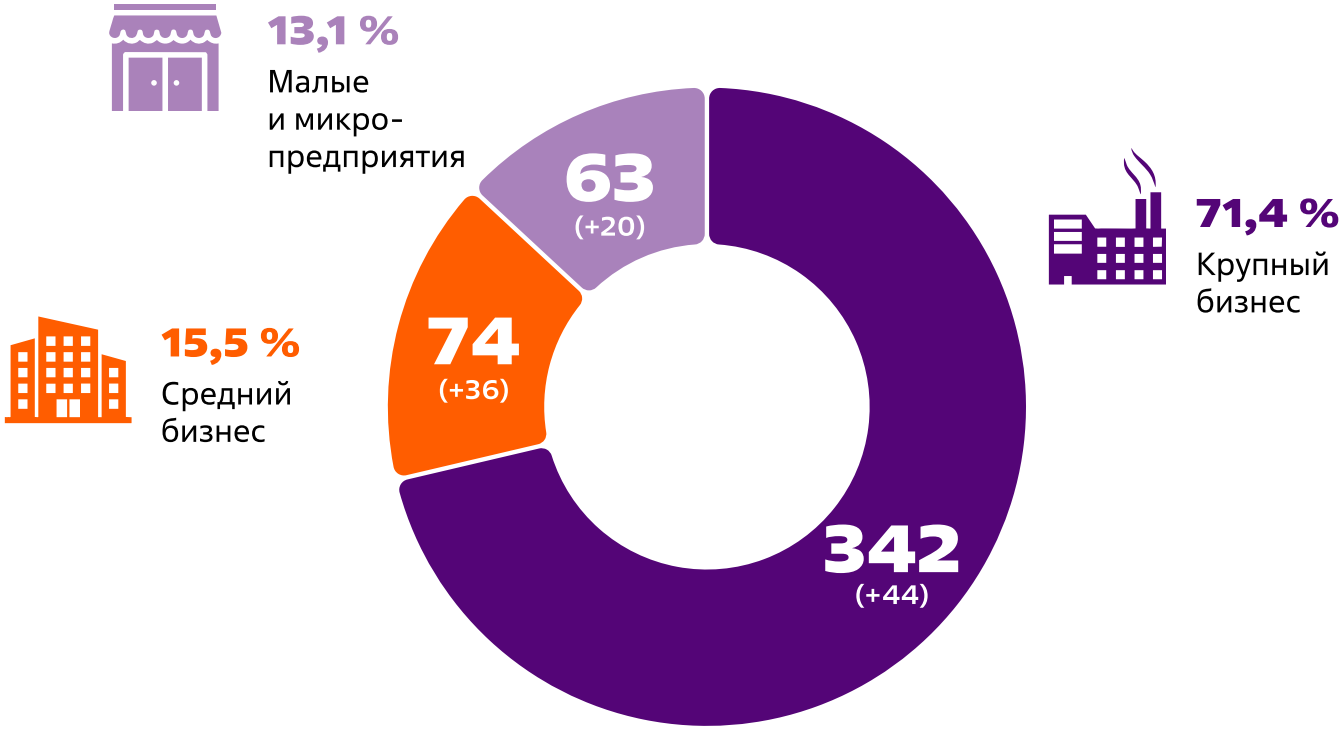


Особенностью структуры НСКВ является развитие сети региональных представительств, что важно с учетом географической протяженности страны. Такой подход помогает учитывать особенности городов и регионов. Он позволяет культивировать корпоративное волонтерство по всей стране, а также получать от него максимальный социальный эффект, несмотря на разницу в экономическом и социальном развитии регионов.

РАСШИРЯЕМ ГОРИЗОНТЫ: 42 РЕГИОНА



НСКВ функционирует как информационно-экспертный центр в области корпоративного волонтерства, создающий новые эффективные способы и инструменты сотрудничества, а также обеспечивающий наставническую поддержку для новых участников сообщества. Так формируется и укрепляется экосистема корпоративного волонтерства, в которой опытные участники делятся знаниями и практиками с начинающими, в итоге качество и эффективность волонтерских проектов растут по всей стране. НСКВ формирует и поддерживает среду, в которой различные участники – компании, НКО и государственные структуры – взаимодействуют для достижения общих целей.



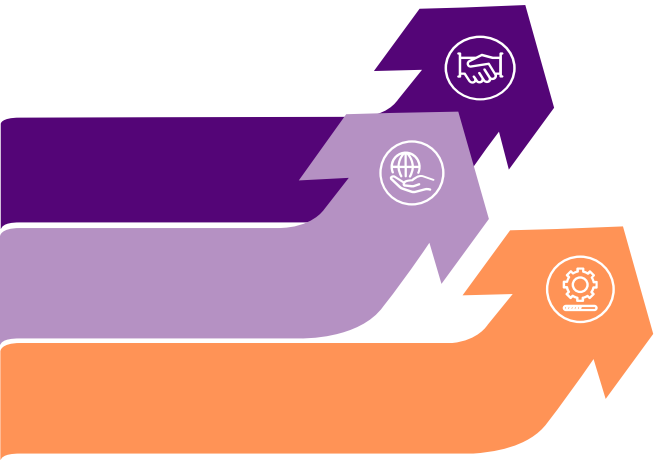
МИССИЯ НСКВ

ПОСТРОЕНИЕ ОТКРЫТОГО ПАРТНЕРСТВА С ЦЕЛЬЮ РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРАКТИК КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА И КРОСС-СЕКТОРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ БИЗНЕСА И МЕСТНЫХ СООБЩЕСТВ

Деятельность НСКВ основана на 3 ключевых принципах: открытость – обеспечение прозрачности всех процессов и решений; партнерство – выстраивание конструктивного диалога между всеми заинтересованными сторонами; эффективность – ориентация на достижение измеримых и значимых результатов НСКВ.

НСКВ разработал стратегию развития до 2030 г. В документе выделены 4 ключевых направления, в которых отражены подходы к развитию корпоративного добровольчества.

СТРАТЕГИЯ НСКВ



НСКВ И ГОСУДАРСТВО

ПОДДЕРЖАНИЕ И РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА в стране через усиление роли корпоративного волонтерства **В ДОСТИЖЕНИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ** развития и увеличение доли социально активных граждан среди сотрудников компаний

АРГУМЕНТИРОВАННАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ ВКЛАДА корпоративного волонтерства **В ЭКОНОМИКУ** страны и создание общественного блага

РАЗРАБОТКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ для **СОЗДАНИЯ УСЛОВИЙ ИНСТРУМЕНТОВ**, стимулирующих компании к широкому вовлечению сотрудников в волонтерские проекты во взаимодействии с государством

НСКВ И БИЗНЕС

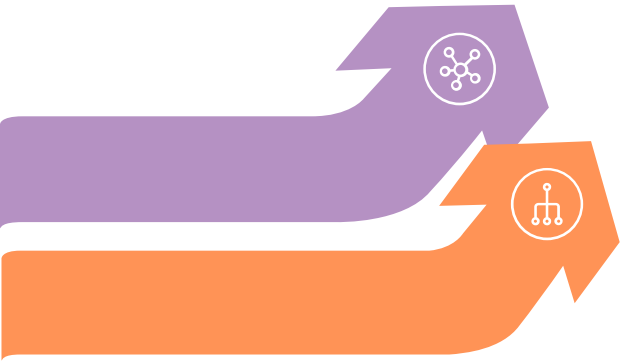
Содействие институционализации корпоративного волонтерства **В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС - ПРОЦЕССАМИ** компании

Развитие инструментов оценки программ корпоративного волонтерства через разработку **ЕДИНОЙ СИСТЕМЫ ИЗМЕРЕНИЯ ВКЛАДА** корпоративного волонтерства в устойчивые изменения в обществе и окружающей среде

РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ И КОМПЕТЕНЦИЙ СОТРУДНИКОВ через участие в волонтерских инициативах для вовлечения и удержания персонала в условиях кадрового дефицита

РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ участия в волонтерских инициативах компаний-участников **НСКВ** представителей **МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**





НСКВ И ОБЩЕСТВО

Развитие активных сообществ корпоративных волонтеров в регионах и усиление **ИНТЕГРАЦИИ В МЕСТНЫЕ СООБЩЕСТВА** для совместного решения социальных проблем и улучшения качества жизни граждан

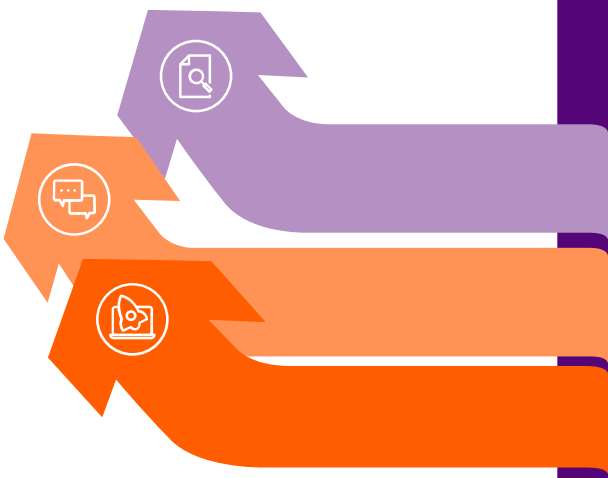
ВКЛАД В УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ территорий через создание возможностей **ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА** между региональными представительствами **НСКВ** и заинтересованными сторонами

НСКВ КАК СИСТЕМА

Развитие НСКВ как **ИНФОРМАЦИОННО – ЭКСПЕРТНОГО ЦЕНТРА** в области корпоративного волонтерства

Создание новых эффективных способов и инструментов сотрудничества и наставничества **ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ НОВЫХ УЧАСТНИКОВ СООБЩЕСТВА**

Поддержание открытости и инклюзивности, неформального подхода, **АТМОСФЕРЫ ДОВЕРИЯ И ВДОХНОВЕНИЯ** для участников сообщества



Участие в НСКВ позволяет компаниям любой величины и уровня зрелости практик КСО получить экспертную и методическую поддержку для развития корпоративного волонтерства.

Для малого и среднего предпринимательства НСКВ предоставляет доступ к базе знаний и готовым методическим решениям. Это позволяет малым предприятиям при минимуме затрат инициировать волонтерские программы и управлять ими, интегрируя их в свою корпоративную культуру.

Для крупных корпораций на начальном этапе развития КСО НСКВ выступает в роли акселератора, позволяя значительно сократить время на разработку и внедрение системного подхода к корпоративному волонтерству. Доступ к апробированным практикам и экспертной сети помогает избежать типичных ошибок и быстро перейти к реализации масштабных социально ориентированных проектов.

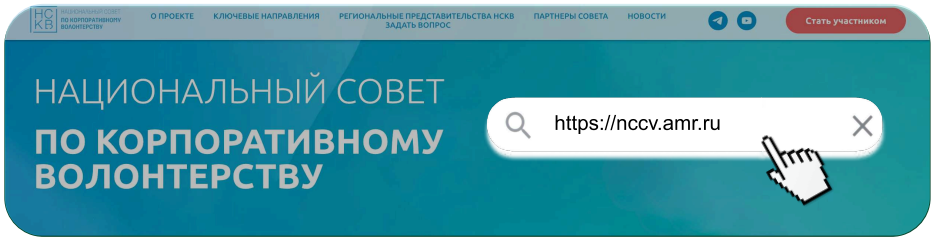
Для компаний с развитыми программами КСО участие в НСКВ предоставляет платформу для бенчмаркинга, обмена лучшими практиками с лидерами и поиска партнеров для реализации межкорпоративных социальных проектов.

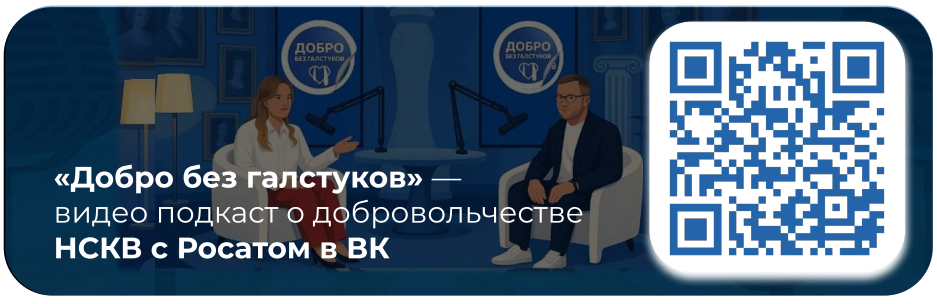
Одной из основ работы НСКВ является отсутствие финансовых барьеров для вступления. Участие в НСКВ не требует каких-либо денежных взносов. То есть равный доступ имеют и отраслевые гиганты, и локальные предприятия. Вклад участников НСКВ измеряется нематериальными активами: временем, профессиональными компетенциями сотрудников, отраслевой экспертизой и организационными ресурсами.

НСКВ – платформа для взаимодействия, которая приносит значимую пользу каждому участнику, независимо от его текущего опыта и дальнейших целей в области корпоративного волонтерства.

НАШИ КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ







ГЛАВА 4. КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ

4.1. Национальные цели развития РФ до 2030 и 2036 гг.

- Перечень национальных целей
- Роль бизнеса в их достижении

В 2024 г. президент Российской Федерации подписал Указ № 3 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года». Документ задает высокую планку социально-экономического развития страны, решение поставленных задач требует комплексного подхода и участия всех общественных секторов.

Стратегия Ассоциации «Добро.рф» является прямым и осознанным откликом на задачи, поставленные президентом РФ. Ключевой ориентир нашей деятельности – достижение национальной цели по вовлечению не менее 45 % молодых людей в добровольческую и общественную деятельность к 2030 г. Мы рассматриваем себя как основной инструмент и партнера государства в решении этой амбициозной задачи.

Указом определены следующие национальные цели развития Российской Федерации:

1. сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи;
2. реализация потенциала каждого человека, развитие его талантов, воспитание патриотичной и социально ответственной личности;
3. комфортная и безопасная среда для жизни;
4. экологическое благополучие;
5. устойчивая и динамичная экономика;
6. технологическое лидерство;
7. цифровая трансформация государственного и муниципального управления, экономики и социальной сферы.

В современной российской практике национальные цели развития России выступают одним из стратегических ориентиров, дополняющих глобальную повестку устойчивого развития и ESG-принципы. Интеграция социальной активности компаний с национальными приоритетами стала стандартом корпоративного управления. Такой подход основан на фундаментальном понимании того, что устойчивое развитие бизнеса невозможно без процветания регионов и всей страны в целом.

Особое значение для делового сообщества имеет следующая национальная цель: «реализация потенциала каждого человека, развитие его талантов, воспитание патриотичной и социально ответственной личности».

Она напрямую соотносится с ключевым активом любой компании – ее сотрудниками. Работодатель играет здесь критически важную роль, выступая не просто источником заработка, но и социальным лифтом, средой для роста и самореализации. Активное участие бизнеса в достижении этой цели – это не только вклад в общегосударственные задачи, но и стратегическая инвестиция в собственный кадровый потенциал, в укрепление корпоративной культуры и репутации.

Таким образом, интеграция усилий бизнеса с национальными приоритетами позволяет компаниям внести осмысленный и эффективный вклад в будущее страны. «Добро.рф» видит в лице ответственного работодателя ключевого союзника в создании среды, в которой профессиональный рост неразрывно связан с личностным и гражданским становлением.

4.2. Вклад корпоративного волонтерства и благотворительности в решение глобальных и национальных задач.

- Глобальная повестка: Цели устойчивого развития (ЦУР)
- Национальный фокус: вклад в цели развития России

Как показывает исследование **Ассоциации грантодающих организаций «Форума Доноров»,** для компаний основной целью развития корпоративного волонтерства и благотворительности является решение социальных проблем. Как правило, компании соотносят свою социально ответственную деятельность с Целями устойчивого развития ООН и национальными целями развития России.

У **84 %** компаний, участвующих в добровольчестве и благотворительности, приоритетом является повышение устойчивости бизнеса и развитие регионов присутствия – комплексная цель социальных инвестиций, охватывающая все составляющие устойчивого развития.

Глобальная повестка: цели устойчивого развития

В 2015 г. все страны – члены ООН приняли Повестку дня в области устойчивого развития до 2030 года. В ее основе лежат 17 целей устойчивого развития – это глобальный план по улучшению жизни людей, защите планеты и достижению всеобщего процветания. Они охватывают такие сферы, как борьба с бедностью, качественное образование, гендерное равенство, чистая энергия, ответственное потребление и сохранение экосистем.

Зачем это бизнесу? Участие в достижении ЦУР – стратегический подход, который помогает компании:

1. Укрепить репутацию и повысить лояльность клиентов и партнеров.
2. Привлекать и удерживать талантливых сотрудников, особенно среди молодежи.
3. Снижать риски, связанные с экологическими и социальными проблемами.
4. Соответствовать ожиданиям инвесторов и общества, двигаясь в русле мировых трендов.
5. Национальные стратегии большинства стран, включая Россию, так или иначе соотносятся с глобальной повесткой ЦУР.

Национальный фокус: вклад в цели развития России

В России стратегические приоритеты определены в национальных целях развития до 2030 и на перспективу до 2036 гг. Добровольческие инициативы бизнеса вносят прямой или опосредованный вклад в достижение целого ряда критериев национальных целей РФ.

