

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО В РОССИИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ, КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И СУЩЕСТВУЮЩИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

Гаврилова Элеонора Николаевна¹,

канд. экон. наук, доцент,

e-mail: ENGavrilova@fa.ru,

¹Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Роль корпоративного волонтерства в России, способствующего укреплению социальной ответственности бизнеса и достижению национальных целей развития, возрастает из года в год. В последние годы наблюдается значительное увеличение числа компаний, внедряющих подобные программы, что отражает стремление бизнеса внести вклад в решение социальных и экологических проблем страны. Объектом исследования является корпоративное волонтерство как социально значимая деятельность организаций. В статье рассмотрен исторический процесс возникновения корпоративного волонтерства. Проведено исследование понятия «корпоративное волонтерство», выделены цели и задачи этого вида деятельности. Автором оценены роль и преимущества корпоративного волонтерства для компаний и сотрудников. В статье также рассматриваются формы реализации корпоративного волонтерства в России, исследуются правовые и организационные ограничения развития корпоративного волонтерства в России, проведен углубленный анализ корпоративного волонтерства как элемента корпоративной социальной ответственности фактора устойчивого развития организаций и общества. Выявлено влияние корпоративного волонтерства на социально-экономическое развитие регионов и организаций. В свете этих идеологий автором были разработаны рекомендации по развитию программ корпоративного волонтерства в российских компаниях, с помощью которых можно повысить социальную ответственность бизнеса, укрепить внутреннюю корпоративную культуру и создать эффективные стратегии вовлечения сотрудников в добровольческую деятельность, что положительно скажется на устойчивом развитии организаций.

Ключевые слова: корпоративное волонтерство, волонтеры, социальные проблемы страны, волонтерская деятельность, национальные цели страны, корпоративная социальная ответственность, стратегия устойчивого развития

CORPORATE VOLUNTEERING IN RUSSIA: CONCEPTUAL FRAMEWORK, KEY FEATURES AND EXISTING LIMITATIONS

Gavrilova E.N.¹,

candidate of economic sciences, associate professor,

e-mail: ENGavrilova@fa.ru,

¹Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

The role of corporate volunteering in Russia, which helps strengthen the social responsibility of business and achieve national development goals, is increasing from year to year. In recent years, there has been a significant increase in the number of companies implementing such programs, which reflects the desire of businesses to contribute to solving social and environmental problems of the country. The object of the study is corporate volunteering as a socially significant activity of organizations. The article examines the historical process of the emergence of corporate volunteering. A study of the concept of “corporate volunteering” was conducted, the goals and objectives of this type of activity were identified. The author assessed the role and benefits of corporate volunteering for companies and employees. The article also considers the forms of implementation of corporate volunteering in Russia. The article examines the legal and organizational restrictions on the development of corporate volunteering in Russia. The article provides an in-depth analysis of corporate volunteering as an ele-

ment of corporate social responsibility of a factor in the sustainable development of organizations and society. The influence of corporate volunteering on the socio-economic development of regions and organizations was revealed. In light of these ideologies, the author developed recommendations for the development of corporate volunteering programs in Russian companies, with the help of which it is possible to increase the social responsibility of business, strengthen the internal corporate culture and create effective strategies for involving employees in volunteer activities, which will have a positive impact on the sustainable development of organizations.

Keywords: corporate volunteering, volunteers, social problems of the country, volunteer activities, national goals of the country, corporate social responsibility, sustainable development strategy

DOI 10.21777/2587-554X-2025-1-104-114

Введение

Корпоративное волонтерство в России приобрело особое значение с начала 2000-х годов, когда оно начало преобразовываться из случайных актов помощи в стратегическую часть социальной ответственности бизнеса. Стремление компаний к решению экологических и социальных проблем, укрепление репутации и корпоративной культуры приобрело ключевую роль в общем контексте бизнеса. В отличие от традиционного волонтерства, где мотивация исходит из личных убеждений отдельных лиц, корпоративное волонтерство служит воплощением ценностей и культуры самой организации. Именно поддержка компании и ее ресурсная база делают возможным масштабные проекты, а не личные инициативы.

1990-е в России характеризовались благотворительностью, порой одноразовой, а лишь позже, с развитием 2000-х, в корпоративном волонтерстве начали проявляться элементы системности и социального партнерства. В течение следующего десятилетия волонтерские инициативы стали гораздо более организованными с ярко выраженными экологическими и инклюзивными аспектами. Стали стремительно внедряться цифровые технологии, позволяющие вовлекать сотрудников в проекты независимо от их местоположения.

Стоит подчеркнуть, что процесс развития корпоративного волонтерства во многом зависит от социальных и культурных факторов. Сложность заключается как в экономическом неравенстве и традициях взаимопомощи, так и в межкультурных различиях, которые влияют на международные компании. Ограниченность ресурсов и неравномерное распространение инициатив по регионам – это все еще актуальные проблемы.

