

DOI 10.20310/1810-0201-2019-24-179-113-120
УДК 37.018.7

Корпоративное волонтерство как перспективное направление социально-культурного партнерства: особенности, преимущества и перспективы развития

**Валентина Владимировна ГЛАДКИХ¹, Галина Ивановна ГРИБКОВА²,
Елена Владимировна УЛЬЯНОВА^{2,3}**

¹ВУНЦ ВВС «Военно-воздушная академия им. профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина»
394064, Российская Федерация, г. Воронеж, ул. Старых Большевиков, 54 «А»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4058-9011>, e-mail: galina2658@yandex.ru

²ГАОУ ВО г. Москвы «Московский городской педагогический университет»

129226, Российская Федерация, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр-д, 4, корп. 1

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1139-9593>, e-mail: galina2658@yandex.ru

³ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3362-8027>, e-mail: ulianova.elena@yandex.ru

Corporate volunteering as a promising direction of social and cultural partnership: peculiarities, advantages and development prospects

Valentina V. GLADKIKH¹, Galina I. GRIBKOVA², Elena V. ULYANOVA^{2,3}

¹Air Force Academy named after Professor N.E. Zhukovsky and Y.A. Gagarin
54 "A" Starykh Bolshevikov St., Voronezh 394064, Russian Federation

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4058-9011>, e-mail: galina2658@yandex.ru

²Moscow City University

4-1 2-y Selskokhozyaystvennyy Dr., Moscow 129226, Russian Federation

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1139-9593>, e-mail: galina2658@yandex.ru

³ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3362-8027>, e-mail: ulianova.elena@yandex.ru

Аннотация. Проанализированы особенности развития корпоративного волонтерства в России в аспекте рассмотрения таких форм, как социально-культурное партнерство, межсекторное взаимодействие. Корпоративное волонтерство определяется как поддержка и поощрение работодателем сотрудников, занимающихся общественной работой в местных сообществах на безвозмездной основе. Охарактеризована система поощрения сотрудников (оплачиваемый отпуск, оформление творческих командировок, использование количества рабочих часов в соответствии с утвержденным регламентом для участия в социально значимых мероприятиях, грантовая поддержка). Выделены и проанализированы основные подходы к развитию корпоративного волонтерства (интеграционный, инновационный). Выявлены основные направления развития корпоративного волонтерства, в которых особая роль отводится системе взаимодействия государственных структур и гражданского общества (профессиональное волонтерство, микроволонтерство, программы социальной поддержки, участие в разработке проектов для некоммерческих организаций). Представлен обзор экспертных рекомендаций для компаний по разработке и внедрению программ корпоративного волонтерства. Описаны основные этапы разработки корпоративных волонтерских программ (подготовительный, промоушен pro bono, развитие социальных инициатив, создание банка корпоративных проектов). Проанализированы программы корпоративного волонтерства крупнейших компаний, которые активно развивают это направление на территории Российской Федерации и преследует цели популяризации общественно значимой волонтерской деятельности.

Ключевые слова: волонтерство; социально-культурное партнерство; корпоративное волонтерство

Для цитирования: Гладких В.В., Грибкова Г.И., Ульянова Е.В. Корпоративное волонтерство как перспективное направление социально-культурного партнерства: особенности, преимущества и перспективы развития // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. Тамбов, 2019. Т. 24, № 179. С. 113-120. DOI 10.20310/1810-0201-2019-24-179-113-120

Abstract. We discuss the development peculiarities of corporate volunteering in Russia in the aspect of consideration of such forms as social and cultural partnership, cooperation. Corporate volunteering is defined as the support and encouragement by an employer of employees engaged in community work on a pro bono basis. The system of encouragement of employees is characterized (paid leave, registration of creative business trips; use of the number of working hours in accordance with the approved regulations for participation in socially significant events; grant support). The main approaches to the development of corporate volunteering (integration, innovation) are characterized. We define the main directions of development of corporate volunteerism, in which a special role is given to the system of interaction of state structures and civil society (professional volunteering, micro-volunteering, social support programs, and participation in the development of projects for non-commercial organizations). Expert recommendations for companies on development and implementation of corporate volunteering programs are presented. The main stages of development of corporate volunteer programs (preparatory, pro bono promotion, development of the bank of social initiatives) are described. The programs of corporate volunteering of the largest companies that actively develop this direction in the territory of the Russian Federation and pursue the goals of popularization of socially significant volunteer activity are analyzed.