Например, опосредованным вкладом в достижение критериев национальной цели «Цифровая трансформация государственного и муниципального управления, экономики и социальной сферы» могут быть просветительские мероприятия для населения с участием корпоративных волонтеров, которые помогут изучить современные технологии, пользоваться различными онлайн-сервисами. Прямым вкладом в достижение критериев может считаться собственно разработка цифровых сервисов и платформ. А волонтерские проекты помогают сократить цифровой разрыв и сделать эти сервисы доступными и эффективно работающими для всех.

Еще один пример: корпорации организуют серию спортивных мероприятий, проводят акции по уборке парков и скверов, проводят дни здоровья для пожилых граждан. Такие программы можно рассматривать в контексте национальной цели «Сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи», ведь все эти меры направлены на здоровьесбережение и профилактику заболеваний, тем самым дополняя государственные усилия.

КАК КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО МОЖЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ?

Национальная цель	Критерии, в достижение которых волонтерские организации вносят прямой или опосредованный вклад	Тематика, содержание корпоративных и/или волонтерских активностей бизнеса
Сохранение населения, укрепление здоровья и повышение благополучия людей, поддержка семьи	а) увеличение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет к 2030 г. и до 81 года к 2036 г., в том числе опережающий рост показателей ожидаемой продолжительности здоровой жизни; б) снижение к 2030 г. суммарной продолжительности временной нетрудоспособности граждан в трудоспособном возрасте на основе формирования здорового образа жизни, создания условий для своевременной профилактики заболеваний и привлечения граждан к систематическим занятиям спортом; в) повышение к 2030 году уровня удовлетворенности граждан условиями для занятий физической культурой и спортом	Внутрикорпоративные мероприятия и поддержка местных сообществ, например: • поддержка и организация дней здоровья (помощь в проведении акций по измерению давления, профилактике вредных привычек и т. п., • мастер-классы по ЗОЖ, уроки здоровья, проведение тренировок, экскурсий для граждан всех возрастов, инклюзивные меропориятия, • донорство, • поддержка спортивных мероприятий, • волонтерство в медучреждениях для сотрудников и местных сообществ
Реализация потенциала каждого человека, развитие талантов, воспитание патриотичной и социально ответственной личности	а) увеличение к 2030 г. доли молодых людей, участвующих в проектах и программах, направленных на профессиональное, личностное развитие и патриотическое воспитание, не менее чем до 75 %; б) увеличение к 2030 г. доли молодых людей, верящих в возможности самореализации в России, не менее чем до 85 %; в) увеличение к 2030 г. доли молодых людей, вовлеченных в добровольческую и общественную деятельность, не менее чем до 45 %	• проведение дней открытых дверей на предприятиях с участием сотрудников-волонтеров, которые рассказывают о профессиях и работе в компании, • вовлечение молодых сотрудников, студентов профильных факультетов в социально значимые и экологические волонтерские инициативы, • поддержка и организация силами корпоративных волонтеров патриотических мероприятий, например, акции по уходу за памятниками и др. историческими объектами

КАК КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО МОЖЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЕЙ?

Национальная цель	Критерии, в достижение которых волонтерские организации вносят прямой или опосредованный вклад	Тематика, содержание корпоративных и/или волонтерских активностей бизнеса
Комфортная и безопасная среда для жизни	а) улучшение качества среды для жизни в опорных населенных пунктах на 30 % к 2030 г. и на 60 % к 2036 г.; б) благоустройство не менее 30 000 общественных территорий и реализация в малых городах и исторических поселениях не менее 1600 проектов победителей Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды к 2030 г.	• организация экологических инициатив (уборка мусора, высадка деревьев, создание зеленых зон в населенных пунктах, акции по раздельному сбору мусора, очистка водоемов и т. п.), • участие в благоустройстве территорий (поддержка инфраструктуры, помощь в адаптации городских пространств для маломобильных граждан и т. п.)
Экологическое благополучие	а) сохранение лесов и биологического разнообразия, устойчивое развитие особо охраняемых природных территорий и создание условий для экологического туризма во всех национальных парках	• организация экологических инициатив, связанных с помощью особо охраняемым природным территориям, • помощь в создании условий для экологического туризма
Цифровая трансформация государственного и муниципального управления, экономики и социальной сферы	а) увеличение к 2030 г. до 99 % доли предоставления массовых социально значимых государственных и муниципальных услуг в электронной форме, в том числе внедрение системы поддержки принятия решений в рамках предоставления не менее 100 массовых социально значимых государственных услуг в электронной форме в проактивном режиме или при непосредственном обращении заявителя за счет внедрения в деятельность органов государственной власти единой цифровой платформы	• образовательные мероприятия, организованные силами корпоративных волонтеров, для различных групп населения по использованию цифровых технологий, работе с государственными онлайн-сервисами, • разработка инструкций и видеоуроков для населения, • организация волонтерских групп для регулярной помощи пожилым людям и гражданам с особыми потребностями

4.3 Связь национальных проектов России и ЦУР ООН.

Национальные проекты России являются ключевым инструментом достижения национальных целей и во многом соответствуют глобальной повестке ЦУР.

Таким образом, участвуя в волонтерских программах, ориентированных на нацпроекты, активные компании вносят вклад и в достижение глобальных целей.

росмолодёжь

добро.рф

НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

РАЗДЕЛ 2

НАПРАВЛЕНИЯ И ФОРМАТЫ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

ГЛАВА 1.
КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ

- Направления (Кому помогать?)
- Форматы (Как помогать?)
- Как связаны направления и форматы?

Направления и форматы корпоративного волонтерства – 2 аспекта организации добровольческой деятельности в компаниях.

Направления можно сравнить с мелодией. Это тема, которую выбирает компания: помощь детям, забота о природе или поддержка пожилых людей. Форматы – это музыкальные инструменты, которые эту мелодию исполняют. Скажем, небольшие локальные инициативы звучат, как флейта, не слишком громко, тонко и точно. Массовые корпоративные акции – как труба и барабан: громко, ярко, привлекают всеобщее внимание. Комплексные программы – это, конечно, оркестр. То есть одна и та же мелодия может звучать по-разному в зависимости от инструмента. И наоборот, один инструмент способен сыграть самые разные мелодии.

Итак, направления корпоративного волонтерства – это тематические области деятельности, которые отвечают на вопросы «Кому или чему мы хотим помогать?» или «В какой проблемной области мы осуществляем свою деятельность?».

Форматы корпоративного волонтерства – способы организации и воплощения инициатив, они дают ответ на вопрос «Как мы будем помогать?» или «Каким образом будет организовано участие сотрудников?».

То есть одно направление может реализовываться через разные форматы, а один и тот же формат может применяться в разных направлениях (например, направление, связанное с образованием, можно реализовать и через проведение занятий, и через разработку и печать учебных материалов; формат «микроволонтерство» можно применять как для социальной помощи, так и в экологических проектах).

ГЛАВА 2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

- Экология и охрана окружающей среды
- Поддержка местных сообществ
- Здоровье и спорт
- Социальное волонтерство
- Гуманитарная помощь

Корпоративное волонтерство охватывает широкий спектр направлений, каждое из которых имеет свои уникальные цели и задачи. В таблице представлены основные направления, их описание и конкретные примеры акций, иллюстрирующие деятельность в каждой из этих сфер. Эта классификация не является единственной из возможных.

Такой подход используется во Всероссийском конкурсе проектов в области корпоративного волонтерства «Чемпионы добрых дел», который ежегодно организует НСКВ и Ассоциация менеджеров.

Направление	Описание	Примеры
Экология и охрана окружающей среды	• Волонтерские проекты, направленные на защиту окружающей среды и заботу об экологии. • Деятельность в области биоразнообразия. • Экопросвещение.	• Уборка территорий • Посадка деревьев и озеленение • Благоустройство экотроп • Раздельный сбор отходов • Участие в мониторинге воды или воздуха, сбор данных о состоянии популяций определенных видов животных и растений • Помощь особо охраняемым природным территориям • Борьба с инвазивными видами растений • Экологические лекции, уроки, фестивали информационных компании экологической тематики • Помощь животным, зооволонтерство
Гуманитарная помощь	• Гуманитарная помощь • Волонтерские проекты, направленные на безвозмездную помощь населению.	• Участие в поисково-спасательных операциях, оказании первой помощи • Сбор и распределение гуманитарной помощи • Помощь при ЧС • Помощь ветеранам СВО

Направление	Описание	Примеры
Местные сообщества	• Волонтерские проекты, направленные на решение проблем местных сообществ. • Укрепление института семьи и семейных ценностей. • Развитие добрососедских отношений. Развитие научно-технического художественного творчества.	• Благоустройство инфраструктуры общественных пространств • Поддержка местных инициатив (помощь в проведении общественных слушаний, организация творческих мероприятий местных талантов) • Сохранение исторического наследия (уход за мемориалами, помощь в реставрации достопримечательностей) • Проведение мероприятий, посвященных государственным праздникам • Развитие добрососедских отношений – проведение фестивалей, мероприятий, культурных событий
Здоровье и спорт	• Волонтерские проекты, направленные на поддержку здоровья и здорового образа жизни. • Донорство крови и ее компонентов. • Проекты в области физической культуры и спорта.	• Поддержка пациентов клиник и их семей • Организация мероприятий по пропаганде здорового образа жизни • Вклад в организацию медицинской помощи • Психологическая поддержка людей в трудных жизненных ситуациях • Донорство крови, информационные компании по донорству, волонтерская поддержка в донорских пунктах • Организация спортивных мероприятий • Развитие инклюзивного спорта
Социальное волонтерство	• Волонтерские проекты, направленные на решение проблем социально незащищенных слоев населения. • Социальная поддержка, повышение качества жизни людей старшего поколения и людей с ограниченными возможностями здоровья.	• Сбор и раздача продуктовых наборов, одежды для семей в трудной жизненной ситуации • Организация досуга, наставничество для детей из неблагополучных семей и детей-сирот • Бытовая помощь людям старшего возраста и людям с ограниченными возможностями здоровья • Программы по преодолению социального одиночества • Проведение обучающих семинаров (финансовая грамотность, новые технологии) • Репетиторство, анималотерапия, организация досуга для детей с ОВЗ

ГЛАВА 3. ФОРМАТЫ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА: КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ

3.1. Общая классификация форматов.

- По продолжительности/ регулярности
- По характеру социального вклада
- По составу участников

Помогать можно по-разному, и компании вовлекаются в решение социальных и экологических проблем через различные форматы. Условно их можно сгруппировать по нескольким признакам, например, по регулярности, по характеру вклада, по составу участников. Такая схема – один из способов упорядочить и описать практики корпоративного волонтерства.

Критерий классификации	Описание	Примеры
По продолжительности, регулярности	Разовые акции	Экологический субботник, благотворительная ярмарка, день донора
	Долгосрочные проекты	Шефство над детским домом, проведение обучающих курсов для подопечных фондов
	Микроволонтерство	Небольшие задания, не требующие большого количества времени: перевод текста, поиск информации, онлайн-опросы
По характеру вклада	«Волонтерство руками»	Физическая помощь без специальных навыков: уборка территорий, мелкий ремонт, помощь на мероприятиях
	Интеллектуальное волонтерство (в т. ч. pro bono)	Применение профессиональных знаний и навыков: юридические и IT- консультации, создание сайта, разработка дизайна
	Волонтерство через пожертвования (корпоративный фандрайзинг)	Организация сбора денежных средств или вещей в офисе, участие в благотворительных забегах
По составу участников (в рамках корпоративных программ)	Индивидуальное	Сотрудник самостоятельно участвует в волонтерских проектах, организованных или поддерживаемых компанией
	Командное/групповое	Сотрудники участвуют в волонтерских мероприятиях в составе своего подразделения, сборной команды от компании или в кросс-корпоративном мероприятии
	Мероприятия с привлечением семей сотрудников	Компания организует волонтерские акции, в которых сотрудники могут принять участие вместе с членами своих семей

3.2. Анализ форматов по продолжительности и регулярности.

Классификация по временным затратам и регулярности позволяет компаниям выбирать наиболее подходящие активности, исходя из своих целей и ресурсов. Такое деление помогает оптимизировать усилия, обеспечить гибкость участия и добиться значимого социального воздействия.

Разовые волонтерские акции: быстрый старт с видимым результатом

Корпоративное волонтерство не всегда требует глубокого и долгосрочного погружения. Зачастую компании и их сотрудники начинают с разовых волонтерских акций. Эти мероприятия представляют собой единичные, не связанные между собой события, которые имеют четкие временные рамки и не накладывают на участников долгосрочных обязательств.

Преимущества такого формата очевидны, особенно для новичков, так как это низкий порог входа: любой желающий может легко присоединиться без страха перед большими обязательствами. Во-вторых, простота планирования делает их привлекательными для компаний с ограниченными ресурсами или временем. И, что не менее важно, немедленный видимый результат значительно повышает мотивацию.

Однако у разовых акций есть и недостатки, главный из них – это ограниченное системное воздействие на проблемы. Также возникает сложность выстраивания долгосрочных отношений как с благополучателями, так и с волонтерами. Но, несмотря на эти минусы, разовые волонтерские акции остаются важным инструментом для компаний, желающих начать свой путь в корпоративном волонтерстве, протестировать интерес сотрудников и быстро получить позитивный опыт.

Микроволонтерство: добрые дела в короткие сроки

В современном мире время становится все более ценным ресурсом, поэтому день ото дня растет популярность микроволонтерства. Оно позволяет сотрудникам делать добрые дела быстро и почти не отрываясь от работы.

Суть – в выполнении небольших простых задач, которые обычно занимают от 15 мин до 1 ч. Чаще всего такие задачи выполняются в онлайн-формате, что делает их максимально доступными и удобными. Например, это может быть предоставление коротких онлайн-консультаций для НКО, проверка текстов на предмет ошибок, перевод документов для благотворительных фондов.

Главное преимущество – максимальная гибкость участия, сотрудники могут вносить свой вклад в проекты тогда, когда им это действительно удобно. Это снимает барьер, связанный с нехваткой времени или необходимостью куда-то ехать, позволяет вовлекать в волонтерство тех, кому по каким-то причинам не подходят массовые форматы. Помимо этого, микроволонтерство открывает доступ к волонтерским проектам широкому кругу специалистов (юристы, дизайнеры, редакторы, переводчики и т. д.).

Долгосрочные программы: системный вклад в решение проблем

Если разовые акции и микроволонтерство – быстрые и гибкие форматы участия, то долгосрочные программы – это история про глубокое и систематическое воздействие. Эти проекты требуют регулярного участия сотрудников на протяжении длительного времени, что позволяет добиться существенного устойчивого результата.

Продолжительные по времени инициативы направлены на решение корневых причин проблем, развитие потенциала благополучателей и создание устойчивых изменений.

Одно из ключевых преимуществ кроется в том, что работа с конкретной проблематикой и взаимодействие с целевой группой способствует не только улучшению профессиональных, но и развитию мягких навыков, таких как эмпатия, коммуникация, лидерство. Волонтеры получают возможность глубокого погружения в проблемы, что помогает им лучше понять социальный контекст, потребности людей и сложности, с которыми сталкивается общество. Долгосрочные программы создают прочные связи между компанией, ее сотрудниками и местным сообществом.

Сводная таблица форматов корпоративного волонтерства по критерию «время и вовлеченность»

Здесь выбор формата корпоративного волонтерства как планирование путешествия: поездка на выходные – разовая акция; большая экспедиция – долгосрочная программа; городская прогулка – микроволонтерство, доступное в любой момент. Все форматы сведены в одну таблицу для удобного сравнения и выбора подходящего маршрута помощи.

Разовые акции	Долгосрочные программы	Микроволонтерство
Краткосрочные мероприятия, ограниченные по времени	Проекты, требующие регулярного участия на протяжении длительного времени	Выполнение небольших простых задач, занимающих от 15 мин до 1 ч, часто в онлайн-формате
Походит для быстрого включения сотрудников	Подходит для системного воздействия	Подходит для максимальной гибкости участия
• Низкий порог входа • Однократное участие • Быстрый результат	• Систематическое участие • Развитие навыков волонтеров • Глубокое погружение в проблемы	• Короткие задачи • Выполнение в любое время
• Субботники • Донорские дни • Сбор гуманитарной помощи	• Регулярная помощь определенным группам населения • Обучающие курсы	• Короткие онлайн-консультации • Проверка текстов • Перевод документов

3.3. Форматы корпоративного волонтерства по характеру вклада.

Классификация видов корпоративного волонтерства по характеру вклада помогает компаниям четко определить свои возможности и выбрать наиболее подходящие форматы. В зависимости от того, какой ресурс – время, физические усилия, знания или материальные средства – сотрудники готовы задействовать, можно выделить 3 основных направления:

- волонтерство действием («волонтерство руками»)
- интеллектуальное волонтерство и pro bono
- ресурсное волонтерство

Волонтерство действием, или «волонтерство руками», – это один из самых понятных и доступных форматов помощи. Его суть заключается в личном физическом или техническом участии в задачах, которые нужно решить прямо сейчас. Это может быть что угодно: от уборки парка до покраски стен в приюте.

Главное преимущество такого волонтерства – его универсальность. Участвовать может каждый, независимо от должности и навыков. Это отличный способ для сотрудников сплотиться, ведь совместная работа над общей целью помогает укрепить неформальные связи и развить навыки командной работы.