Актуальность темы исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, в условиях глобализации и повышения конкурентоспособности на рынке организациям необходимо не просто стремиться к извлечению прибыли, но и демонстрировать свою социальную ответственность. Именно корпоративное волонтерство становится одним из способов реализации этой ответственности и, как следствие, позволяет создавать позитивный имидж компании в глазах потребителей, партнеров и сотрудников.

Во-вторых, ситуация в России требует устойчивых социальных решений, особенно при наличии разнообразных социальных проблем, включая бедность, экологические проблемы, проблемы образования и здравоохранения. Корпоративное волонтерство может служить мощным инструментом для мобилизации ресурсов и идей, направленных на борьбу с этими вызовами.

Также стоит отметить, что корпоративное волонтерство имеет свои особенности и ограничения, которые необходимо учитывать в процессе его внедрения и развития. Среди этих особенностей можно выделить культурные различия в восприятии добровольческой деятельности, а также различия в мотивации сотрудников для участия в подобных инициативах. Ограничения могут выражаться в недостатке информации о возможностях и формах волонтерства, а также в недостаточной поддержке со стороны руководства компаний.

Таким образом, исследование корпоративного волонтерства в России, с его пониманием, особенностями и ограничениями, становится не только актуальным, но и необходимым для понимания роли бизнеса в современном обществе. И неудивительно, что отечественные ученые уделили значительное

внимание исследованию данного вида деятельности. Так, И.В. Лескова исследует культуру корпоративного волонтерства в российских организациях, акцентируя внимание на его особенностях и развитии¹. В.И. Василенко и В.М. Зорин использовали комплексный подход к анализу волонтерской деятельности, включая корпоративные инициативы [1]. А.П. Панфилова и М.Б. Готов рассматривали исторические и мотивационные аспекты волонтерства, что важно для понимания корпоративной его формы².

Цель исследования – выявить особенности, рассмотреть ограничения для развития корпоративного волонтерства в стране, изложить основные тренды и дать рекомендации по развитию корпоративного волонтерства в России.

В соответствии с поставленной целью можно выделить ряд задач исследования:

- дать понятие, рассмотреть особенности и роль корпоративного волонтерства в развитии страны, предприятий, в жизни людей;
- рассмотреть правовые и организационные ограничения и факторы влияния на корпоративное волонтерство в России;
- провести анализ успешных кейсов корпоративного волонтерства в России;
- выявить тренды и инновационные подходы в корпоративном волонтерстве в России;
- разработать рекомендации по развитию корпоративного волонтерства в России.

1. Понятие, особенности и роль корпоративного волонтерства

Корпоративное волонтерство – это добровольное участие сотрудников организаций в общественно значимых проектах, осуществляемое по инициативе или при поддержке работодателя. Оно является обязательным элементом корпоративной социальной ответственности (КСО) и стратегии устойчивого развития предприятия [2].

Корпоративное волонтерство основывается на принципе добровольности: сотрудники самостоятельно принимают решение об участии в социальных инициативах. Деятельность направлена на решение социальных и экологических проблем, улучшение качества жизни граждан и поддержку уязвимых групп населения. Как пример, можно привести благоустройство территорий, оказание услуг в области здравоохранения, образования и социальной защиты.

Очевидно, что корпоративное волонтерство тесно связано с ценностями компании и ее корпоративной культурой. Поддержка социальных инициатив способствует укреплению командного духа, повышению лояльности сотрудников и улучшению имиджа организации. Компании, активно развивающие корпоративное волонтерство, демонстрируют свою социальную ответственность и стремление внести позитивный вклад в общество [3].

Существует множество примеров такой деятельности. Например, испанская компания Iberdrola в 2006 году основала программу корпоративного волонтерства, направленную на поддержку сотрудников в участии в социальных проектах, в частности, в интеграции уязвимых групп в общество и улучшение окружающей среды. К 2022 году более 16 800 волонтеров приняли в ней участие, оказав помощь более чем полумиллиону человек.

В России Альфа-Банк с 2004 года оказывает поддержку благотворительной программе «Линия жизни», направленной на помощь тяжелобольным детям. Банк также сотрудничает с Всемирным фондом дикой природы (WWF) и поддерживает его инициативы через приглашение клиентов к финансовой поддержке фонда³.

Обычно выделяется значительное преимущество корпоративного волонтерства. Оно приносит пользу как компании, так и обществу. Для первой укрепляется корпоративная культура, повышается

¹ Лескова И.В. Корпоративное волонтерство: к вопросу о культуре добровольного участия сотрудников // Человек. Культура. Образование. – 2017. – № 1 (23). – С. 10–13.

² Волонтерство: история, мотивация, социальное предпринимательство / под общ. ред. А.П. Панфиловой, М.Б. Глотов; Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2019. – 212 с.

³ Наши совместные акции, сервисы и программы // Life-line.ru. – URL: <https://www.life-line.ru/alfa-bank/> (дата обращения: 29.01.2025). – Текст: электронный.