Еще один важный момент – видимый результат. Когда вы видите, как после уборки территория становится чистой, а после посадки растений – появляются новые деревья, то возникает мощное чувство удовлетворения. Ваши усилия сразу приносят плоды, и вы чувствуете, что сделали что-то действительно значимое.

Примеры такого волонтерства очень разнообразны:

- **Экологические акции:** уборка мусора на берегах рек или в лесах, посадка деревьев.
- **Строительные и ремонтные работы:** обновление детских площадок, ремонт в школах или домах престарелых.
- **Упаковка и доставка гуманитарной помощи:** сбор и отправка вещей нуждающимся.
- **Помощь в приютах для животных:** выгул собак, уход за животными, уборка вольеров.

Все это яркие примеры того, как простое физическое участие может принести огромную пользу обществу и дать волонтерам чувство причастности к чему-то большему.

Интеллектуальное волонтерство и pro bono

Интеллектуальное волонтерство – одна из самых ценных форм корпоративной и личной социальной ответственности. В отличие от традиционных видов помощи, здесь главным ресурсом выступают профессиональные знания, уникальные навыки и личный опыт волонтеров. Это безвозмездная экспертная поддержка, которая помогает некоммерческому сектору решать системные проблемы, повышать свою эффективность и выходить на новый уровень развития.

Pro bono и интеллектуальное волонтерство: проясняем понятия

В современной российской практике термины «интеллектуальное волонтерство» и «pro bono» часто используются как синонимы. Тот и другой подразумевают помощь, оказываемую посредством знаний и профессиональных навыков. Однако между ними есть некоторые различия.

Pro bono (от лат. pro bono publico – «ради общественного блага») – исторически сложившееся понятие, предполагающее оказание именно профессиональных услуг на безвозмездной основе, но на том же уровне качества, что и для коммерческих клиентов. Интеллектуальное волонтерство – более широкая и современная концепция, которая охватывает применение любого спектра знаний, навыков и даже увлечений человека. Таким образом, любая pro bono-деятельность – интеллектуальное волонтерство, но не всякое интеллектуальное волонтерство является pro bono.

Универсальная модель интеллектуального участия снимает барьеры в оказании помощи. Она создает условия для того, чтобы каждый мог поделиться своими знаниями и навыками, не ограничиваясь профессиональными рамками.

Например, можно стать интеллектуальным волонтером, используя свои хобби и личные интересы. Если есть увлечение фото- и видеосъемкой, можно создавать контент для соцсетей НКО или документировать их социальные проекты.

Музыкальные способности позволяют организовать благотворительные концерты. Знание иностранных языков даёт возможность проводить уроки или помогать с переводами. Если кто-то занимается творчеством или рукоделием, можно проводить занятия по арт-терапии для детей, пожилых людей или ставить самодеятельные театральные постановки. А если конёк – спорт, можно организовать тренировки для детей из неблагополучных семей или помогать в развитии адаптивного спорта.

«Ресурсное волонтерство» (материальный и финансовый вклад) в корпоративном контексте

Строго говоря, все виды волонтерства являются ресурсными, поскольку так или иначе требуют временных затрат, вложения сил или знаний. В данном случае термин «ресурсное волонтерство» используется для обозначения материальной или финансовой помощи, чтобы сделать акцент на добровольном вкладе сотрудников вещами или деньгами. Компания при этом выступает как партнер, помогая организовать и реализовать эти инициативы.

Подобную поддержку можно разделить на 2 основные формы участия сотрудников:

1. **Материальная поддержка (вклад вещами):** наглядный вид помощи. Сотрудники организуют сбор, сортировку и передачу вещей тем, кто в них нуждается. Примеры: сбор канцелярии для многодетных семей, коробки храбрости для детских больниц, сбор теплой одежды для бездомных или корма для приютов животных.

2. **Финансовая поддержка (вклад деньгами):** сотрудники добровольно участвуют в сборе средств на конкретные цели, будь то помощь пострадавшим, поддержка социального проекта или адресная помощь человеку в трудной ситуации.

Как и в любых корпоративных проектах, успех подобных акций во многом зависит от того, насколько активно компания готова поддерживать инициативы сотрудников.

3.4. Форматы корпоративного волонтерства по составу участников.

Командное волонтерство – самый распространенный формат, который подразумевает участие команды сотрудников в волонтерской акции. Групповой формат способствует укреплению командного духа и формированию более тесных связей между коллегами. Он позволяет решать более масштабные задачи. Компании часто используют групповое волонтерство как часть тимбилдинговых программ, что повышает его ценность в еще большей степени.

Индивидуальное волонтерство предполагает участие в добровольческих активностях одного сотрудника. Этот формат идеально подходит для тех, кто предпочитает действовать самостоятельно или имеет специфические навыки, которые могут быть полезны в индивидуальном порядке.

Корпоративное волонтерство с расширенным составом участников – когда компании привлекают к акциям членов семей сотрудников. Такой подход дает возможность людям провести время со своими близкими, занимаясь благородным делом, что, безусловно, укрепляет семейные ценности.

Волонтерство действием («волонтерство руками»)	Физическая работа и практическое участие	Экологические акции (уборка, посадка деревьев), строительно-ремонтные работы, упаковка и доставка, транспортные услуги
Интеллектуальное волонтерство	Использование профессиональных знаний и навыков	Профессиональные консультации, IT-волонтерство, образовательные мероприятия, стратегическое планирование, дизайн, переводы
Ресурсное волонтерство	Помощь вещами, оборудованием или финансами в рамках волонтерской активности	Сбор вещей, продуктов, лекарств (по инициативе и усилиями сотрудников при поддержке компании); предоставление помещений или транспорта; краудфандинг и программы «деньги за дела»

ГЛАВА 4.
ОСОБЫЕ ВИДЫ ВОЛОНТЕРСТВА: ЧРЕЗВЫЧАЙНЫЕ СИТУАЦИИ И ДОНОРСТВО

Волонтерство в ЧС и донорство вынесены в отдельную главу, поскольку они напрямую связаны с жизнью и здоровьем людей, а значит, требуют особой ответственности от участников. Эти форматы жестко регулируются и встраиваются в профессиональные системы – службы спасения, органы здравоохранения, прочие государственные структуры. Их организация связана с четкими правилами, надежными процессами и партнерством с профильными структурами. Соответственно, здесь нужен особый подход к организации.

4.1. Волонтерство в чрезвычайных ситуациях.

Оперативное и грамотное привлечение ресурсов и компетенций бизнеса во время ЧС способно значительно повысить эффективность спасательных и гуманитарных операций. Для этого компании выстраивают специальные программы и механизмы. В России бизнес постепенно формирует системный подход к волонтерству в ЧС.

Первой реакцией на кризис всегда становится искренний порыв людей помогать. Именно энтузиазм сотрудников нередко стимулирует компанию включаться в процесс и искать возможности организованного участия. В этот момент важно не противопоставлять личное желание и корпоративный ресурс, а правильно соединить их: благородный порыв должен быть усилен профессиональными инструментами бизнеса.

Так, например, ритейл и производители товаров повседневного спроса обеспечивают самое необходимое для волонтерских штабов и пострадавших. Телеком-операторы разворачивают мобильные базовые станции в обесточенных районах, транспортные компании выделяют автопарк для эвакуации и доставки грузов, строительные фирмы – тяжелую технику для разбора завалов. Главная сила бизнеса в кризис – профессионально примененные компетенции и ресурсы.

При этом важно четко понимать границы возможностей самих добровольцев. Волонтер-энтузиаст не может и не должен заменять профессионального спасателя. Его задача – выполнять посильную работу, чтобы высвобождать ресурсы специалистов для более сложных задач.

Нельзя забывать о том, что волонтеры не имеют навыка глубокой экспертизы, необходимой в условиях ЧС. Более того, неподготовленный человек может стать источником дополнительного риска, если будет затрачивать ресурсы на себя. Ключевой принцип – волонтеры помогают, а не создают помех. Главный приоритет – безопасность добровольцев.

Если компания не готовит персонал к работе в условиях ЧС, она может вовлекать сотрудников в другие формы помощи. Среди них:

- денежные пожертвования и фандрайзинг (включая удвоение пожертвований со стороны компании);
- материальная поддержка (собственная продукция или закупка необходимых товаров);
- дистанционная помощь (анализ данных, координация, психологическая поддержка).

Руководству важно помнить, что даже в ЧС сотрудники остаются работниками компании и организация несет за них ответственность. Механизмы их присутствия и работы в таких условиях должны быть закреплены во внутренних документах. В противном случае в момент кризиса компания рискует действовать хаотично.

Корпорация может принять решение о подготовке группы волонтеров к работе в условиях ЧС, что требует серьезной организационной базы. Такой подход позволяет интегрировать усилия бизнеса в общую систему реагирования. Основные принципы здесь таковы:

- **Фокус на профильных компетенциях:** определить, какую именно помощь компания может оказать на базе своего профессионального опыта и ресурсов.
- **Проактивность и готовность:** лучше заранее разработать регламенты, назначить ответственных, предусмотреть бюджет и сформировать подготовленную команду.
- **Стратегическое партнерство:** выстраивание долгосрочных отношений с профильными НКО и государственными структурами позволяет эффективно встраивать корпоративные ресурсы в общую систему помощи.

Таким образом, спонтанное желание помочь превращается в выверенный корпоративный механизм, который не только повышает эффективность операций в ЧС, но и становится частью стратегии устойчивого развития компании.

Внутренние документы играют здесь ключевую роль. «Положение о благотворительной и волонтерской помощи в случае ЧС» может содержать:

- критерии активации программы
- ответственное подразделение
- порядок выделения бюджета
- предусмотренные формы участия

Стоит отметить, что нормативная база для волонтерства в ЧС формируется не только в корпоративной среде, но и на законодательном уровне. Важно отслеживать изменения, происходящие в этой сфере, и своевременно адаптировать корпоративные регламенты. Это позволит организациям действовать согласованно, минимизировать риски и быть максимально полезными в критически сложные моменты.

4.2. Донорство как волонтерская практика.

Донорство – значимая и достаточно востребованная форма гражданской активности, спасающая жизни, позволяющая совершить реальный вклад в общественное благо, почувствовать причастность к большому и важному делу.

Недавнее изменение законодательства официально интегрировало донорство в правовое поле волонтерской деятельности. В конце 2024 г. был принят Федеральный закон № 554-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», вступивший в силу с 1 января 2025 г.

Донорство крови и ее компонентов официально признано одной из целей добровольческой (волонтерской) деятельности.

- **Что изменилось для доноров?**

Распространение мер поддержки волонтеров на доноров. Теперь доноры могут претендовать на те же меры поддержки, что и волонтеры. Эти меры могут включать, например, учет волонтерского (теперь и донорского) опыта при поступлении в вузы и ссузы.

1. **Получение поддержки от региональных властей и ресурсных центров волонтерства.** Донорские организации и инициативы могут рассчитывать на информационную, консультационную и образовательную помощь.

2. С 1 сентября 2025 г. **студенты-доноры получают право на освобождение от занятий в день сдачи крови и в день медосмотра.** Эта мера уравнивает их в правах с работающими донорами.

3. **Укрепление статуса донорства.** Приравнивание донорства к волонтерству на законодательном уровне – шаг, который повышает престиж донорского движения.

Для компаний, развивающих корпоративное волонтерство, эти изменения дают новые инструменты для продвижения донорства, например, упрощение юридического обоснования. Теперь программы поддержки донорства можно включать в общие стратегии и бюджеты корпоративного волонтерства, что упрощает внутренние согласования.

- **Основные модели организации донорских мероприятий**

Выездные донорские акции (день донора в офисе). Это наиболее популярный и удобный формат для средних и крупных компаний. Выездная бригада станции переливания крови или Центра крови ФМБА России приезжает непосредственно в офис, производственное помещение или на территорию предприятия. Для этого необходимо соответствующее помещение, готовность к участию определенного количества человек, согласие руководства и организационная поддержка).

Централизованные выезды на станцию переливания крови. Компания организует для группы сотрудников-добровольцев выезд в ближайшую станцию переливания крови. Этот формат позволяет сотрудникам познакомиться с работой учреждений службы крови.

Информационная поддержка и мотивация. Компания не организует акции сама, но системно продвигает идею донорства среди сотрудников, размещая информационные материалы, проводя лекции и встречи.

- **Принципы успешной организации корпоративных донорских программ**

  - **Регулярность:** например, 2–4 раза в год.
  - **Подготовка и информирование:** успех зависит от качественной подготовительной работы (информация о пользе и безопасности донорства, подготовке к донации (диета, режим) и противопоказаниях).
  - **Партнерство с профильными организациями:** сотрудничество с региональными станциями переливания крови существенно помогает в организации, предоставляет методические материалы и т. д.
  - **Геймификация и нематериальная мотивация:** внедрение соревновательных элементов, сувениры, благодарности, публичное признание лучших доноров.

- **Донорство костного мозга**

Отдельное направление донорства связано с регистрацией в «Федеральном регистре доноров гемопоэтических стволовых клеток и реципиентов».

В отличие от донорства крови, это не разовая акция, а долгосрочное обязательство; человек вносит свои данные, и может быть вызван для донации через годы.

Участие компаний в развитии этого направления заключается прежде всего в **информационной и просветительской работе.** Сотрудников можно мотивировать регистрироваться в реестре доноров, объяснять им значение этой практики и развенчивать мифы о рисках.

Элемент корпоративных программ может включать:

- проведение совместных акций с государственными специализированными учреждениями или благотворительными фондами, которые развивают регистр доноров;
- информационные кампании и лекции для сотрудников;
- поддержку сотрудников, решивших вступить в регистр, включая признание их вклада как не менее значимого, чем при донации крови.

Итак, официальное признание донорства крови волонтерством – сигнал для бизнеса, новый статус упрощает интеграцию донорских акций в корпоративные программы, их юридическое обоснование и бюджетирование. При этом важно отметить, что законодательные новеллы касаются именно донорства крови. Такое значимое направление, как донорство костного мозга, остается в отдельном правовом поле и требует от компаний иного подхода.

ГЛАВА 5. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ: ТИПИЧНЫЕ ТРУДНОСТИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

Реализация корпоративных волонтерских инициатив, несмотря на их несомненную пользу, часто сопряжена с организационными трудностями. Чтобы корпоративные волонтерские проекты были эффективными, лучше заранее определить, а также проработать риски и сложности, которые могут возникнуть в процессе.

В таблице систематизированы не только типичные риски, но и представлен комплекс практических мер для предупреждения и эффективного управления существующими рисками.

ФОРМАТ	КЛЮЧЕВЫЕ РИСКИ «ЧТО МОЖЕТ ПОЙТИ НЕ ТАК?»	ЗАДАЧИ ОРГАНИЗАТОРА «ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ВСЕ ПОЛУЧИЛОСЬ?»
Интеллектуальный вклад	• Несоответствие результата ожиданиям НКО: экспертиза волонтера оказывается неприменимой к реалиям некоммерческого сектора. • Конфликт приоритетов: волонтер откладывает задачу из-за срочных рабочих дел. • Выгорание: из-за высокой ответственности, сложности задачи и двойной нагрузки.	• Подбор пар «волонтер-задача»: найти эксперта, готового взяться за конкретную, часто нетривиальную задачу. • Формализация: четко определить объем работ, сроки и ожидаемый результат (ТЗ), чтобы избежать «размывания» проекта. • Управление ожиданиями: объяснить НКО реальные возможности волонтера, а волонтеру – специфику работы НКО. • Координация: обеспечить взаимодействие между волонтером и НКО.
«Волонтерство руками»	• Риски для здоровья и безопасности: травмы сотрудников из-за отсутствия инструктажа или неподготовленности к нагрузкам. • Низкая эффективность или причинение вреда: волонтеры без навыков могут действовать медленно или сделать что-то неправильно. • Поверхностное воздействие: акция устраняет симптом, а не причину. • Демотивация: если результат не очевиден или акция плохо организована.	• Выбор подходящего объекта/задачи: найти проект, где неквалифицированный труд действительно нужен и не принесет вреда. • Согласовать акцию с заинтересованными ведомствами. • Логистика: обеспечить транспортом, инвентарем, питанием, водой. • Обеспечение безопасности: • инструктаж, аптечка, средства защиты. • Координация на месте: управлять большой группой, распределять задачи, контролировать процесс.