лояльность сотрудников и улучшается репутация. Общество выигрывает от реализации социальных проектов. На основе этой информации можно выделить ряд целей и задач подобной деятельности⁴:

1. Поддержание положительного имиджа компании и укрепление ее репутации.
2. Укрепление командного духа и вовлеченности сотрудников.
3. Влияние на развитие общества и решение социально значимых проблем.

Организации, активно участвующие в социальных проектах, воспринимаются как социально ответственные, поэтому доверие клиентов и партнеров повышается. Например, после трагедии 11 сентября 2001 года активность волонтерства в США достигла рекордного уровня за 20 лет. Исходя из этого можно сделать вывод о значимости корпоративного волонтерства для общественного восприятия компаний.

Более того, волонтерство предоставляет возможность для неформального общения, развития лидерских качеств и демонстрации организаторских способностей. В результате снижается процент конфликтов и увольнений, а также формируется корпоративная и гражданская идентичность работников.

В контексте помощи малообеспеченным слоям населения, поддержки образования, охраны окружающей среды сотрудники корпорации «Эксон Мобил» и члены их семей в различных регионах мира добровольно отработали свыше 779 500 часов в 5500 благотворительных организациях в 43 странах в рамках волонтерских программ, финансируемых корпорацией⁵. Помимо основных целей, корпоративное волонтерство способствует развитию профессиональных и личностных качеств сотрудников, повышению конкурентоспособности компании за счет создания позитивных связей с обществом и властью, а также привлечению и удержанию ценных специалистов, для которых важны общественно значимые ценности.

Если говорить о формах реализации корпоративного волонтерства, то здесь можно отметить следующие:

- организация добровольческих мероприятий;
- участие сотрудников в профессиональных инициативах;
- финансовая поддержка и выделение ресурсов для общественных целей.

Компании занимаются различными видами деятельности, например, уборкой территории и посадкой деревьев. Сотрудники Coca-Cola HBC Russia участвуют в субботниках и экологических акциях в 38 городах России и, тем самым, улучшают экологическую обстановку и формируют собственную культуру среди сотрудников⁶. Кроме того, организации сотрудничают с благотворительными фондами через сбор средств или необходимых товаров. В московском офисе компании «Юнипро» проходит акция «Коробка храбрости», в рамках которой сотрудники собирают игрушки для подопечных благотворительного фонда «Настенька» и передают их в детские больницы.

Вдобавок сотрудники делятся своими профессиональными навыками и проводят менторские программы и создают образовательные проекты. Например, юристы компании «Сибур» через платформу ProCharity оказывают бесплатную юридическую помощь некоммерческим организациям, что позволяет НКО получать квалифицированную поддержку и повышает профессиональные компетенции сотрудников. Также компании организуют внутренние образовательные программы, направленные на развитие сотрудников и поддержку социальных инициатив. Программа «Путешествие в страну “Трансаэро”» состоит из различных форм корпоративного волонтерства, в частности, традиционные акции для детей и профессиональное волонтерство. Компании также предоставляют свои помещения для проведения общественных мероприятий или передают технику в пользование некоммерческим организациям⁷.

Таким образом, напрашивается вывод, что корпоративное волонтерство представляет собой форму социально ответственной деятельности организаций, выраженную в добровольном участии сотруд-

⁴ Колбасенко О.Е. Корпоративное волонтерство – современный инструмент развития стратегии корпоративной социальной ответственности // Промышленность: экономика, управление, технологии. – 2016. – № 3 (62). – С. 37–42.

⁵ Корпоративное волонтерство как инновация и управление переменами // B-soc.ru. – URL: <https://www.b-soc.ru/pppublikacii/korporativnoe-volonterstvo-kak-innovacziya-i-upravlenie-peremenami/> (дата обращения: 28.01.2025). – Текст: электронный.

⁶ Зеленый свет эко-инициативам: в 38 российских городах стартует проект «Зеленые команды» Coca-Cola // Retail.ru. – URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/coca-cola-hbc-zelenyy-svet-eko-initsiativam-v-38-rossiyskikh-gorodakh-startuet-proekt-zelenye-komand/> (дата обращения: 27.01.2025). – Текст: электронный.

⁷ Трансаэро: 20 лет эффективной работы по созданию ценностей для сотрудников, клиентов, общества // Inside-pr.ru. – URL: <https://inside-pr.ru/archives/1001> (дата обращения: 25.01.2025). – Текст: электронный.

ников в социальных проектах. Основной принцип – добровольность и согласие работников. Данный инструмент корпоративной социальной ответственности способствует решению экологических, социальных и образовательных задач и улучшает жизнь общества.

Эффективность корпоративного волонтерства проявляется в укреплении репутации компаний, повышении лояльности сотрудников и формировании корпоративной культуры. Участие в инициативах развивает профессиональные и личные качества работников, снижает конфликты и текучесть кадров. Кроме того, деятельность укрепляет связь бизнеса с обществом, создает доверительные отношения с партнерами и способствует достижению устойчивого развития.

Корпоративное волонтерство представляет собой важный аспект корпоративной социальной ответственности, способствующий укреплению репутации компании, улучшению морального климата в коллективе и развитию профессиональных навыков сотрудников. Организации, поддерживающие волонтерские инициативы, вносят вклад в решение социальных и экологических проблем и повышают лояльность персонала, а также улучшают взаимодействие внутри коллектива. Можно выделить ряд конкретных преимуществ корпоративного волонтерства для компаний и сотрудников, а затем их подробно охарактеризовать. На рисунке 1 выделены основные преимущества.



Рисунок 1 – Основные преимущества корпоративного волонтерства для компаний и сотрудников⁸

Корпоративное волонтерство не ограничивается только улучшением внутренней атмосферы. Оно касается гораздо более глубоких процессов, влияющих на культуру, мотивацию и профессиональные качества сотрудников. Например, когда коллеги объединяются для работы над важными социальными инициативами, это способствует укреплению связей и созданию устойчивой среды доверия. Сплоченность внутри коллектива формируется постепенно, где участие сотрудников, например, в помощи детям-сиротам способствует гармонизации межуровневых отношений. Особенно ценно это для молодых

⁸ Волонтерство сотрудников – преимущества и организация программ волонтерства в компаниях // Copymate. – URL: <https://copymate.app/ru/blog/multi/%D0%B2%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%91%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE-%D1%81%D0%BE%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B8%D0%BC%D1%83%D1%89%D0%B5%D1%81/> (дата обращения: 30.01.2025). – Текст: электронный.

организаций, когда атмосфера позитивного взаимодействия и стремление к общим целям играют решающую роль.

Не менее значимо влияние волонтерства на восприятие компании самими работниками. Почувствовав свою сопричастность к благотворительным инициативам, сотрудники начинают воспринимать организацию не только как работодателя. Участие в общих проектах укрепляет их привязанность и становится важным фактором, влияющим на общий уровень удовлетворенности. Примером служит Ситибанк, где корпоративное волонтерство стало частью ежедневной практики, нормой, объединяющей сотрудников.

Развитие личных и профессиональных качеств становится еще одной важной составляющей. В процессе участия в благотворительных инициативах сотрудники развивают ключевые навыки: лидерство, стрессоустойчивость и креативность. Компания НЛМК, активно организующая эколого-просветительские проекты и мероприятия для школьников, предоставляет своим сотрудникам возможность усовершенствовать свои педагогические и организационные навыки⁹.

Далее стоит отметить, что волонтерские программы оказывают мощное влияние на имидж компании, поскольку формируют ее восприятие обществом. Их успешное внедрение – не просто благо для общества, но и стратегический инструмент для повышения престижа. Например, участие сотрудников крупных организаций в социальных проектах существенно влияет на репутацию. Проект «Добрый новогодний подарок», инициированный «Сбербанком», представляет собой яркий пример: здесь работники банка поддерживают благотворительные организации и, таким образом, укрепляется имидж компании как социально ответственного игрока на рынке. На фоне этого проект «Чистые игры», в котором задействованы сотрудники «Ниссана», направлен на уборку территорий. В этом случае прогресс наблюдается с точки зрения экологии, а также в части укрепления связи с гражданами со стороны компании¹⁰.

Корпоративное волонтерство, однако, не ограничивается только социальными аспектами. Оно открывает новые горизонты для развития партнерских связей. Взаимодействие с государственными учреждениями, неправительственными организациями или коммерческими партнерами через совместные благотворительные проекты становится важным механизмом для формирования устойчивых и взаимовыгодных отношений.

Не менее важным является и экономический эффект от корпоративного волонтерства. Программы такого рода, как правило, приводят к снижению текучести кадров и повышению общей продуктивности сотрудников. Исследования подтверждают: те, кто активно участвуют в волонтерских инициативах, демонстрируют более высокую лояльность и мотивацию. Важно понимать, что долгосрочные эффекты трудно точно измерить, однако их влияние на финансовую стабильность и конкурентоспособность компании сложно переоценить, ведь именно они создают основу для долгосрочного успеха на рынке.

Таким образом, корпоративное волонтерство является движущей силой, которая проникает в самые основы организации, приводя не только к улучшениям в культуре компании, но и способствуя личностному и профессиональному росту сотрудников. Содействуя внутренней сплоченности, оно, кажется, выстраивает мосты между коллегами, что неминуемо влияет на их взаимодействие и моральный климат в коллективе. И, в то время как внешние отношения с партнерами и репутация организации выходят на первый план, в этом контексте волонтерские программы способны улучшить общественный имидж и помочь компании занять более уверенную позицию на рынке.