ФОРМАТ	КЛЮЧЕВЫЕ РИСКИ «ЧТО МОЖЕТ ПОЙТИ НЕ ТАК?»	ЗАДАЧИ ОРГАНИЗАТОРА «ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ВСЕ ПОЛУЧИЛОСЬ?»
«Ресурсное» волонтерство: сбор вещей	• Гуманитарная свалка: сбор ненужных или непригодных вещей. • Создание иждивенческих настроений: подопечные привыкают к постоянной помощи. • Несправедливое распределение: конфликты среди получателей помощи. • Репутационные риски: претензии к качеству гуманитарной помощи.	• Определение реальных потребностей: получить от НКО четкий список необходимых вещей (размеры, типы, количество). • Логистика сбора и хранения. • Сортировка и упаковка: нужны люди для проверки качества и состояния собранных вещей. • Транспортировка: организовать доставку получателям.
«Ресурсное» волонтерство: сбор средств, матчинг	• Риск нецелевого использования. • Риск мошенничества со стороны несуществующих НКО. • Репутационные риски для компании: при возникновении конфликтов, связанных с использованием средств.	• Проверка благонадежности НКО. • Прозрачность: проверенные платформы для сбора, отчетность о собранных и потраченных средствах. • Юридич. и налогов. оформление донатов, особенно при матчинге от компании. • Мониторинг и оценка: отслеживать пути использования средств и полученный социальный эффект.
Волонтерство в ЧС	При отправке волонтеров на место: • Высокий риск для жизни и здоровья неподготовленных людей. • Создание помех для работы профессиональных спасателей (МЧС, медики). • Психологическая травма у сотрудников. • При оказании помощи ресурсами компании (логистика, товары, IT-решения): • Помощь вслепую: предоставление ненужных товаров или услуг, которые создают дополнительную нагрузку на штаб. • Логистический коллапс: • несогласованная доставка помощи создает пробки и мешает работе спецтехники. • Репутационные риски: обвинения в предоставлении некачественной помощи.	• Главный принцип – работать только в связке с официальным координационным штабом (МЧС, региональные власти) или уполномоченными им крупными НКО. • Определить релевантный формат помощи: • Помощь ресурсами (приоритетный вариант): связаться со штабом и выяснить, чем компания может быть полезна, учитывая ее уникальные компетенции? • Помощь людьми: направлять физически и психологически подготовленных сотрудников. • Обеспечить координацию: четко согласовать со штабом ЧС все детали: что, куда и когда доставлять; выявить контактное лицо на месте и получить список необходимых документов для груза и волонтеров.

ФОРМАТ	КЛЮЧЕВЫЕ РИСКИ «ЧТО МОЖЕТ ПОЙТИ НЕ ТАК?»	ЗАДАЧИ ОРГАНИЗАТОРА «ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ВСЕ ПОЛУЧИЛОСЬ?»
Донорство	• Риски для здоровья сотрудников: участие людей с противопоказаниями из-за недостатка информации или социального давления. • Низкая явка: акция не вызывает интереса, что приводит к неэффективному использованию ресурсов выездной бригады медиков. • Организационные сбои: проблемы с помещением, логистикой, оповещением. • Негативный опыт: плохое самочувствие доноров после процедуры, отсутствие должного ухода.	• Работа с надежным партнером: заключить договор со станцией переливания крови или проверенным НКО. • Информационная кампания: заранее и подробно рассказать о пользе, процессе, а главное – о противопоказаниях. Подчеркнуть добровольность участия. • Продуманная логистика: подготовить подходящее помещение, организовать запись, обеспечить доноров водой и едой после сдачи крови.

росмолодёжь

добро.рф

НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

РУКОВОДСТВО ПО РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИХ ПРОГРАММ В КОМПАНИИ

РАЗДЕЛ 3

ГЛАВА 1. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ И ИНФРАСТРУКТУРЫ

1.1. Условия для успешной реализации корпоративных волонтерских инициатив.

Корпоративные волонтерские программы не вещь в себе, они существуют в определенном контексте. На успешность проектов влияют разные факторы – условия, которые либо поддерживают, либо тормозят развитие.

Внутри компании

- Поддержка руководства и интерес сотрудников.
- Ценности бизнеса и готовность вкладываться в социальные проекты.
- Организационные и материальные ресурсы (время, транспорт, материалы).

В обществе

- Распространенность культуры волонтерства в местном сообществе, осведомленность населения о возможностях корпоративного волонтерства.
- Уровень доверия граждан к бизнесу.
- Запрос общества на участие бизнеса в решении социальных и экологических проблем.

Экономическая среда

- Экономическая ситуация в стране, регионе; наличие возможностей для долгосрочного планирования при распределении ресурсов.
- Конкуренция на рынке труда.

Наличие инфраструктуры

- Платформы и сообщества для обмена опытом.
- Современные методические материалы и успешные кейсы.
- Цифровые сервисы для волонтёров.

Культура и медиа

- Наличие в местном сообществе традиций совместной деятельности для общего блага.
- Вовлеченность в тематику лидеров общественного мнения, достойные примеры для подражания, успешные кейсы.
- Позитивный образ корпоративного волонтера в медиапространстве.

Поддержка и поощрение со стороны государства

- Нормативная база, создающая условия для развития волонтерства.
- Публичное признание лучших практик (премии, награды, информационная поддержка).
- Формирование позитивного отношения на государственном уровне.

Благоприятная корпоративная среда и позитивные внешние условия способны значительно усилить эффективность даже небольших волонтерских инициатив, в то время как неблагоприятный контекст может свести к нулю результаты самых амбициозных программ.

1.2. Интеграция волонтерства в бизнес-стратегию компании.

Часто говорят, что корпоративное волонтерство должно быть частью бизнес-стратегии компании. Но что это означает на практике? Представим, что компания – это прочное здание. У него есть **фундамент** (миссия и ценности), несущие стены (бизнес-процессы) и крыша (цели).

Долгое время на волонтерство смотрели как на яркий флаг на крыше, который вывешивают по праздникам. Стратегический подход превращает волонтерство в часть фундамента. Ключевая идея интеграции такова: волонтерские программы должны быть связаны с тем, что важно для компании.

Как определить и сформулировать ценности, ведь их **нельзя придумать или назначить директивно?** Они являются следствием глубокого анализа и диалога.

ШАГ 1

Диалог со стейкхолдерами.

Если в компании есть стратегия устойчивого развития, волонтерство логично увязывать с ее приоритетами. Эти приоритеты определяются через диалог с заинтересованными сторонами: сотрудниками, партнерами, клиентами, местными жителями, инвесторами и государством. Ключевой вопрос, который им задают: **«На что, по-вашему, наша компания влияет больше всего; что из этого наиболее важно?».**

Небольшим компаниям достаточно провести 3–5 интервью с ключевыми партнерами, запустить один короткий опрос сотрудников и встретиться с местным НКО. Этого хватит, чтобы обозначить основные приоритеты.

Для крупной торговой сети стейкхолдеры, скорее всего, назовут пластиковые отходы от упаковки, обращение с продуктами с истекающим сроком годности и поддержка местных производителей. **Для крупного металлургического холдинга** – выбросы в атмосферу, безопасность труда и развитие города присутствия. **Для региональной IT-компании** – «развитие цифровой грамотности в регионе», «подготовка IT-кадров» и «помощь некоммерческому сектору в цифровизации». **Для небольшой булочной в областном центре** – нераспроданная выпечка, поддержка местных благотворительных инициатив и использование одноразовой упаковки.

ШАГ 2

От диалога к стратегии.

Темы, которые большинство стейкхолдеров назвали самыми важными, становятся ключевыми направлениями стратегии. На их основе и формулируются ценности компании в области устойчивого развития, а волонтерство превращается в инструмент работы с этими приоритетами.

Подходы к интеграции волонтерства в стратегию компании (могут успешно сочетаться)

Подход к интеграции	Ключевая цель/фокус	Связь с бизнес-стратегией	Пример
На основе профессиональной экспертизы	Применение уникальных профессиональных навыков компании для помощи обществу	Развитие компетенций, демонстрация экспертизы бренд	• IT-компания проводит курсы цифровой грамотности • Строительная фирма помогает с ремонтом социального центра
На основе ценностей	Отразить и укрепить миссию компании	Усиление корпоративной культуры (фундамент)	Промышленный холдинг с ценностью «забота о будущем» системно занимается лесовосстановлением
С фокусом на сотрудниках	Повысить вовлеченность и лояльность команды	Развитие HR бренда, сплоченность коллектива	Организация спортивного благотворительного турнира между отделами или совместный выезд для благоустройства территории
С фокусом на территории	Улучшить качество жизни в регионе присутствия	Укрепление репутации, GR, повышение уровня привлекательности работодателя	Градообразующее предприятие системно поддерживает местный театр

Один из лучших путей для малого бизнеса – выбор направления, которое искренне волнует команду (например, помощь приюту для животных, потому что все работники офиса любят братьев наших меньших). Стратегия здесь – это подлинность, которая укрепляет команду и находит отклик у клиентов.

Как увязать волонтерство со стратегией?

1. **Определите 2–3 темы,** наиболее актуальные для вашей компании (на основе диалога со стейкхолдерами).

2. **Установите связь с бизнес-целями.** Прежде чем планировать конкретные действия, определите, как работа в рамках этих тем поможет достижению целей вашего бизнеса (например, укреплению HR-бренда, развитию отношений с местным сообществом, повышению лояльности клиентов) и одновременно принесет пользу обществу. Эта логическая связка должна быть отправной точкой, а не финальной проверкой.

3. **Выберите 1–2 подхода,** которые вам ближе (например, профессиональная экспертиза + фокус на сотрудниках).

4. **Сформулируйте цель на год, используя управленческие инструменты,** как вариант, всем известную методику SMART. Цель должна быть конкретной, измеримой, достижимой, релевантной и ограниченной во времени. Например, «к 1 мая текущего года повысить цифровую грамотность 100 пенсионеров в нашем городе силами 30 сотрудников-волонтеров в рамках 8 оплачиваемых волонтерских часов на каждого». Таким образом задаются конкретные рамки проекта.

5. **Назначьте ответственного и выделите ресурсы.** Волонтерство, встроенное в бизнес-стратегию, – это системная деятельность. Основа такой интеграции – диалог со стейкхолдерами, который определяет наиболее важные для общества направления работы. Ценности компании в области устойчивого развития являются следствием этого диалога. Волонтерские программы могут быть основаны на профессиональной экспертизе, ценностях, фокусе на сотрудниках или на развитии территорий присутствия, но в любом случае они должны быть системными и осознанными.

1.3. Рекомендации по выбору формата корпоративного волонтерства в зависимости от целей компании.

Выбор подходящих форматов корпоративного волонтерства напрямую зависит от целей, которые ставит перед собой компания. Эффективность волонтерской программы определяется созданием гибкой системы, где различные форматы дополняют друг друга, отвечая, как бизнес-задачам, так и потребностям сотрудников.

Если цель – это максимальное вовлечение в команду и ее развитие

Рекомендации: разовые акции, групповое и семейное волонтерство.

Почему это работает: низкий порог входа, не требуется специальных навыков, сотрудники объединяются в неформальной обстановке. Совместная физическая работа (субботник, ремонт) или организация мероприятия (корпоративный день добрых дел) отлично сплачивают команду.

Результат: высокий охват за короткое время, улучшение коммуникации в коллективе, позитивные эмоции.

Если цель – развитие бренда работодателя, обучение и развитие персонала

Рекомендации: интеллектуальное волонтерство, долгосрочные проекты.

Почему это работает: сотрудники применяют свои профессиональные компетенции в новых условиях, развивают мягкие навыки.

Результат: рост компетенций сотрудников, повышение их лояльности и профессиональной гордости, создание историй успеха для HR-бренда.

Если цель – устойчивое социальное воздействие

Рекомендации: долгосрочные проекты.

Почему это работает: эти форматы направлены на решение системных проблем. Они требуют времени и глубокого погружения, но приводят к реальным изменениям.

Результат: Максимальная социальная польза, создание долгосрочных партнерских отношений с НКО, глубокое личное удовлетворение для волонтеров.

Если цель – усиление бренда, формирование положительного имиджа компании, выстраивание взаимодействия компании с органами власти

Рекомендации: крупные разовые акции с медийным освещением, долгосрочные проекты со значимым социальным результатом, по возможности волонтерство в ЧС.

Почему это работает: создаются яркие информационные поводы, демонстрируется социальная ответственность компании и ее ценности. Долгосрочные проекты позволяют показать устойчивый вклад в решение проблемы.

Результат: улучшение репутации компании, повышение узнаваемости бренда, укрепление отношений с местными сообществами и властью.

Если цель – запустить программу с минимальными ресурсами (время, бюджет)

Рекомендации: микроволонтерство, ресурсное волонтерство сотрудников.

Почему это работает: микроволонтерство позволяет помогать здесь и сейчас без отрыва от работы. Поддержка инициатив снизу перекладывает организацию мероприятий на самих сотрудников, а компания выступает помощником.

Результат: быстрый запуск программы, небольшие затраты, гибкость, вовлечение самых активных и мотивированных сотрудников.

Представленные рекомендации – общие ориентиры, успешная программа волонтерства требует индивидуального подхода, адаптации к специфическим условиям и возможностям.

1.4. Создание внутренней инфраструктуры: модели координации, бюджет, ресурсы.

Даже самая перспективная волонтерская инициатива компании может не состояться, если она держится на усилиях одного-двух человек. Бывает так, что координатор уходит из компании и проекты остаются замороженными. Это знак, что волонтерство еще не стало несущей конструкцией корпоративной культуры, а держится буквально на честном слове. Чтобы превратить его из временного жилища в надежную часть корпоративного здания, нужна прочная инфраструктура. Она закрепляет правила, дает ресурсы и объединяет людей. Инфраструктура делает волонтерство системной, предсказуемой и устойчивой частью жизни компании.

Основные элементы инфраструктуры корпоративного добровольчества

Элемент	Функция	Пример
Утвержденная внутренняя политика, положение	• Превращает идеи в правила. • Защищает программу от перемен и кадровых перестановок	• Утвержденный руководителем документ «Положение о волонтерской деятельности компании»
Ответственный сотрудник/ подразделение	• Дает программе лицо и движущую силу. • Отвечает за результат	• Управление в рамках КСО, в KPI прописано развитие волонтерства. • Специально сформирован ная рабочая группа
Выделенный бюджет, материальная база	• Обеспечивает программу ресурсами, способствует бесперебойной реализации инициатив	• Статья расходов «Корпоративное волонтерство» в бюджете подразделения, отвечающего за волонтерство
Информационная платформа	• Упрощает организацию и участие. Делает процесс прозрачным и современным	• Раздел на корпоративном портале с календарем акций и формой регистрации

Для небольшой компании (15–50 человек) создание многостраничного «Положения о волонтерстве» и выделение отдельного бюджета может быть избыточным. Здесь инфраструктура строится на доверии и простоте: вместо формального документа – короткая памятка на одну страницу или даже устная договоренность, озвученная руководителем. Бюджет часто ситуативный – компания оплачивает конкретные расходы (транспорт, инвентарь) по факту, а не закладывает их в годовой бюджет.

Чтобы волонтерство в компании не зависело от случайностей, оно должно опираться на инфраструктуру. Ключевые элементы – положение о волонтерстве, закрепленное в документах; назначенный ответственный; выделенный бюджет; удобная информационная платформа для связи и организации.

Модели координации волонтерских проектов

Волонтерство может быть встроено в архитектуру компании по-разному, иногда оно предусмотрено в изначальном проекте здания – пространство с четким назначением и планировкой. А иногда этаж волонтерства появляется по инициативе жильцов – сотрудников, которые сами находят идеи, берут инструменты и превращают свободные помещения в полезные пространства. А бывает, что чертежи созданы архитектором, но есть зоны для авторских решений. От выбранного подхода к планированию и распределению ролей зависит, как в итоге будет работать система волонтерства.

Существует 3 основных подхода к координации корпоративного волонтерства:

1. **Централизованная модель предполагает,** что планирование, поиск партнеров, организация мероприятий и отчетность находятся в зоне ответственности одного координатора или специализированного отдела. Все информационные и организационные потоки проходят через единый центр. Такой подход обеспечивает высокий уровень контроля и системности, что особенно важно для крупных компаний, организаций с жесткими стандартами или для тех, кто только начинает развивать волонтерскую программу. Основной риск – снижение инициативности сотрудников из-за строгой регламентации.

2. **Децентрализованная модель** строится на предоставлении сотрудникам максимальной свободы в инициировании и реализации проектов. Компания создает условия, выделяет ограниченный бюджет, предоставляет коммуникационную платформу, но не вмешивается в процесс принятия решений. Это повышает вовлеченность и разнообразие идей, что делает модель эффективной для гибких, креативных организаций и малого бизнеса. Вместе с тем она сопряжена с риском неравномерного качества мероприятий и недостатка координации.

3 **Гибридная модель** сочетает элементы двух предыдущих моделей. Управление осуществляется рабочей группой, в которую входят представители руководства и активные сотрудники. Крупные стратегические инициативы запускаются централизованно, а локальные проекты могут предлагаться и реализовываться сотрудниками. Такой подход обеспечивает баланс устойчивости и вовлеченности, однако требует четкой регламентации процессов, чтобы избежать излишней бюрократии.

Разделение на 3 модели, безусловно, является упрощением, поскольку в реальной практике возможны переходные формы и уникальные комбинации. Тем не менее такая классификация помогает наглядно описать ключевые различия в подходах к координации волонтерских программ и облегчает выбор подходящей схемы для конкретной компании.

Сравнительная таблица моделей

	Централизованная	Децентрализованная	Гибридная
Кто решает?	Координатор или отдел	Сотрудники	Рабочая группа
Плюсы	Контроль, системность	Вовлеченность, идеи	Баланс, устойчивость
Минусы	Риск ощущения принуждения	Хаос, разный уровень	Медленные решения
Девиз	«Есть план!»	«Давайте попробуем!»	«Лучше вместе!»

Для малого бизнеса подходит децентрализованная или очень простая гибридная модель. Централизованная модель с жестким планированием здесь не нужна, так как она нивелирует главное преимущество – гибкость. Руководитель может задать общее направление, но лучшая мотивация для небольшой команды – возможность реализовать идею, которая родилась внутри коллектива и искренне радует всех.

Выбор модели управления волонтерством зависит от культуры и размера компании. Централизованная дает четкость, децентрализованная – вовлеченность, гибридная – баланс. Оптимально сочетать их: держать стратегические проекты под контролем и поддерживать инициативы сотрудников.