Лояльность сотрудников, растущая на фоне общего участия в подобных инициативах, становится мощным инструментом в борьбе с текучестью кадров. Вместе с тем это приводит к более высокой мотивации, что заметно повышает продуктивность. В долгосрочной перспективе подход не просто содействует стабильности внутри компании, но и превращается в фактор, определяющий ее конкурентоспособность. Ведь каждый шаг в волонтерской деятельности – это инвестиция, которая возвращается компанией в виде усиленного имиджа, улучшенных рабочих процессов и укрепленного корпоративного духа.

⁹ Экологическое развитие НЛМК // NLMK.com. – URL: <https://www.nlmk.com/ru/sustainability/environment/environmental-development/> (дата обращения: 30.01.2025). – Текст: электронный.

¹⁰ Благотворительный фонд Сбербанка «Вклад в будущее» запускает традиционную акцию «Добрый новогодний подарок» // Vbudushee.ru. – URL: <https://vbudushee.ru/about/news/bf-sberbanka-vklad-v-budushchee-zapuskat-aktsiyu-dngp2024/> (дата обращения: 30.01.2025). – Текст: электронный.

Влияние менталитета и традиций общества на развитие корпоративного волонтерства в России трудно недооценить. Корни этой практики уходят в глубокое прошлое, в традиции общинного взаимодействия, где взаимная поддержка и забота о других составляли основу общества. Коллективизм продолжает существовать в российском обществе, даже несмотря на изменения, произошедшие в социальной и экономической структурах страны. Глубоко укоренившаяся в сознании идея, что коллективные усилия играют важнейшую роль в поддержании стабильности, находит свое отражение в активности граждан, направленной не столько на личную выгоду, сколько на пользу общества в целом. Особенно ярко это проявляется среди молодежи, воспринимающей волонтерство не только как способ самовыражения, но и как способ активного участия в жизни своей страны¹¹.

Однако не менее важно учитывать, как социально-экономические условия влияют на степень вовлеченности бизнеса в волонтерские и благотворительные проекты. Уровень жизни и социальное неравенство – эти факторы играют решающую роль в активности предприятий в сфере социальной ответственности. Хотя бедность остается одной из серьезных проблем для значительной части населения, наблюдается рост числа предпринимательских инициатив, направленных на решение социальных вопросов. Примером тому служат данные о том, что в 2018 году 10 % самых обеспеченных граждан страны контролировали почти половину национального дохода¹². В таких условиях корпоративное волонтерство становится для крупных компаний способом улучшить имидж и важным инструментом социальной стабилизации.

Повышение доверия со стороны общественности – одна из ключевых целей таких инициатив. 92 % потребителей отмечают, что воспринимают компании, активно участвующие в социально ответственных проектах, включая волонтерские, более положительно. В условиях растущего давления со стороны общества на бизнес тенденция становится все более актуальной. Люди требуют не только финансовой успешности компаний, но и их участия в решении важных социальных проблем [4].

Влияние межкультурных различий на развитие корпоративного волонтерства также невозможно игнорировать. Особое значение это приобретает в контексте работы мультинациональных корпораций. Там часто разрабатываются волонтерские программы, которые адаптируются к культурным и социальным реалиям тех регионов, где они функционируют. Создается интересная динамика, в которой глобальные стратегии сливаются с локальными потребностями. Как результат, рождаются уникальные проекты, ориентированные на местное общество.

К примеру, корпорации Google и Microsoft развивают волонтерские инициативы по всему миру, при этом всегда учитывая специфику каждой страны или региона. Компании предлагают широкий спектр программ, от экологических проектов до образовательных программ, тем самым позволяя своим сотрудникам не только совершенствовать профессиональные навыки, но и делать реальный вклад в улучшение жизни на местах. Подобный подход служит примером того, как бизнес может быть активным участником в решении социальных проблем.

В последние годы корпоративная социальная ответственность (КСО) становится все более важным компонентом в стратегиях компаний, стремящихся к устойчивому развитию. Одним из значимых направлений в этом контексте является корпоративное волонтерство, которое постепенно приобретает статус неотъемлемой части корпоративной культуры. Активность в этом направлении позволяет организациям решить актуальные социальные вопросы и укрепить свой имидж среди потребителей [5].

Программы волонтерства, как правило, имеют четко выраженные цели в сферах экологии, образования и здравоохранения, что идеально соответствует основным принципам устойчивого развития. Они становятся не просто вкладом в общественные инициативы, но и важной частью стратегического роста. Например, бренды, которые активно занимаются социальными вопросами, демонстрируют результаты на 69 % выше по темпам роста, чем те, кто игнорирует КСО.

Примером успешной реализации стратегии корпоративного волонтерства может служить уже ранее упомянутая компания «Северсталь». В 2023 году она организовала акцию «Чистая промвесна», к которой

¹¹ Певная М.В., Кузьминчук А.А. Потенциал развития корпоративного волонтерства в современной России // Социальные исследования. – 2017. – № 1. – С. 1–18.

¹² Росстат по-новому измерил неравенство доходов в стране. Как на разные группы населения повлиял кризис // РБК. – URL: <https://www.rbc.ru/economics/13/10/2022/63453c3d9a79470c2cdf05ca> (дата обращения: 30.01.2025). – Текст: электронный.

подключились более 1200 волонтеров¹³. Подобная активность является частью общей стратегии компании, ориентированной на экологическую ответственность и включение сотрудников в социальные проекты.

Однако стоит отметить, что распространенность корпоративного волонтерства не одинакова в разных регионах. В Москве и Санкт-Петербурге инициативы в этой сфере активно развиваются, часто с поддержкой местной власти и общественных организаций. Здесь компании обычно разрабатывают более амбициозные и масштабные проекты. Так, в Санкт-Петербурге компания «Т Плюс» организует экологические проекты не только в своем регионе, но и в других частях России, в частности, в Удмуртии и Свердловской области. К слову, акция «Сохраним Волгу вместе» охватывает несколько территорий, где активно участвуют сотрудники компании¹⁴.

Тем не менее, в отдаленных регионах ситуация зачастую складывается иначе. Ограниченные ресурсы и низкий уровень вовлеченности затрудняют реализацию крупных волонтерских инициатив. В таких случаях проектам не удается выйти за пределы узких географических границ.

Напрашивается вывод, что корпоративное волонтерство в России развивается под влиянием множества социальных и культурных факторов. В стране сохраняются сильные корни взаимопомощи и общественного участия. В то же время экономическое неравенство и социальная нестабильность обостряют необходимость активного участия компаний в решении социальных проблем. Ключевыми факторами являются также межкультурные различия, которые учитываются при разработке волонтерских программ мультинациональными корпорациями. Несмотря на это, неравномерное распределение инициатив по регионам страны, ограниченные ресурсы в отдаленных территориях и низкая вовлеченность в волонтерство остаются значительными проблемами.

2. Правовые и организационные ограничения развития корпоративного волонтерства в России

В России правовое регулирование волонтерской деятельности опирается на несколько ключевых документов, создающих нормативную основу для активного участия граждан в социальных проектах. Среди них Федеральный закон от 11 августа 1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)»¹⁵. Закон формулирует базовые принципы добровольческого участия, направленные на поддержку граждан, вовлеченных в решение значимых общественных проблем. Программа, утвержденная Постановлением Правительства РФ № 1493 от 30 декабря 2015 года¹⁶, вносит свою лепту, акцентируя внимание на патриотическом воспитании граждан. Важным аспектом этой программы является активизация волонтерского движения, особенно среди молодежи. С помощью него волонтерство превращается в инструмент воспитания гражданской ответственности.

Существенным элементом системы является также вовлечение бизнеса в волонтерские инициативы. Корпоративное волонтерство, представляющее собой не только личную активность сотрудников, но и стратегическую позицию компаний, в последнее время получает все большее признание как часть социальной ответственности. Российские власти реагируют на этот тренд и предлагают компаниям налоговые льготы для поддержки инициатив. В частности, в 2023 году обсуждались изменения в налоговом законодательстве, направленные на расширение возможности вычетов для организаций, участвующих в волонтерских и благотворительных проектах. Причем вычеты касаются не только прямых расходов на организацию волонтерской работы, но и пожертвований, направленных на поддержание социально значимых проектов через некоммерческие организации¹⁷.

¹³ Программа корпоративного волонтерства «Северстали» // Severstal.com. – URL: <https://promo.severstal.com/volunteer> (дата обращения: 30.01.2025). – Текст: электронный.

¹⁴ 50 тысяч деревьев городам «Т Плюс» // Tplusgroup.ru. – URL: <https://www.tplusgroup.ru/press/news/single/50-tysjach-derev-ev-gorodam-t-plus-4/> (дата обращения: 11.01.2025). – Текст: электронный.

¹⁵ Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» от 11.08.1995 № 135-ФЗ (последняя редакция) // СПС КонсультантПлюс.

¹⁶ Постановление Правительства РФ от 30.12.2015 № 1493 (ред. от 30.03.2020) «О государственной программе “Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы”» // СПС КонсультантПлюс.

¹⁷ Минфин России разъяснил вопрос предоставления социального налогового вычета по НДФЛ в сумме уплаченных страховых взносов по договору добровольного страхования жизни // ФНС. – URL: https://www.nalog.gov.ru/rn74/news/tax_doc_news/15395299/ (дата обращения: 21.01.2025). – Текст: электронный.

Важно отметить, что в России существует комплекс правовых и организационных ограничений, препятствующих росту корпоративного волонтерства. Главной трудностью является отсутствие четкой и унифицированной правовой основы для поддержки таких инициатив. Даже с учетом существующего Закона о благотворительности, который охватывает отдельные аспекты волонтерства, механизмы поддержки корпоративных программ остаются неопределенными. Это ставит перед бизнесом задачу: как развивать волонтерство, если правовая база не предлагает ясных ориентиров и стандартов для таких проектов?