1.5. Психология мотивации и основы вовлечения сотрудников.

Зажечь в людях искреннее желание участвовать в волонтерских программах – непростая задача, требующая продуманных инструментов вовлечения. Цель – превратить волонтерство в живое движение, органично встроенное в культуру компании. Надо понимать, что процесс этот небыстрый: в небольших командах (до 50–100 человек) он может занять несколько месяцев, а в крупных корпорациях – год-два.

Почему сотрудники выбирают волонтерство?

Поиск смысла и соответствие ценностям. Желание быть частью чего-то большего, чем просто рабочие задачи. Волонтерство дает ясное ощущение цели и показывает, как личный вклад меняет мир к лучшему. Для поколений Y и Z работать в социально ответственной компании критически важно.

Преумножение социального капитала. На рабочих местах люди вращаются в достаточно узком кругу коллег. Волонтерские проекты преодолевают эту замкнутость: финансовый директор оказывается волонтером приюта для животных, а бухгалтер – лидером социальных проектов.

Личная история, эмпатия. У сотрудников разный жизненный опыт, и зачастую есть такой, который определяет выбор направления помощи, – болезнь близкого, неблагополучное детство, встреча с человеком, который повлиял на дальнейшую жизнь. Это глубокий мотив, который держит волонтеров в проекте годами.

Эффект помощника. Нейробиологи подтверждают: помощь другим людям запускает выработку окситоцина и эндорфинов, снижает уровень кортизола. Регулярное волонтерство буквально перепрограммирует мозг на позитив – это естественный антидепрессант без побочных эффектов.

Развитие универсальных навыков. Организация благотворительного забега прокачивает проектное управление, работа с подопечными фонда развивает эмоциональный интеллект, а фандрайзинг учит искусству переговоров. Эти мягкие навыки будут работают на карьеру и жизнь.

Островок стабильности в океане перемен. В эпоху глобальной турбулентности – экономических кризисов, политической неопределенности, климатических вызовов – волонтерство может стать точкой опоры. Когда мир вокруг кажется хаотичным и неуправляемым, возможность помочь возвращает ощущение контроля. Вместо тревожного скроллинга новостей – реальные действия, вместо чувства беспомощности – конкретный результат. Добрые дела становятся способом сохранить психологическую устойчивость.

Столь широкий набор мотивов – от поиска смысла до развития навыков – показывает, что у каждого своего пути к добрым делам. При этом готовность к волонтерству у сотрудников тоже разная: кто-то готов сразу действовать, кто-то предпочитает сначала понаблюдать. Задача компании – предложить такие форматы, в которых будет комфортно всем.

Сравнительная таблица моделей

Группа	Процент	Характеристика	Ключи к вовлечению
Активные энтузиасты	5–10 %	Движущая сила проектов. Готовы присоединиться без долгих раздумий	Возможность подключиться к проектам, быть лидерами, рассказывать о своем позитивном опыте
Заинтересованные, сочувствующие	30–40 %	Поддерживают идею в целом, но пока не действуют	Личное приглашение, удобный формат, положительный пример коллег
Наблюдатели	40–50 %	Как правило, это самая большая группа. Сомневаются, задают много вопросов	Конкретные ответы на вопросы о пользе и времени, понятные преимущества, простой способ участия
Убежденные скептики	5–10 %	Не верят в искренность инициатив, имеют другие приоритеты	На начальном этапе их переубеждение не является приоритетом

Представленное распределение на группы – обобщенная картина. В компаниях, в зависимости от внутренней культуры и специфики деятельности, соотношение может отличаться. Начинать проекты лучше с энтузиастами: их пример и энергия заразят даже самых осторожных коллег.

Мотивация к волонтерству многогранна и включает поиск смысла, развитие навыков, социализацию и даже получение психологической стабильности. Успешная программа вовлечения учитывает эти мотивы и предлагает разные форматы участия. Коммуникационная стратегия должна быть адаптирована под разные типы сотрудников – от энтузиастов, которые станут ядром движения, до наблюдателей, которых нужно убеждать через примеры и понятные инструкции, не тратя на начальном этапе ресурсы на скептиков.

ГЛАВА 2.
ПОСТРОЕНИЕ ПАРТНЕРСТВ

2.1. Роль партнеров в экосистеме волонтерства (НКО, органы власти, бизнес).

Межсекторное взаимодействие – это объединение усилий государства, бизнеса и НКО для достижения общих целей, и решения социальных проблем. Каждый участник играет свою важную роль и привносит в партнерство уникальные ресурсы.

Государство – это мозг и скелет общества. Оно устанавливает правила, обеспечивает стабильность, распределяет бюджет и создает инфраструктуру. Государство заинтересовано во взаимодействии, чтобы эффективнее решать социальные задачи, повышать доверие граждан и развивать территории.

Бизнес – мышцы и кровеносная система. Компании стремятся к межсекторному сотрудничеству, так как это помогает улучшить репутацию через КСО, завоевать лояльность клиентов и сотрудников, а также получить доступ к новым идеям.

НКО – это сердце и душа системы. НКО стремятся к взаимодействию, чтобы получить доступ к ресурсам, расширить деятельность и повысить устойчивость проектов.

Когда эти 3 ключевых сектора – государство, бизнес и НКО – объединяют усилия, возникает синергетический эффект. Такая сбалансированная система позволяет находить наиболее эффективные решения сложных социальных вызовов.

2.2. Выбор НКО-партнера: алгоритм, критерии и таблица оценки.

Корпоративное волонтерство можно считать одной из самых эффективных форм сотрудничества между бизнесом и НКО. В этом взаимодействии компании получают инструменты реализации социальной ответственности, экспертизу некоммерческого сектора, а НКО – доступ к дополнительным ресурсам и компетенциям.

Успешное взаимодействие требует понимания специфики работы каждой стороны, правильного выбора партнеров и грамотного планирования совместных проектов. Важно учитывать различия в подходах к работе, согласовывать ожидания и создавать условия для долгосрочного сотрудничества.

К настоящему времени наработан значительный практический опыт организации партнерства между компаниями и НКО в рамках корпоративных волонтерских программ – от установления первых контактов до реализации масштабных совместных инициатив.

Ориентировочный алгоритм действий по выстраиванию партнерства с НКО

1 Определите цель: кому и как помогать?

- Какое направление ближе компании? Например, помощь детям, экология, поддержка пожилых людей и т. п.
- Почему это важно для компании? Направление должно совпадать с ценностями компании.
- Какими ресурсами для волонтерства располагает компания? Время сотрудников, профессиональные навыки, материальные ресурсы и т. д.

2 Ищите надежного партнера.

- Ищите экспертов: выбирайте НКО, которая профессионально работает в выбранном вами направлении.
- Проверьте репутацию: изучите сайт организации, ее отчеты, почитайте отзывы; надежная НКО всегда работает открыто.
- Познакомьтесь лично: проведите встречу, чтобы убедиться, что ваши взгляды и подходы совпадают.

3 Составьте совместный план действий.

Договоритесь о правилах игры, должен появиться общий план, где прописано:

- Что конкретно делаем? Например, «Проводим 3 мастер-класса для подростков в сентябре».
- Кто за что отвечает? Например, компания предоставляет волонтеров и закупает материалы, НКО находит площадку и приглашает участников.
- Какие сроки?

4 Организуйте и вдохновите команду компании.

5 Действуйте, общайтесь и благодарите!

- Действуйте: проведите запланированное мероприятие.
- Будьте на связи: после акции соберите обратную связь от волонтеров и НКО. Что получилось хорошо? Что можно улучшить?
- Говорите спасибо: обязательно благодарите сотрудников- волонтеров. Расскажите об их вкладе на корпоративном портале или общем собрании. Это мотивирует всех!

Где искать партнеров?

- **Профильные ассоциации и платформы:** НСКВ, платформа «Добро.рф», Форум доноров.
- **Рекомендации:** опыт других компаний-партнеров, рекомендации от сотрудников.
- **Местные ресурсы:** администрация города или региона часто имеет реестры проверенных НКО.
- **Публичные мероприятия:** конференции, форумы и фестивали, посвященные волонтерству.

Трудности при взаимодействии с НКО

Успешное партнерство с некоммерческим сектором требует от компании не только желания помочь, но и готовности к диалогу, гибкости и понимания специфики работы НКО. Если знать о потенциальных сложностях заранее, то можно либо предотвратить, либо справиться с ними.

Возможная трудность	Возможная трудность
Несовпадение целей и ценностей: компании нужна яркая PR-акция, а НКО нуждается в рутинной, но важной помощи (например, в обработке данных или ремонте).	Обсуждение приоритетов на старте: открытое обсуждение целей и потребностей до начала сотрудничества и нахождение такого решения, где польза будет максимальной для благополучателей.
Разные системы координат: бизнес оценивает успех по KPI и эффективности, а НКО – по выполнению миссии и оказанному социальному воздействию. Эти отличия часто приводят к трудностям в общении и формированию стереотипов.	Специалист по КСО (или координатор проекта) должен понимать специфику некоммерческого сектора. Проводить регулярные встречи, на которых простым языком обсуждаются ожидания, процессы и результаты.

Возможная трудность	Пути решения
Нечеткое распределение ролей и ответственности: например, в день мероприятия выясняется, что никто не отвечает за инвентарь, питание волонтеров или инструктаж по технике безопасности.	Составить простой документ (план, дорожную карту, соглашение), где четко зафиксировано: кто, что и к какому сроку делает, кто за что отвечает и кто является контактным лицом по каждому вопросу.
Неготовность НКО к работе с корпоративными волонтерами: НКО имеет огромный опыт в своей сфере деятельности, но не знает, как организовать и мотивировать группу из 30 офисных сотрудников, которые пришли на 3 ч.	Совместная подготовка и инструктаж. Помочь НКО составить четкое техническое задание для волонтеров. Провести предварительный инструктаж для сотрудников НКО и волонтеров. Убедиться, что фронт работ подготовлен.
Отсутствие обратной связи и оценки эффекта: по окончании проекта компания не знает, была ли ее помощь действительно полезна? Это снижает мотивацию для дальнейших проектов.	Запланировать подведение итогов. Заранее договориться о предоставлении отчета со стороны НКО: что было сделано? как это помогло благополучателям?
Зависимость партнерства от одного специалиста: все договоренности фиксируются на одном менеджере со стороны компании или директоре НКО. Его уход ставит под угрозу все сотрудничество.	Стройте прочные связи. Познакомьте между собой по несколько сотрудников с каждой стороны. Храните историю сотрудничества и контакты в общих файлах. Закрепите ключевые договорённости в официальных соглашениях, чтобы они не зависели от ухода конкретных людей.

Большинство потенциальных проблем решаются через открытую коммуникацию, четкое планирование и взаимное уважение еще на этапе подготовки проекта

Таблица оценки НКО-партнера

Предлагаемая методика не регламент, а скорее, подсказка для внутренней оценки потенциального партнера. Она помогает фиксировать внимание на ключевых моментах – прозрачности, репутации, соответствию ценностям и реальной потребности НКО. При этом компания может использовать предложенные критерии и весовые коэффициенты полностью или частично, адаптировать предлагаемую форму под свои задачи и приоритеты.

Критерий	Вес критерия (%)	Вопросы для проверки	Возможные показатели	Оценка (1–5)	Балл = оценка
Прозрачность и отчетность	30 %	Публикует ли отчеты о деятельности и финансах? Есть ли независимый аудит?	Годовой отчет, аудиторское заключение, открытые данные на сайте		
Репутация и опыт	25 %	Сколько лет работает? Какие проекты реализованы? Какие отзывы?	Годы работы, кол-во успешных проектов, награды, публикации в СМИ		
Соответствие ценностям	25 %	Совпадают ли миссия и цели с ценностями компании?	Шкала совпадения (1–5), отсутствие репутационных рисков		
Реальный запрос	20 %	Нуждается ли НКО в вашей помощи и в подходящем формате?	Четкая заявка, подтвержденная потребность		

Формула: итоговый балл = **N** оценка по критерию $\frac{\text{вес критерия (\%)}}{100}$

Когда компания решила подержать организацию, помогающую животным, стало ясно, что необходимо найти партнера, который надежен, разделяет ценности компании и реально нуждается в той помощи, которую компания может предоставить. В шорт-лист вошли 2 НКО: приют «Лайка» и «Помощь животным». На первый взгляд, обе достойны поддержки – у каждой трогательные истории в соцсетях и мотивированные сотрудники-волонтеры. Однако предстояло понять, в какой организации вложенные усилия, время и средства принесут максимальный результат.

Критерий	Вес критерия (%)	Оценка (1–5) Приют «Лайка»	Балл Приют «Лайка»	Оценка (1–5) Помощь животным	Балл Помощь животным
Прозрачность и отчетность	30 % (0.30)	4	1.20	2	0.60
Прозрачность и отчетность	25 % (0.25)	3	0.75	1	0.25
Прозрачность и отчетность	25 % (0.25)	5	1.25	3	0.75
Реальный запрос	20 % (0.20)	4	0.80	3	0.60
Итого	100 %	4.00		2.20	

Таким образом, приют «Лайка» продемонстрировал более высокие показатели по львиной доле критериев, набрав 4 балла из 5 возможных. Выбор в его пользу стал обоснованным и прозрачным решением, которое можно уверенно представить сотрудникам и партнерам.

Путь от вклада к влиянию: как растет ценность партнерства

Ценность сотрудничества компании и НКО увеличивается по мере перехода от эпизодических действий к совместной стратегии. На каждом этапе меняются цели, роли, процессы управления и KPI: от подсчета активности – к оценке устойчивых результатов и социального влияния.

Ключевые этапы партнерства

Стартовый вклад – разовые акции. Удобная точка входа: стороны знакомятся, проверяют формат взаимодействия, дают быстрый и заметный результат. Управление простое, договоренности минимальны. KPI – охват, волонтерские часы, собранные средства, базовая обратная связь бенефициаров; риск – непредсказуемость и ограниченная глубина эффекта.

Системный вклад. Регулярные проекты с понятным календарем, ролями и ответственностью; чаще используется профессиональная экспертиза (наставничество, pro bono). Появляются стандарты качества и повторяемые процессы. KPI – устойчивый охват, качество услуг, удовлетворенность благополучателей, развитие компетенций сотрудников.

Стратегическое влияние. Совместная повестка и соинвестиции, работа с корневыми причинами проблем, масштабирование успешных моделей, участие в коллаборациях. Управление – общий комитет или совет, общие данные и регулярная независимая оценка. KPI – социальное воздействие (импакт) и системные изменения.

Переход на следующий уровень не самоцель. Для некоторых партнерств ценность максимальна уже на первом или втором этапе. Важно заранее определить, на каком уровне сотрудничество принесет наибольший эффект.

Эволюция партнерства на примере логистической компании «Логика» и дома пожилых людей «Сирень»

Компания «Логика» познакомилась с подопечными дома пожилых людей «Сирень» после разовой акции к Новому году. Простое поздравление переросло в дружбу: сотрудники начали приезжать чаще, помогать.

Уровень партнерства	Характеристика	Действия компании «Логика»	Результат для компании и НКО
1. «Ресурсное» волонтерство: сбор вещей	• Нерегулярное взаимодействие • Низкий порог входа	• Доставка цветов и сувениров к празднику • Организация чаепития	**Знакомство** • У сотрудников – теплые эмоции и чувство причастности • У подопечных – радость от встреч и оказанного внимания
2. Регулярные проекты	• Системное сотрудничество с использованием профессиональных навыков	• Ежемесячная доставка продуктов и медикаментов • Организация поездок пожилых людей в музеи, театры	**Осмысленность** • Компания помогает улучшить качество жизни подопечных • Дом для пожилых получает надежную поддержку и возможности для досуга
2. Стратегическое партнерство	• Глубокая интеграция целей • Долгосрочные социальные изменения	• Социальный маршрут: создана на основе логистической сети компании новая система, в рамках которой на постоянной основе используются свободные автомобили компании для перевозки подопечных этой и других НКО • Час заботы: сотрудники компании могут посвятить 1 рабочий час в неделю или месяц посвятить помощи дому «Сирень» (системная интегрированная в рабочий график акция)	**Трансформация** • Партнерство становится устойчивым и значимым, забота о пожилых людях – частью корпоративной культуры

Небольшой компании не обязательно стремиться к партнерству с крупными, известными фондами. Самые прочные и эффективные союзы часто возникают на местном уровне (местный приют для животных, районная библиотека, совет ветеранов, родительский комитет подшефной школы). Партнерство часто строится на личном знакомстве руководителя компании с директором НКО или лидером сообщества. Доверие здесь важнее формальных отчетов. Малый бизнес может быть невероятно ценным для таких же небольших местных организаций, предлагая гибкую и быструю помощь, на которую не способны большие корпорации.

Эффективное волонтерство невозможно без надежных партнеров. НКО и местные сообщества – это не получатели помощи, а носители экспертизы. Успешное партнерство строится на равноправии, общих целях и открытом диалоге. Оно эволюционирует от простых разовых акций к долгосрочным стратегическим проектам, которые приносят измеримую пользу и системные изменения.

2.3. Организация сотрудничества с органами власти в рамках проектов корпоративного волонтерства.