Не менее значимой является трудность интеграции волонтерских программ в корпоративную культуру, что обусловлено недостаточной осведомленностью и правовой неопределенностью. Специфика участия сотрудников в волонтерских проектах не прописана в трудовом законодательстве, поэтому учет и организация таких инициатив затруднены.

Трудовые договоры, как правило, не предусматривают положения, касающиеся выделенного времени для волонтерства, а внутренние регламенты организаций часто не учитывают такие аспекты. Это приводит к тому, что гибкость в организации таких программ становится ограниченной: компании не могут гарантировать своим сотрудникам освобождение от работы для волонтерской деятельности. Деятельность зачастую проводится в свободное от работы время, что, в свою очередь, не способствует активному вовлечению работников.

Проблема учета времени, затраченного на волонтерскую деятельность, в контексте трудовых отношений также не решена. Для большинства организаций участие в волонтерских инициативах не входит в обязательства сотрудников, что ведет к тому, что такие часы не оплачиваются и не учитываются как рабочие. В тех случаях, когда компании пытаются организовать корпоративные мероприятия, например, субботники, они предоставляют дополнительные выходные. Однако это требует согласования с трудовыми нормами, что, в свою очередь, создает дополнительные сложности [6].

Наконец, международные стандарты и соглашения, принимая форму важных ориентиров, оказывают глубокое влияние на правовую основу корпоративного волонтерства. Примером служит Глобальный стандарт волонтерства, впервые представленный в 2019 году и обновленный в 2021 году [7].

Одним из важнейших аспектов этого стандарта можно считать акцент на разнообразии волонтеров и их вовлеченность, что, в свою очередь, способствует укреплению социальной ответственности. Этические нормы и безопасность участников не остаются на втором плане. Российские компании, реагируя на эти вызовы, все чаще обращаются к международным рекомендациям. Одним из путей интеграции таких практик является сотрудничество с НКО и создание новых моделей волонтерства.

Не менее важно и развитие правовой базы России, которая направлена на поддержание корпоративного волонтерства через разнообразные инициативы. Национальный совет по корпоративному волонтерству, объединяющий более 200 компаний, активно продвигает адаптацию международных стандартов в рамках российской правовой системы. Однако здесь ключевой задачей остается гармонизация мировых подходов с локальными условиями¹⁸.

Сложности, возникающие на пути регулирования корпоративного волонтерства, связаны с необходимостью создания четкого разделения между личной инициативой сотрудников и обязательным участием в корпоративных инициативах. Стремление компаний привлечь своих сотрудников к волонтерской деятельности через четко структурированные программы часто помогает укрепить корпоративную культуру и повысить мотивацию [8]. Тем не менее, важно помнить, что участие в таких программах должно оставаться добровольным, а работники должны иметь возможность выбирать те проекты, которые соответствуют их личным ценностям.

Итак, можно сделать вывод, что в России правовое регулирование корпоративного волонтерства остается на пересечении множества нерешенных вопросов, несмотря на существование основополагающих документов и растущий интерес со стороны бизнеса и государства. Стратегия поддержки социальных инициатив через налоговые льготы для организаций выглядит многообещающе, но полной и четкой правовой базы для корпоративного волонтерства все еще не сформировано. Проблемы скры-

¹⁸ Национальный совет по корпоративному волонтерству // NCCV.amr.ru. – URL: <https://nccv.amr.ru/> (дата обращения: 21.01.2025). – Текст: электронный.

ваются в недостаточной ясности трудового законодательства, где вопросы учета времени, отведенного для волонтерства, и интеграции этих программ в корпоративные структуры остаются неопределенными. Влияние международных стандартов на отечественное регулирование нельзя недооценивать, однако реализация этих подходов в российском контексте требует пересмотра, переписывания и адаптации. Усилия, направленные на гармонизацию местных и международных практик, сталкиваются с реальной необходимостью углубленной работы по созданию правовых и организационных механизмов, которые бы действительно поддерживали развитие волонтерского движения в компаниях.

Заключение

Корпоративное волонтерство представляет собой форму социально ответственной деятельности организаций, выраженную в добровольном участии сотрудников в социальных проектах. Основной принцип – добровольность и согласие работников. Эффективность корпоративного волонтерства проявляется в укреплении репутации компаний, повышении лояльности сотрудников и формировании корпоративной культуры.

Волонтерские программы оказывают мощное влияние на имидж компании, поскольку формируют ее восприятие обществом. Их успешное внедрение – не просто благо для общества, но и стратегический инструмент для повышения престижа. Корпоративное волонтерство является движущей силой, которая проникает в самые основы организации, привнося не только улучшения в культуру компании, но и способствуя личностному и профессиональному росту сотрудников.

Корпоративное волонтерство в России развивается под влиянием множества социальных и культурных факторов. В стране сохраняются сильные корни взаимопомощи и общественного участия. В то же время экономическое неравенство и социальная нестабильность обостряют необходимость активного участия компаний в решении социальных проблем. Ключевыми факторами являются также межкультурные различия, которые учитываются при разработке волонтерских программ мультинациональными корпорациями.

Корпоративное волонтерство в России в последние годы становится важным элементом социально-экономического ландшафта, активно вовлекающим бизнес в решение экологических и социальных проблем. Программы, реализуемые крупнейшими компаниями, оказывают влияние на развитие регионов и на качество жизни граждан.

В России правовое регулирование корпоративного волонтерства остается на пересечении множества нерешенных вопросов, несмотря на существование основополагающих документов и растущий интерес со стороны бизнеса и государства. Стратегия поддержки социальных инициатив через налоговые льготы для организаций выглядит многообещающе, но полной и четкой правовой базы для корпоративного волонтерства все еще не сформировано.

Для создания эффективных стратегий вовлечения сотрудников в волонтерскую деятельность стоит прежде всего учитывать аспекты, которые влияют на мотивацию и вовлеченность. Программа стимулов, как правило, должна включать и материальные вознаграждения, и нематериальные меры. Важным фактором остается развитие лидерских и коммуникативных навыков через соответствующие образовательные программы, которые делают волонтерскую работу более продуктивной.

Список литературы

1. Волонтерство в России: отечественный опыт и современность: монография / под науч. ред. В.И. Василенко, В.М. Зорина. – Москва: ИД «Дело» РАНХиГС, 2020. – 400 с. – ISBN 978-5-85006-236-1.
2. Горлова Н.И., Троска З.А., Грибкова О.В. Корпоративное волонтерство как элемент устойчивого развития организации // НК. – 2017. – № 4. – С. 126–151.
3. Маркина Ю.М. Корпоративное волонтерство как инструмент внутренних и внешних коммуникаций организации // Теория и практика общественного развития. – 2023. – № 12. – С. 124–129.
4. Мясоедов А.И. Корпоративное волонтерство в социальной миссии крупных предприятий // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2021. – Т. 7, № 1. – С. 44–55.

5. *Панасенко С.В.* Особенности современного развития корпоративной социальной ответственности в России // Российская школа связей с общественностью. – 2023. – № 30. – С. 10–14.
6. *Шукишин С.И., Катина А.А.* Место добровольчества (волонтерства) в системе нормативно-правового регулирования Российской Федерации // Государственная служба. – 2022. – № 6 (140). – С. 100–108.
7. *Пхитиков Р.Б.* Актуальные вопросы правового регулирования волонтерской деятельности в Российской Федерации // Закон и право. – 2023. – № 11. – С. 30–35.
8. *Бирюков Е.С., Захарова Т.И., Садыкова К.В., Кербер И.В., Вилкова Д.В.* Корпоративное волонтерство как форма добровольческой деятельности // Вестник Челябинского государственного университета. – 2021. – № 3 (449). – С. 242–247.

References

1. *Volonterstvo v Rossii: otechestvennyj opyt i sovremennost': monografiya / pod nauch. red. V.I. Vasilenko, V.M. Zorina.* – Moskva: ID «Delo» RANHiGS, 2020. – 400 s. – ISBN 978-5-85006-236-1.
2. *Gorlova N.I., Troska Z.A., Gribkova O.V.* Korporativnoe volonterstvo kak element ustojchivogo razvitiya organizacii // NK. – 2017. – № 4. – S. 126–151.
3. *Markina Yu.M.* Korporativnoe volonterstvo kak instrument vnutrennih i vneshnih kommunikacij organizacii // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. – 2023. – № 12. – S. 124–129.
4. *Myasoedov A.I.* Korporativnoe volonterstvo v social'noj missii krupnyh predpriyatij // Nauchnyj rezul'tat. Social'nye i gumanitarnye issledovaniya. – 2021. – T. 7, № 1. – S. 44–55.
5. *Panasenko S.V.* Osobennosti sovremennogo razvitiya korporativnoj social'noj otvetstvennosti v Rossii // Rossijskaya shkola svyazej s obshchestvennost'yu. – 2023. – № 30. – S. 10–14.
6. *Shukshin S.I., Katina A.A.* Mesto dobrovol'chestva (volonterstva) v sisteme normativno-pravovogo regulirovaniya Rossijskoj Federacii // Gosudarstvennaya sluzhba. – 2022. – № 6 (140). – S. 100–108.
7. *Phitikov R.B.* Aktual'nye voprosy pravovogo regulirovaniya volonterskoj deyatel'nosti v Rossijskoj Federacii // Zakon i pravo. – 2023. – № 11. – S. 30–35.
8. *Biryukov E.S., Zaharova T.I., Sadykova K.V., Kerber I.V., Vilkova D.V.* Korporativnoe volonterstvo kak forma dobrovol'cheskoj deyatel'nosti // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2021. – № 3 (449). – S. 242–247.

Статья поступила в редакцию: 01.02.2025
 Статья поступила для публикации: 17.02.2025

Received: 01.02.2025
 Accepted: 17.02.2025