Партнерство с органами государственной и муниципальной власти выводит корпоративное волонтерство на качественно новый уровень, позволяя реализовывать более масштабные, системные и общественно значимые проекты. Успешное взаимодействие открывает значительные перспективы для всех участников, но зависит от понимания специфики работы госсектора и четкого планирования.

Основная цель партнерства с государственным сектором – в повышении масштаба и социального воздействия волонтерских инициатив. Объединение корпоративных и административных ресурсов позволяет эффективнее решать сложные социальные проблемы, охватывая большее количество благополучателей. Такое сотрудничество обеспечивает не только долгосрочность и актуальность инициатив, но и их согласованность с национальными приоритетами, программами развития городов и регионов. Конструктивное партнерство с органами власти способствует укреплению репутации компании: во взаимодействии с органами власти компания формирует имидж ответственного корпоративного гражданина и надежного партнера государства в решении социальных задач, что положительно сказывается на ее позиционировании в обществе и отношениях с другими заинтересованными сторонами.

Взаимодействие с государственной структурой требует более формального и структурированного подхода, чем с НКО.

Сотрудничество бизнеса с органами власти в проектах корпоративного волонтерства открывает следующие возможности:

- минимизировать бюрократические барьеры, получить необходимые разрешения и доступ к объектам приложения усилий – природным территориям, общественным пространствам, социальным учреждениям для реализации волонтерских инициатив;
- получить информационную поддержку через официальные каналы и местные СМИ;

- совместными усилиями определить наиболее острые социальные проблемы, требующие волонтерского участия;
- придать волонтерским проектам официальный статус – получить признание и институциональную поддержку;
- повысить эффективность социальных инициатив – избежать дублирования существующих государственных или муниципальных программ.

Ориентировочный алгоритм действий по выстраиванию партнерства с органами власти

1 Подготовительный этап.

- **Внутренний анализ:** определите, какие ресурсы и компетенции ваша компания готова предложить, сформулируйте предварительную идею проекта.
- **Исследование:** изучите, какой орган власти отвечает за интересующую вас сферу (например, министерство экологии региона, управление лесами, городское управление благоустройства, департамент социальной защиты).
- **Поиск точек соприкосновения:** адаптируйте идею проекта таким образом, чтобы она помогала органу власти в достижении его официальных целей и KPI. Предложение компании должно быть сформулировано как помощь в решении социально значимых задач.

2 Официальное обращение.

- **Контакт:** подготовьте официальное письмо на имя руководителя профильного ведомства. Кратко и емко изложите суть предложения: информация о компании, суть предложения, польза для города/региона.
- **Назначение ответственного:** определите в компании координатора (лучше из отделов GR, PR или КСО), который будет точкой контакта для общения с представителями власти.
- **Презентация проекта:** будьте готовы представить проект на рабочей встрече, сделав акцент на конкретных результатах и преимуществах для всех сторон.

3 Совместное планирование и формализация.

- **Рабочая группа:** создайте совместную рабочую группу с представителями ведомства для детальной проработки проекта.
- **Четкое распределение ответственности:** зафиксируйте в протоколе или плане проекта ответственность за составляющие проекта (инвентарь, транспорт, безопасность, информирование и т. д.).
- **Заключение соглашения:** в зависимости от масштаба проекта партнерство может быть оформлено посредством официального соглашения о сотрудничестве. Это придает статус и гарантирует выполнение обязательств.

4 Реализация и координация.

- **Коммуникация:** поддерживайте регулярный контакт с куратором со стороны органа власти на всех этапах реализации проекта.
- **Гибкость и оперативность:** будьте готовы к тому, что могут потребоваться быстрые согласования или корректировка планов.

5 Подведение итогов и отчетность.

- **Совместный отчет:** подготовьте отчет о результатах проекта, включив в него как количественные (число волонтеров, площадь убранной территории), так и качественные показатели.
- **Публичное освещение:** распространите совместный пресс-релиз, опубликуйте информацию на сайтах компании и органа власти. Это важно для репутации обеих сторон.
- **Обсуждение будущего:** используйте успешное завершение проекта как основу для планирования дальнейшего сотрудничества.

Трудности при взаимодействии с органами власти

Возможная трудность	Пути преодоления
Бюрократия и медленная скорость принятия решений	Планируйте заранее. Начинайте диалог за несколько месяцев до предполагаемой даты проекта. Будьте настойчивы, но корректны. Доведите подготовку всех документов до идеала.
Несовпадение целей и приоритетов	Говорите на языке партнера. Изначально стройте ваше предложение вокруг приоритетов и KPI органа власти. Ищите общие интересы.
Сложности в коммуникации, излишний формализм	Соблюдайте протокол. Используйте официальные каналы связи. Назначьте ответственного, имеющего опыт общения с госслужащими. Проявляйте терпение.
Кадровые перестановки в органах власти	Стройте отношения с ведомством, а не с конкретным человеком. Формализуйте договоренности в виде официальных документов (соглашений, утвержденных планов).
Размытая зона ответственности	Фиксируйте все договоренности письменно. В плане проекта максимально детализируйте, кто что и в какие сроки делает. Не полагайтесь на устные обещания.

Большинство проблем решается через проактивный диалог, четкое согласование целей и механизмов на этапе подготовки, а также понимание специфики и приоритетов сторон.

2.4. Кросс-корпоративные волонтерские инициативы.

Кросс-корпоративные волонтерские инициативы – это совместные проекты, в рамках которых сотрудники разных компаний объединяют усилия для решения социальных проблем. Такое сотрудничество создает синергетический эффект, позволяя достичь значительно больших результатов, чем при разобщённых действиях.

Компании объединяются, чтобы разделить организационные расходы, использовать разнообразные компетенции и укрепить репутацию. Сотрудники при этом расширяют свои профессиональные связи и получают ценный опыт.

Совместное волонтерство может быть краткосрочным (субботники) или долгосрочным (системные проекты), включая профессиональное волонтерство и решение локальных проблем.

Организация таких инициатив сопряжена с определенными сложностями, например, различиями в корпоративных культурах, трудностями координации, скрытой конкуренцией и т. д. Важно выбрать общую цель, четко распределить обязанности, назначить координаторов и поддерживать регулярное общение.

Кросс-корпоративное волонтерство имеет большие перспективы развития. Компании осознают преимущества объединения усилий, что приводит к усилению тренда. Для повышения эффективности таких инициатив созданы и работают специализированные платформы, например, НСКВ и платформа «Добро.рф», которые помогают координировать действия волонтеров и отслеживать результат.

ГЛАВА 3.
ЗАПУСК И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ

3.1. От идеи до портфеля проектов.

Лучшие волонтерские проекты строятся на сочетании инициативы сотрудников и стратегического видения руководства. Каждый может внести свой вклад – идею, навыки или просто готовность помочь. А задача координаторов и лидеров программы – создать условия, при которых эти усилия приводят к согласованному и результативному проекту.

Как получить идеи от команды?

Когда люди сами предлагают идеи, которые им близки, они максимально заинтересованы в успехе и готовы вкладывать в проект личное время, усилия, проявлять энтузиазм.

- **Создание банка идей** на внутреннем портале или в корпоративной соцсети.
- **Проведение опросов:** от больших ежегодных до коротких голосований в чате.
- **Организация мозговых штурмов** с привлечением активных сотрудников.
- **Конкурс идей,** когда лучший проект получает ресурсы на реализацию.

Когда вдохновляет руководство?

Стратегические инициативы руководства – это масштаб, устойчивость и системное влияние. Это приглашение команды к участию в большом проекте, который соответствует миссии и бизнес-целям компании (развитие навыков, HR-бренд, GR). Основной вызов здесь не допустить превращения волонтерства в обязанность.

- **Объясняйте зачем.** Важно презентовать проект и его цель. Например, «Мы запускаем проект по профориентации для подростков, потому что верим, что наш опыт поможет ребятам найти свой путь».
- **Предлагайте понятные роли.** Большой проект нужно разбить на конкретные задачи (наставник, организатор, эксперт).
- **Оставляйте место для творчества.** Даже в рамках заданной темы важно оставить простор для идей сотрудников.

Если идеи не совпадают: поиск компромисса

Нередко желания команды и видение руководства расходятся. Например, компания в своей стратегии делает упор на поддержку молодых специалистов и профориентацию подростков, а сотрудники хотят помогать приюту для животных. Что делать?

Разногласия можно предупредить. Важно заранее рассказать команде о приоритетных направлениях социальной ответственности компании, объяснить, почему выбраны именно они. Например, «Поддержка молодежи и профориентация – наш вклад в будущее региона. Мы помогаем подросткам найти свой путь в профессии, а самым талантливым – со временем присоединиться к нашей команде. Это усиливает наш HR-бренд и обеспечивает долгосрочную стабильность компании».

Интеграция: ищите синергию. Если популярная идея (поездка в приют) не вписывается напрямую в стратегию (поддержка молодежи) компании, нужно поискать нестандартное решение.

- **Расширить круг участников.** Пригласить подростков из подшефной школы в совместную поездку в приют. Для ребят это может стать формой профориентации: они увидят работу ветеринаров, кинологов, сотрудников приюта и смогут помочь животным, получив первый опыт ответственности.

- **Изменить фокус.** Создать совместный проект с подростками по PR-продвижению животных из приюта. Ребята под руководством волонтеров-наставников смогут фотографировать животных, писать резюме для них и вести соцсети, чтобы помочь братьям нашим меньшим найти новый дом. Это развивает у подростков медианавыки, ответственность и эмпатию. Ключ к успеху – в диалоге. Когда сотрудники понимают, что их слышат, а руководство уважительно объясняет свою позицию, волонтерство становится общей платформой.

Формирование портфеля проектов: от хаоса к системе

Когда идеи собраны, начинается ответственный этап – превращение творческого хаоса в системный реализуемый план.

Профессиональный подход заключается в использовании последовательного алгоритма. Он позволяет на каждом этапе принимать взвешенные решения, отсеивать неподходящие варианты и в итоге сформировать **сбалансированный портфель проектов,** который будет отвечать и целям компании, и ожиданиям коллектива.

Алгоритм из 6 шагов

1. **Настройка системы.** Прежде чем рассматривать идеи, необходимо создать «правила игры». Этот подготовительный этап – основа для всех последующих решений. Он включает в себя формирование **рабочей группы (**или комитета) – междисциплинарной команды, которая будет принимать решения. Далее группа должна четко определить **стратегические приоритеты** (каких целей мы хотим достичь с помощью волонтерства?) и трезво **оценить имеющиеся ресурсы** (бюджет, человеко-часы, административную поддержку).

2. **Составление лонг-листа. Формируется список идей,** которые не подвергаются критике. Важно задействовать оба источника: результаты опроса или мозгового штурма сотрудников, анализ целей КСО, предложения партнеров, видение **руководства.** Результатом должен стать длинный список всех возможных инициатив.

3. **Первичный отсев (шорт-лист).** Включается первый базовый фильтр. Его цель – быстро отсеять заведомо неподходящие идеи, чтобы не тратить время на их детальный анализ. Каждая идея проверяется по 3 базовым критериям: **безопасность и законность, репутационные риски и базовая адекватность** (реализуема ли идея в принципе?). Идеи, прошедшие этот фильтр, формируют короткий список (шорт-лист) для глубокого анализа.

4. **Детальная оценка и ранжирование.** Ключевой момент в алгоритме – объективная оценка идей из шорт-листа. Чтобы сделать процесс системным и прозрачным, рабочая группа может использовать 7 основных критериев. Вес каждого критерия в разных компаниях может отличаться: система оценки должна отражать уникальные приоритеты и стратегию конкретной организации.

5. **Формирование портфеля проектов.** После того как все идеи оценены и получили свой балл, начинается этап стратегического планирования. Важно не только учитывать их высокий рейтинг, но и сформировать сбалансированный портфель идей. Итоговая программа должна включать проекты разного масштаба (крупные и малые), формата (разовые и долгосрочные), тематики (экология, pro bono) и источника (от сотрудников и от руководства). Такой подход обеспечивает разнообразие и отвечает разным целям компании.

6 **Коммуникация и обратная связь.** Процесс не заканчивается принятием решения. Финальный и крайне важный шаг – это прозрачная коммуникация с коллективом. Необходимо не просто анонсировать план, но и объяснить, почему были выбраны конкретные проекты. Важно публично поблагодарить всех авторов идей и дать обратную связь по популярным, но не прошедшим отбор инициативам. Это формирует доверие к процессу и мотивирует сотрудников к участию.

Критерий	Вопросы для оценки и анализа	Вес (%)	Пояснение
Стратегическое соответствие	**Насколько идея соответствует нашей миссии, ценностям и долгосрочным целям?** • Усиливает ли инициатива наш бренд и ключевые сообщения? • Помогает ли достигать конкретных бизнес-целей (прямо или косвенно)?	25 %	Это основа: проект должен соответствовать цели компании
Социальная значимость	**Насколько существенную и реальную проблему мы решаем?** • Четко ли мы понимаем потребности благополучателей? • Сможем ли мы измерить или наглядно продемонстрировать результат нашего вклада?	20 %	Смысл и ценность для общества
Вовлеченность сотрудников	**Насколько идея способна вдохновить и объединить нашу команду?** • Предлагает ли проект разные форматы участия? • Будет ли тема интересна и близка большинству?	15 %	Без команды проект не реализуется
Реализуемость – ресурсы	**Имеются ли необходимые ресурсы (деньгами, временем, людьми) и экспертиза?** • Реалистичны ли сроки и бюджет?	15 %	Даже лучший проект нельзя реализовать без ресурсов
Масштабируемость	**Есть ли у идеи потенциал для роста и долгосрочного развития?** • Возможно ли инициативу легко воспроизвести в будущем или в других филиалах?	10 %	Хорошо, если проект можно тиражировать

Критерий	Вопросы для оценки и анализа	Вес (%)	Пояснение
Партнерский потенциал	**Насколько идея привлекательна для внешних партнеров (НКО, бизнес, медиа, власть)?** • Создает ли проект взаимную выгоду для нас и партнеров?	10 %	Возможность усилить проект внешними силами
Имиджевый эффект	**Как инициатива повлияет на нашу репутацию?** • Создаст ли инициатива позитивный информационный повод? • Есть ли потенциальные репутационные риски?	5 %	Дополнительный плюс в карму компании

Как IT-компания «Север-ЮГ» превратила хаос идей в сильную программу?

Ситуация: в начале года в IT-компании «Север-ЮГ» (250 сотрудников) кипели обсуждения волонтерских идей: от сбора макулатуры до обучения детей программированию и помощи приютам. При многообразии инициатив существовало ограничение в ресурсах: бюджет в **500 000 руб.** и около **2 000 часов** волонтерского времени. Требовался системный подход, чтобы выделить главное.

Процесс отбора идей по алгоритму 6 шагов

Этап	Действия рабочей группы	Ключевой результат
Настройка системы	Определила 3 стратегических приоритета (развитие IT-сообщества, укрепление команды, забота об экологии) и оценила доступные ресурсы	Сформированы правила игры и четкие критерии для отбора идей
Сбор идей (лонг-лист)	**Провела опрос и мозговой штурм. В лонг-лист вошли 15 идей, включая:** • Обучение детей программированию • Pro bono-консультации для НКО • Помощь приюту для животных • Субботник в парке • Пикет против застройки сквера • Создание онлайн-приложения для приюта • Поездка в детский дом с подарками	Получен широкий спектр инициатив

Этап	Действия рабочей группы	Ключевой результат
Первичный отсев (шорт-лист)	**Отсеяла 3 идеи как нереалистичные или рискованные:** • Пикет против застройки (репутационные риски) • Подарки для детдома (по совету НКО) • Онлайн-приложение для приюта (отсутствие ресурсов)	Сформирован шорт-лист из 12 идей для детального анализа
Детальная оценка	Оценила 12 проектов по 7 критериям (польза, вовлеченность, реализуемость и т. д.) с присвоением баллов	**Получен ранжированный список идей. Лидеры:** • «Обучение детей программированию» • «Pro bono для НКО»
Формирование портфеля	Сформировала сбалансированный портфель из 4 проектов, отвечающих разным целям и укладывающихся в ресурсы	**Утвержден финальный портфель проектов:** • «Код в будущее» • «IT-помощь» • «Зеленый день» • «Экоточка»
Коммуникация	Анонсировала программу на портале, поблагодарила всех авторов идей и объяснила, почему часть предложений ушла в запас	Обеспечена прозрачность процесса, что повысило уровень доверия и мотивации сотрудников

Итог: благодаря системному подходу компания получила не просто набор акций, а понятный сбалансированный и вдохновляющий портфель проектов, в которых захотелось участвовать каждому.

3.2. Волонтерство как бизнес-процесс.

Если инфраструктура – это постоянно действующая система, то бизнес-процесс – это пошаговый алгоритм запуска и реализации **каждого отдельного проекта** в рамках данной системы.

Как и любой бизнес-проект, который опирается на план, бюджет и ответственных лиц, каждая волонтерская акция требует системного подхода для достижения максимальной эффективности.

Этап	Задача	Ключевые действия	Результат
1. Планирование	Превращение идеи в конкретный план	• Анализ потребностей аудитории • Создание паспорта проекта (цели, сроки, бюджет, ресурсы) • Назначение ответственного	Четкий план действий, предсказуемость
2. Подготовка	Сбор команды и ресурсов	• Вовлечение волонтеров, объяснение целей и преимуществ • Закупка материалов, организация логистики • Проведение инструктажей и обучения	Сформированная и мотивированная команда, готовность к старту
3. Реализация	Проведение акции	• Эффективное управление на месте • Распределение задач и поддержание духа команды • Оперативное решение проблем	Успешное выполнение поставленных задач
4. Завершение и анализ	Оценка и рефлексия	• Разбор полётов (что удалось, а что нет) • Анализ количественных и качественных итоговых показателей • Подготовка отчета	Понимание эффективности проекта, основа для будущих улучшений

Каждый волонтерский проект должен рассматриваться как полноценный бизнес-процесс, имеющий 4 ключевых этапа: **планирование, подготовка, реализация и оценка.**

Такой подход обеспечивает предсказуемость, эффективность и постоянное улучшение качества программы.

3.3. Правовые аспекты и управление рисками.

Организация волонтерской деятельности в компании требует внимания к правовым вопросам и управлению рисками. Продуманный подход обеспечивает защиту и компании, и волонтеров, формируя надежную и безопасную среду для добрых дел.

Важные аспекты при запуске волонтерских инициатив

В компаниях действуют собственные регламенты и процедуры оформления участия сотрудников в волонтерских инициативах. Ниже приведены основные аспекты, на которые стоит обратить внимание при запуске программ. Этот перечень не является обязательным к применению в каждой организации, а служит ориентиром, который можно адаптировать под специфику корпоративной практики и внутренние правила.

Статус корпоративного волонтера

- Сотрудник, участвующий в волонтерских проектах компании, сохраняет статус работника компании.
- Если мероприятие проводится **в рабочее время,** некоторые компании оформляют соответствующий приказ, распоряжение либо служебную записку – в зависимости от внутренних нормативных актов.
- Если мероприятие проходит **вне рабочего времени** и организуется компанией, рекомендуется оформить приказ или уведомление, указав добровольный характер участия и условия обеспечения волонтеров всем необходимым.
- Если мероприятие проходит **вне рабочего времени** по инициативе самого сотрудника, документальное оформление со стороны работодателя не требуется.

Ключевые риски и способы их минимизации

Тип риска	Описание	Меры предотвращения
Риски безопасности	Травмы и несчастные случаи во время проведения акций, дорожно-транспортные происшествия при организованных поездках	• Проведение обязательного инструктажа по технике безопасности • Оформление добровольного страхования для всех участников • Использование проверенного транспорта и профессиональных водителей • Обеспечение аптечкой и назначение ответственного за безопасность на месте
Репутационные риски	Негативная реакция общественности на выбор проекта или обвинения в использовании социальных проблем для PR	• Тщательный выбор надежных НКО-партнеров с прозрачной репутацией • Избегание проектов, связанных с политизированными или спорными темами • Открытая и честная позиция в рамках целей проекта • Фокус на измеримой и реальной помощи, а не на медийном освещении
Правовые риски	Нарушение норм трудового законодательства	• Юридическое оформление участия сотрудников в рабочее время • Обеспечение добровольности участия в личное время • Регулярные консультации с юристами для проверки соответствия всех процедур законодательству

Защита персональных данных

Необходимо получать согласие на обработку персональных данных от всех участников и особенно внимательно относиться к фото- и видеосъемке с участием благополучателей (детей, подопечных фондов), соблюдая требования 152-ФЗ.

Организация волонтерства требует внимания к правовой базе (ФЗ-135) и управления рисками. Ключевые аспекты – это безопасность участников, защита репутации компании (тщательный выбор партнеров) и соблюдение законодательства (правильное документальное оформление, защита персональных данных). Грамотный юридический подход создает безопасную и комфортную среду для добрых дел.

ГЛАВА 4.
ВОВЛЕЧЕНИЕ И ПОДДЕРЖКА ВОЛОНТЕРОВ

4.1. Инструменты вовлечения сотрудников: от анонса до участия.

Путь сотрудника в волонтерство состоит из нескольких этапов от осведомленности к регулярному участию. Сначала необходимо добиться осведомленности – чтобы люди в принципе знали, что волонтерские программы в компании есть. Затем вызвать интерес, показав, насколько это может быть увлекательно и полезно. Следующий шаг – пробное участие через простые и доступные форматы. И наконец, регулярное активное участие, когда волонтерство становится привычкой.

Этап	Задача	Как это работает?
Осведомленность	Донести информацию о программе до всех сотрудников	Использование рассылок, портала, чатов, чтобы волонтерство стало заметным
Интерес	Вызвать желание узнать больше и подключиться	Публикации вдохновляющих историй, фото и видео с мероприятий
Пробное участие	Сделать первый шаг максимально простым	Предложение форматов с низким барьером входа в проект: короткие акции, сбор вещей, онлайн-волонтерство
Регулярное участие	Превратить волонтерство в полезную привычку	Предложение долгосрочных проектов, создание сообщества, признание заслуг

4.2. Коммуникационная стратегия и работа с контентом.

Цель информационных материалов о волонтерстве – вызывать эмоциональный отклик, объяснять пользу и давать простые инструкции.

Тип контента	Задача	Форматы и конкретные примеры
Вдохновляющий сторителлинг	Создавать эмоциональную связь	• Истории участников: «Как наш отдел за выходные сделал сайт для приюта» • Истории «было – стало»: фотография сквера до и после субботника
Образовательный	Формировать осознанность и объяснять зачем	• Инфографика: «5 фактов о переработке пластика» • Короткие статьи: «Почему помощь пожилым – это не только продукты, но и общение?»
Практический	Нивелировать страхи и барьер «Я не знаю, с чего начать»	• Чек-листы: что взять с собой на акцию • Памятки: «Что можно и нельзя делать при работе с инвалидами по зрению»
Прозрачность и реальный эффект	Показывать реальный результат и смысл	• Итоги месяца: «За октябрь мы собрали 50 кг корма, это обеспечит едой 10 собак на 2 недели» • Мини-кейсы: «Что изменилось у нашего партнера НКО после нашей pro bono-помощи»
Признание	Закреплять мотивацию и показывать, что участие – это норма	• Волонтер месяца: короткое интервью с активным участником • Скриншоты благодарностей от НКО • Короткие цитаты руководителей: «Мы гордимся нашими волонтерами»
Призыв к действию	Трансформировать интерес в реальную запись на акцию	• Ежемесячный дайджест: возможности помогать (3 доступные возможности) • Карточки-анонсы: «Ищем 5 наставников. Занятость: 2 ч в неделю онлайн. Записаться до 25.11 по ссылке»

Принципы успешной коммуникации в волонтерских проектах

Чтобы контент-стратегия работала эффективно, важно придерживаться нескольких простых правил.

1. **Будьте последовательны.** Создайте контент-план на месяц. Регулярная коммуникация работает лучше, чем случайные посты.

2. **Используйте четкий призыв к действию.** Новость должна содержать ясный и простой шаг для сотрудников, желающих присоединиться к волонтерскому мероприятию.

3 **Выбирайте правильные каналы связи.** Для длинных историй и отчетов лучше использовать корпоративный блог, внутренний портал, корпоративное издание. Короткие анонсы и напоминания с прямой ссылкой на регистрацию отправляйте в рабочие чаты и по электронной почте.

4 **Соблюдайте этику.** Всегда получайте согласие на фото- и видеосъемку, особенно если речь идет об уязвимых группах населения. Соблюдайте конфиденциальность и согласовывайте все публикации с вашими партнерами из НКО.

4.3. Преодоление барьеров участия.

Не стоит ожидать, что все без исключения сотрудники сразу вовлекутся в волонтерскую деятельность. Следует с пониманием отнестись к причинам отказа и не пытаться навязывать участие или воспринимать нежелание включиться в проект как личную обиду. За каждым «нет времени» или «я ничего такого не умею» скрываются вполне определенные сомнения. Среди основных причин отказа от участия, которые люди обычно называют, выделяются несколько, и с каждой из них можно эффективно работать.

Барьер	Что за этим стоит?	Решение
«У меня совершенно нет времени»	Я боюсь, что участие займет все мои выходные. Мой график и так перегружен, семья меня не видит	**Гибкость и малые форматы:** • Интеллектуальное волонтерство (2 ч онлайн) • Волонтерство в рабочее время • Микрозадачи
«Меня не отпустит руководитель»	Страх неодобрения со стороны непосредственного руководства, боязнь подвести команду	**Официальная поддержка:** • Публичная поддержка программы топ-менеджментом • Волонтерство в рабочее время • Предоставление шаблона письма для согласования участия с непосредственным руководителем
«Я стесняюсь и никого там не знаю»	Социальная тревожность, страх оказаться в незнакомой компании	**Дружелюбная адаптация:** • Опция «записаться командой/отделом» • Система наставничества (опытный волонтер помогает новичку) • Акции с пометкой «для новичков»
«Я не знаю, чем могу быть полезен»	Мои навыки тут вряд ли пригодятся. Я не умею ухаживать за животными или сажать деревья	**Система адаптации и профессиональная помощь:** • Опросник для выявления навыков (например, «Банк навыков»), где сотрудник указывает, что он умеет и любит делать • Акцент на применении профессиональных компетенций • Роли, не требующие публичности

Барьер	Что за этим стоит?	Решение
«Это, наверное, очень сложно организовано»	Я не хочу разбираться в сложных инструкциях и заполнять какие-то анкеты	**Простота и ясность:** • Простая регистрация на мероприятие • Четкие и короткие инструкции (памятки) • Дружелюбные кураторы проектов, которым можно задать любые вопросы
«А есть ли в этом реальная польза?»	Я не хочу участвовать в акциях для галочки. Мне важно видеть реальный результат	**Прозрачность и отчетность:** • Публикация регулярных отчетов, показывающих конкретные и измеримые результаты. Например: «Наши 50 волонтеров собрали 2 т корма для приюта. Это обеспечит животных питанием на протяжении 2 мес» • Отзывы от тех, кому помогли

Практические решения: от дня добра до меню добрых дел

1. **Волшебное слово – «в рабочее время».** Оплачиваемое рабочее время для волонтерства – один из самых ценных способов поддержки сотрудников. Объявление о волонтерских часах или целом дне добра, который оплачивается как обычный рабочий день, – это сигнал всем: «Коллеги, для нас это настолько важно, что мы готовы в это вкладываться, просто придите и получите удовольствие». Желающих провести необычный рабочий день с пользой для общества в этой ситуации будет гораздо больше.

2. **Меню добрых дел.** Сила любого коллектива – в разнообразии. В идеале в портфеле волонтерских проектов должны быть мероприятия на любой вкус и разного уровеня готовности к действию:

   - **микроволонтерство.** То, что можно сделать, не отходя от кулера. Подойдет коробка для сбора корма для животных, батареек или макулатуры. Усилий требуется немного, но появляется чувство причастности к хорошему делу;
   - **интеллектуальное волонтерство и pro bono.** Иногда лучший отдых от своей работы – это сделать ее для кого-то другого безвозмездно, но с душой. Напомним, самое ценное, что бизнес может предложить обществу, – это профессиональные навыки и компетенции;
   - **творческие акции.** Собраться ненадолго в переговорной комнате, чтобы под музыку и кофе с печеньем нарисовать открытки для ветеранов, придумать сценарий концерта для детского дома или записать аудиокнигу по ролям. Это отличный способ снять напряжение и сделать добро другим.

3 **Эффект снежного кома: начните с малого.** Не стремитесь сразу организовать высадку миллиона деревьев. Начните с небольшой, но душевной акции. Пять участников, рассказывающие о позитивных впечатлениях, сделают для вовлечения коллег больше, чем массовая официальная рассылка.

Как убедить руководство в пользе волонтерства в рабочее время?

Некоторые руководители реагируют на такую идею настороженно – боятся потерь рабочего времени или лишних затрат. В реальности это почти ничего не стоит компании, но дает ощутимую отдачу: рост вовлеченности, развитие навыков, улучшение имиджа работодателя и положительный PR.

1 **Подайте как бизнес-выгоду:** рост лояльности и вовлеченности сотрудников, развитие мягких навыков, улучшение имиджа компании, положительный PR.

2 **Снимите опасения:** ограничить время (8 ч/год или 1 день), добровольность, простая отчетность.

3 **Приведите примеры:** укажите на успешный опыт лидеров отрасли, у которых такая практика давно работает.

4 **Предложите пилотную версию:** маленький масштаб, измеримые результаты.

Вовлечение сотрудников – это поэтапный процесс от осведомленности и интереса до регулярного участия. Ключевые инструменты здесь – это разнообразный контент (от сторителлинга до интерактивов) и проактивная работа с барьерами. Главные барьеры – нехватка времени, сложность организации и сомнения в реальном результате – преодолеваются через гибкие форматы, pro bono-волонтерство, простую логистику и прозрачную отчетность.

4.4. Система признания и нематериальной мотивации.

Ознакомиться с лучшими практиками в области корпоративного волонтерства можно в несколько ключевых источниках:

1 **Отраслевые рейтинги.** Изучение рейтингов агентства RAEX и списка «Лидеры корпоративной благотворительности» позволяет увидеть конкретные примеры успешных программ, включая волонтерские инициативы.

2 **Корпоративные отчеты.** Наиболее надежным источником информации являются ESG-отчеты компаний об устойчивом развитии. Крупные организации, как правило, публикуют их ежегодно во 2-м квартале. В этих документах часто содержатся целые разделы, подробно описывающие политику и результаты волонтерских программ.

Однако внедрение практик – лишь одна сторона медали. Если представить волонтерство в качестве двигателя социальных изменений, то признание заслуг добровольцев становится тем топливом, которое не дает этому двигателю заглохнуть. Сделать добро – это только полдела. Не менее важно оценить вклад каждого участника по достоинству и искренне поблагодарить тех, кто вложил свои время и силы. Именно искреннее признание служит мощным инструментом поддержания долгосрочной мотивации и вдохновляет команду на новые свершения.

Внутреннее признание: культура благодарности

Признание внутри коллектива – основа успешной программы. Именно в своей компании волонтер чувствует, что его усилия ценят не для отчета, а по-настоящему. Задача руководства – превратить благодарность из редкого жеста в устойчивую привычку, часть корпоративной культуры.

- **Сила спасибо.** Простое спасибо, сказанное руководителем на общем собрании или в корпоративном чате, творит чудеса. Выделите 5 минут на планерке, чтобы отметить тех, кто участвовал в волонтерском мероприятии.
- **Визуализация успеха.** Можно создать на внутреннем портале раздел, посвященный волонтерству в компании, или рубрику в корпоративном издании, или стенд с фотографиями, сделанными во время акции. Визуализация успеха повышает ценность волонтерства и вдохновляет коллег.
- **Личное письмо от руководителя.** Персональное благодарственное письмо от первого лица компании – знак высокого признания вклада сотрудника в доброе дело.

Материальная мотивация: бонусы за добрые дела

Иногда слова благодарности хочется подкрепить чем-то, что можно сохранить, – небольшим, но весомым знаком внимания.

Корпоративный мерч для волонтеров

- Компания создает линейку брендированной продукции (футболки, толстовки, кружки и т. п.) с символикой волонтерского движения компании. Это не только подарок, но и способ сплотить команду.

- **Дополнительный день отдыха.** Оплачиваемый волонтерский выходной, который сотрудник может использовать по своему усмотрению.

- **Подарки – впечатления.** Сертификаты в кино или театр для всей семьи, билеты на концерт или спортивный матч. Подарите сотрудникам положительные эмоции.

Признание через развитие: инвестиции в лидеров

Лучшее признание для деятельного человека – это доверие и новые возможности.

- **«Спасибо» в годовом отчете.** Включите волонтерскую активность как плюс в ежегодную оценку сотрудника (особенно в плане развития мягких навыков). Это покажет, что компания ценит не только профессиональные, но и человеческие качества.

- **Дайте порулить.** Доверьте организацию следующей акции волонтеру, который проявил себя в прошлый раз. Это позволит ему развить управленческие навыки, а также почувствовать свою ответственность и лидерство.

- **Микрогранты на добрые дела.** Компания может учредить небольшой внутренний фонд. Любой сотрудник будет иметь возможность подать заявку со своей волонтерской идеей, и лучшие получат небольшой грант на ее реализацию.

На большой арене: федеральные конкурсы и премии

Участие в крупных конкурсах позволяет сверить часы с лидерами и заявить о себе на всю страну.

- **Заявки на национальные премии.** В России существует несколько престижных премий в области КСО и волонтерства, например, Международная премия #МЫВМЕСТЕ, конкурс «Чемпионы добрых дел», «Лидеры корпоративной благотворительности». Важно подготовить качественную заявку, описать лучшие проекты. Участие – это уже полезный опыт, а победа – большое достижение.

- **Выступление на конференциях.** Компания подает заявки на выступления в рамках профильных форумов по КСО, HR и внутренним коммуникациям. В качестве спикера можно делегировать не только куратора волонтерства в компании, но и активного сотрудника.

Партнерство и медиа

- **Признание от партнеров – НКО.** Благотворительные фонды часто проводят собственные мероприятия, чтобы в том числе поблагодарить партнеров. Крайне важно участвовать в них и делиться данной информацией внутри компании.

- **Использование социальных сетей.** Рассказ о работе волонтеров на официальных страницах компании в социальных сетях (с согласия сотрудников) работает на имидж компании лучше рекламы.

Волонтерство и карьера: как найти баланс?

- **Расставляйте приоритеты:** выполнение рабочих задач – безусловный приоритет; социальные инициативы – ценное дополнение.

- **Разграничивайте поощрения:** профессиональные результаты должны быть связаны с финансовыми бонусами и карьерным ростом. Волонтерские успехи – с публичной похвалой, нематериальными бонусами и развитием.

- **Раскрывайте преимущества:** объясняйте, как волонтерство прокачивает полезные для работы навыки (лидерство, командная работа, креативность). Так оно превращается из конкурента за время в ценный инструмент для профессионального и личного роста.

В небольшом коллективе сложные системы мотивации и конкурсы могут выглядеть искусственно. В данном случае лучше всего работает личное и неформальное признание:

- **простая благодарность:** искреннее спасибо от руководителя на общем собрании или в чате,

- **командное поощрение:** пицца в офис после субботника или дополнительный час к обеденному перерыву,

- **публичность:** пост с фотографиями и благодарностью в соцсетях компании.

Также стоит помнить, что многие профессиональные премии и конкурсы в сфере корпоративного волонтерства, такие как, например, «Чемпионы добрых дел», имеют специальные **номинации для малого и среднего бизнеса.** Это дает возможность небольшим компаниям заявить о себе.

Признание достижений волонтеров – топливо для программы. Система мотивации должна быть комплексной и включать **внутреннее признание** (от простого «спасибо» до публичной похвалы), **нематериальные бонусы** (мерч, дополнительный выходной), **признание через развитие** (лидерство в проектах, микрогранты) и **внешнее признание** (премии, публикации). Поощряйте волонтеров, не создавая нездоровой конкуренции, и четко разделяйте признание за волонтерство и оценку профессиональной деятельности.

4.5. Информационная политика и политика открытости бизнеса.

Политика информационной открытости компаний осуществляется по нескольким направлениям:

1. Текущее информирование о благотворительной деятельности компании, реализации социальных проектов через СМИ и медиа.
2. Публикация отчетности о результатах благотворительной деятельности компании и презентация отчетов.
3. Участие в российских и международных рейтингах, в рамках которых оценивается социальный вклад компаний, определяется соответствие Стандарту общественного капитала бизнеса.

Российский союз промышленников и предпринимателей проводит процедуру общественного заверения (подтверждения) нефинансовых отчетов – инструмент независимого подтверждения раскрываемых компаниями сведений о реализации принципов ответственного ведения бизнеса в корпоративных стратегиях и деловой практике. И ведет Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов РСПП.

Нефинансовый отчет – это публичное доказательство эффективного управления репутацией и ответственной конкуренции

Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов – это банк данных добровольных нефинансовых отчетов организаций, действующих на территории Российской Федерации.

Национальный регистр включает **реестр компаний, выпускающих нефинансовые отчеты:**

- в области устойчивого развития,
- социальные отчеты,
- экологические отчеты,
- отраслевые отчеты.

С библиотекой нефинансовых отчетов, которая содержит электронные версии официально опубликованных нефинансовых отчетов компаний, работающих в России, а также некоторых крупных транснациональных компаний можно ознакомиться на сайте РСПП.

В работе можно опираться на разработанные в 2025 г. Фондом президентских грантов методические рекомендации по информационной открытости и публичной отчетности НКО, в которых прописаны соответствующие нормативные документы, регламенты и объемы необходимой информации для публичной отчетности.

Кроме того, с лучшими примерами публичных отчетов НКО можно познакомиться в библиотеке Всероссийского конкурса публичных отчетов «Точка отсчета».

ГЛАВА 5.
ОЦЕНКА И РАЗВИТИЕ ПРОГРАММЫ

5.1. Оценка эффективности: ключевые метрики и KPI.

Компания вкладывает в волонтерские проекты время, человеческие и материальные ресурсы. Как убедиться, что этот вклад приносит настоящую пользу обществу и самой компании? Необходима системная оценка результатов, которая превращает добрые дела в конкретные цифры и факты, показывая, что каждый шаг имеет вес и смысл.

Измерение результатов помогает:

- **улучшить программу.** Анализ результатов помогает скорректировать программу и планы на будущее: усилить то, что работает, и пересмотреть то, что не приносит ожидаемой пользы.
- **обосновать бюджет.** Когда требуется получить или сохранить финансирование, необходимы конкретные итоги в цифрах.
- **рассказать волонтерам о ценности их вклада.** Когда участники программы видят оцифрованные результаты своих усилий, повышается их мотивация.
- **укрепить репутацию компании.** Публичные отчеты о волонтерской деятельности показывают, что компания социально ответственна не на словах, а на деле. Это повышает доверие со стороны клиентов, партнеров и общества в целом.

В 2022 г. Ассоциация грантодающих организаций «Форум Доноров» с целью развития культуры оценки благотворительных проектов и программ выпустила обновленную «Позицию Форума Доноров по развитию культуры оценки в донорских организациях».

«Воспринимая культуру оценки как набор ценностей и отношений, которые обеспечивают систематическое осмысление миссии, стратегий и целей программ и проектов, а также опыта их реализации, мы убеждены, что оценка предоставляет возможность понять и удовлетворить потребности тех, на кого направлена деятельность донорской организации, повысить качество предоставляемых услуг и усилить производимый социальный эффект», – говорится в документе.

Три уровня измерения: от действий к реальным переменам

Представьте: вы сажаете деревья. Можно записать, сколько часов проведено за работой. Другой способ – узнать, сколько деревьев прижилось и как они оживили экосистему. С волонтерством все идентично: нужно не только считать усилия, но и видеть результат. Поэтому оценку эффективности волонтерской деятельности стоит проводить на 3 уровнях.

Уровень 1. Активность: «Что мы сделали?».

Это базовый уровень. Он отвечает на вопрос: «Каковы были наши действия?». Собираются количественные данные, которые лежат на поверхности.

Что считать?

- Количество мероприятий (например, 10 субботников за год).
- Количество участников (150 уникальных волонтеров).
- Общее количество волонтерских часов (1200 часов за год).
- Сумма собранных пожертвований (50 000 руб. на корм для приюта).

Этот уровень важен для понимания масштаба деятельности, но он ничего не говорит о ее качестве или пользе.

Уровень 2. Результаты: «Что изменилось сразу после наших действий?».

Этот уровень отвечает на вопрос: «К каким конкретным изменениям привели наши действия?».

Что считать?

- Площадь убранной или благоустроенной территории (очистили 2 г парка).
- Количество людей, получивших помощь или знания (80 пенсионеров научились пользоваться компьютером).
- Количество отремонтированных объектов (починили 55 скамеек).
- Число животных, нашедших дом (30 кошек и собак из приюта взяли в семьи после дня открытых дверей).

Этот уровень показывает конкретную пользу. Мы не просто потратили часы (активность), мы сделали мир немного лучше (результат).

Уровень 3. Влияние (impact): «Каков долгосрочный эффект для общества и бизнеса?».

Это сложный, но самый значимый уровень оценки, который отвечает на вопрос: «Как наши действия повлияли на жизнь людей и на компанию в долгосрочной перспективе?».

Социальное влияние:

- Улучшение качества жизни людей (благодаря курсам финансовой грамотности 70 % участников смогли создать сбережения).
- Снижение уровня рецидива правонарушений среди подростков, прошедших программу наставничества.
- Повышение успеваемости у детей, с которыми занимались волонтеры-репетиторы.

Влияние на бизнес:

- Повышение вовлеченности и лояльности сотрудников: измеряется через опрос eNPS (часто у волонтеров этот показатель выше).
- Снижение текучести кадров. Лояльные и вовлеченные сотрудники реже увольняются.
- Укрепление HR-бренда. Компания становится более привлекательным работодателем.

Ключевые показатели эффективности (KPI): что измерять и как?

Категория	Ключевой показатель (KPI)	Как посчитать?	Цель на год (пример)	Результат за год (пример)
Вовлеченность	Уровень участия	Формула: кол-во уникальных волонтеров ÷ общая численность сотрудников) × 100 %	40 % сотрудников приняли участие хотя бы раз	45 % сотрудников приняли участие хотя бы раз
Активность	Количество волонтерских часов	Кол-во часов, которые волонтеры потратили за период	2000 ч	2150 ч
Социальный эффект	Количество благо-получателей	Подсчет людей, получивших помощь	500 человек	530 человек
Влияние на бизнес	Влияние на лояльность (eNPS)	Разница в показателе eNPS между волонтерами и остальными сотрудниками	eNPS у волонтеров на 15 пунктов выше	eNPS у волонтеров на 18 пунктов выше
Развитие команды	Развитие мягких навыков	Опрос после мероприятий: % волонтеров, отметивших развитие навыков	70 % участников подтвердили развитие навыков	75 % участников подтвердили развитие навыков

*Комментарий к примерам в 2 правых колонках таблицы: по всем показателям результаты превысили план, поэтому можно говорить о высокой эффективности программы и ее ценности для компании, сотрудников и общества.

Метрика eNPS

Чтобы понять, как волонтерство влияет на лояльность сотрудников, компании используют метрику eNPS (Employee Net Promoter Score). Это распространенный и эффективный способ оценить, насколько люди довольны своей работой.

Как рассчитать eNPS?

1. **Задайте вопрос.** Попросите всех сотрудников оценить, с какой вероятностью они порекомендуют компанию как место работы своим друзьям и знакомым. Оценка от 0 до 10.

2. **Разделите на группы.** По ответам сотрудники делятся на 3 категории:
   - **промоутеры** (9–10 баллов): самые лояльные;
   - **пассивные** (7–8 баллов): те, кто имеет нейтральное отношение;
   - **критики** (0–6 баллов): те, кто недоволен.
3. **Вычислите eNPS.** От процента промоутеров отнимите процент критиков.
4. **Сравните результаты.** Рассчитайте eNPS отдельно для волонтеров и остальных сотрудников. Если у волонтеров показатель выше, это может говорить о том, что участие в программе повышает их лояльность.

Как это работает на практике?

Например, компания запустила проект «Курсы цифровой грамотности для пенсионеров». Волонтеры учат пожилых людей пользоваться смартфонами, мессенджерами и порталом «Госуслуги».

Активность – что сделали: 10 занятий, 15 волонтеров, 120 часов работы. Цифры дают представление о масштабе, но не раскрывают, что за ними стоит.

Результаты – что изменилось: 50 пенсионеров окончили курс, и 95 % теперь сами записываются к врачу онлайн, а 70 % активно пользуются мессенджерами и созваниваются с родственниками и знакомыми. Это уже демонстрация реальной пользы.

Влияние – долгосрочный эффект: 80 % участников стали увереннее, меньше чувствуют себя изолированными, а 70 % волонтеров развили навыки общения и наставничества, которые используют в работе.

В итоге получилась живая картина: как усилия превращаются в результаты, а результаты – в долгосрочные перемены, которые делают устойчивее и людей, и компанию, и общество.

В небольших компаниях эффективность волонтерских проектов чаще выражается не столько в цифрах, сколько в эмоциях команды. На первый план выходит вовлеченность и эмоциональный эффект от совместных дел. Вместо громоздких систем оценки можно использовать легкие и живые форматы: фоторепортажи в общем чате, истории участников, обсуждения. Они не просто фиксируют результат – они продлевают его эффект, возвращая воспоминания и мотивируя на новые добрые дела.

Оценка эффективности волонтерской программы помогает понять ее пользу для общества и бизнеса. Она охватывает активность, результаты и долгосрочное влияние, позволяя улучшать проекты, обосновывать бюджет, мотивировать участников и укреплять репутацию. В малом бизнесе главным показателем часто становятся эмоции, командный дух и благодарность получателей помощи.

5.2. Что такое социальный возврат на инвестиции? Общее представление.

В современной практике управления социальными проектами нередко используется термин SROI (Social Return on Investment – социальный возврат на инвестиции). Эта методика позволяет оценить социальное воздействие в денежном выражении. Как правило, ее применяют крупные компании, которые стремятся показать эффективность масштабных и устойчивых программ. Полученные данные корпорации используют в своей нефинансовой отчетности, ESG-документах и в прочих материалах для инвесторов и государственных органов.

В самых общих чертах суть методики такова:

- **Определение результатов:** выясняется, какие изменения произошли благодаря проекту (например, сколько людей получило новые навыки).
- **Оценка в денежном эквиваленте:** присвоение результатам денежного эквивалента с опорой на рыночную стоимость аналогичных услуг.
- **Сравнение с затратами:** соотнесение денежной ценности результатов с суммой, затраченной на проект. Например, социальный возврат на инвестиции 4:1 означает, что на каждый вложенный рубль было создано 4 рубля социальной ценности.

Анализ социального возврата на инвестиции – достаточно сложная и трудоемкая процедура. Она требует сбора количественных и качественных данных, предполагает проведение опросов и интервью, также обязательным условием является привлечение отраслевых экспертов. К тому же в практике российских компаний отсутствуют устоявшиеся стандарты и достаточный опыт применения методики, что затрудняет ее использование.

5.3. Масштабирование и развитие программы.

Волонтерская программа как костер: сначала он горит благодаря энергии первых энтузиастов, но, чтобы пламя стало ярче и согревало больше людей, необходимо новое топливо – свежие идеи, разнообразные форматы, вдохновляющие истории. Когда пилотные проекты уже доказали свою силу и собрали вокруг себя команду единомышленников, наступает время роста. Теперь задача – превратить отдельные акции в устойчивую традицию, чтобы волонтерство стало частью корпоративной культуры и источником гордости для всей команды.

Ключевые направления развития:

- **Разнообразие форматов:** добавляйте новые типы активностей, чтобы у каждого сотрудника был выбор. Запускайте pro bono-направление для использования профессиональных навыков, вводите гибкие онлайн-форматы и микроволонтерство.

- **Расширение партнерской сети:** увеличивайте количество НКО-партнеров, чтобы охватить новые темы и территории. Запускайте долгосрочные стратегические проекты. Вовлекайте в партнерство местные власти или другой бизнес для усиления эффекта.

- **Развитие внутреннего лидерства:** формируйте команду внутренних амбассадоров, которые будут не только участвовать, но и продвигать идеи, вовлекать новичков и делиться опытом. Делегируйте им организацию небольших проектов.

- **Интеграция в корпоративную культуру:** включайте информацию о волонтерстве в программы адаптации новых сотрудников. Добавляйте волонтерскую активность в систему оценки персонала. Создавайте корпоративные традиции.

- **Развитие внешних связей:** обменивайтесь опытом на конференциях, вовлекайте партнеров и клиентов в совместные проекты. Изучайте лучшие практики, взаимодействуя с профильными объединениями (например, с НСКВ).

Масштабирование – это качественный рост, направленный на углубление влияния программы как внутри компании, так и за ее пределами.

Для измерения эффективности волонтерской программы необходима комплексная система оценки. Она должна включать 3 уровня метрик: количественные показатели активности (число участников и акций), непосредственные результаты (сколько помощи оказано), а также долгосрочное социальное влияние и пользу для бизнеса.

Полученные данные используются для улучшения и масштабирования программы. Масштабирование, в свою очередь, подразумевает расширение форматов, развитие внутреннего лидерства, интеграцию волонтерства в корпоративную культуру и укрепление внешних связей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Уважаемые коллеги, друзья!

Корпоративное волонтерство в России уже утвердилось в качестве стратегического инструмента устойчивого развития, принося измеримую пользу всем участникам: бизнесу, государству, некоммерческому сектору и обществу в целом. Грамотно выстроенные добровольческие программы укрепляют корпоративную культуру, повышают мотивацию сотрудников, улучшают репутацию компании и помогают решать важные для всей страны задачи

Корпоративное волонтерство – живая, постоянно развивающаяся сфера. Появляются новые, более гибкие форматы и цифровые инструменты, совершенствуются методики оценки социального воздействия, меняется и законодательная база. Государство уделяет все больше внимания поддержке добровольческих инициатив, а бизнес, в свою очередь, расширяет социальные программы, делая их более системными и масштабными.

Эти материалы призваны стать для вас опорой в динамичном процессе. Мы систематизировали актуальные практики, чтобы вы могли выстроить эффективную программу с нуля или найти решения для уже существующих задач.

Помните, что не существует единственно правильного пути. Каждая компания уникальна, и лучшая волонтерская программа – та, которая отражает ваши ценности, отвечает интересам ваших сотрудников и приносит реальную пользу вашему району, городу, региону.

Используйте методические материалы как конструктор: берите за основу целые разделы или отдельные инструменты, чтобы выстроить собственную систему, которая будет работать наилучшим образом именно для вас.

В конечном счете, главное – это не технологии, главное – желание менять мир к лучшему, системный подход и открытость к партнерству. Ваш вклад, помноженный на усилия тысяч других компаний, станет движущей силой позитивных изменений в нашей стране.

Желаем вам удачи и ярких проектов!

росмолодёжь добро.рф НСКВ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СОВЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ ВОЛОНТЕРСТВУ

Коллектив авторов

А.П. Метелев, Т.О. Письмеров, И.С. Жукова, А.В. Бушлякова,
О.В. Чудиновских, С.В. Согрина, А.Б. Болдырева, Е.А. Иваницкая

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ И ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ

2025 ГОД

При поддержке: Министерство экономического развития Российской Федерации; Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации; Форум Доноров, Ассоциация грантодающих организаций

ДЛЯ ОЗНАКОМЛЕНИЯ БИЗНЕСУ

Сборник Добро.рф и НСКВ:
«Лучшие практики корпоративного волонтерства – 2024».

Доступен
по ссылке

Добро.рф

НСКВ