Keywords: volunteer activity; social and cultural partnership; corporate volunteering

For citation: Gladkikh V.V., Gribkova G.I., Ulyanova E.V. Korporativnoye volonterstvo kak perspektivnoye napravleniye sotsial'no-kul'turnogo partnerstva: osobennosti, preimushchestva i perspektivy razvitiya [Corporate volunteering as a promising direction of social and cultural partnership: peculiarities, advantages and development prospects]. *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki – Tambov University Review. Series: Humanities*, 2019, vol. 24, no. 179, pp. 113-120. DOI 10.20310/1810-0201-2019-24-179-113-120 (In Russian, Abstr. in Engl.)

Волонтерская деятельность в современном российском обществе является индикатором гражданской активности населения, важной сферой социального влияния и защиты прав личности, перспективным вектором устойчивого развития государства.

В западной социологии термин «волонтерство» применяется для обозначения добровольного труда, добровольно осуществляемого людьми на безвозмездной основе и направленного на достижение общественно значимых целей, решение социальных проблем. Также понятие волонтерство интерпретируется как: а) деятельность некоммерческих и общественных объединений, под которыми подразумеваются добровольные, самоуправляемые формирования, созданные по инициативе граждан, объединившиеся на основе общности интересов для реализации общих целей, указанных в уставе общественного объединения; б) социальная работа, предоставление социальных услуг, основанных на желании человека оказать помощь.

Исходя из этого, социально-культурная активность личности выступает в качестве

мотивированного стремления человека к осознанной ценностной необходимости в проявления инициативы, в частности, в стремлении осуществлять волонтерскую деятельность, и формируется в ходе освоения социального опыта, вбирающего спектр культурных ценностей через удовлетворение социально-культурных потребностей и интересов [1, с. 177-178].

С целью поддержки добровольческих инициатив в феврале 2018 г. Президентом Российской Федерации В.В. Путиным был подписан закон о статусе волонтерских организаций, в котором четко зафиксировано нормативно-правовое положение волонтерских организаций, ее руководителей и волонтеров, а также полномочия органов власти в данной сфере¹.

По данным международной благотворительной организации “Charites Aid Foundation” 23 млн россиян (19 %) хотя бы один раз работали на добровольных началах в неком-

¹ Путин подписал закон о волонтерстве. URL: <https://ria.ru/society/20180205/1514028700.html> (дата обращения: 12.09.2018).

мерческих организациях, а каждый третий россиянин (32 %) оказывал безвозмездную помощь нуждающимся².

В связи с этим сфера волонтерства приобретает популярность и среди бизнес-корпораций, что свидетельствует о высоком уровне развития корпоративной социальной ответственности сотрудников компании. Поэтому неслучайно по инициативе ведущих отечественных и международных компаний в России в 2014 г. был создан Национальный совет по корпоративному волонтерству (НСКВ), основная цель которого – популяризация общественно значимой добровольческой деятельности сотрудников и трансляция лучших волонтерских практик.

Согласно определению И.И. Краснопольской, «...корпоративное волонтерство – это любые действия работодателя, направленные на поощрение и поддержку деятельности сотрудников в местных сообществах на безвозмездной основе» [2].

Корпоративное волонтерство – выгодная инвестиция в будущее компании, сопутствующая профилактике профессионального выгорания сотрудников, генерации новых идей, развитию навыков работы в команде совместно со специалистами других отделов, приобретению нового жизненного опыта, а также формированию профессиональных и общекультурных компетенций.

В настоящее время ведущие компании постепенно от благотворительности переходят к стратегическим социальным инвестициям, которые ориентированы не только на развитие ее внутриорганизационной среды (повышение квалификации, медицинское страхование, программы социальной поддержки для сотрудников и др.), но и заинтересованы в развитии внешней социальной политики, нацеленной на формирование партнерских отношений с государством и обществом [3; 4].

Среди причин актуализации корпоративного волонтерства, по мнению И. Екушевского (бизнесмена и руководителя «Клуба волонтеров»), является поддержка государством идей добровольчества, а также высокая конкуренция, в которой лидирует

только инициатор эффективных социальных инициатив [5].

Также практиками отмечается тот факт, что развитие волонтерских практик формирует социально-культурный климат вокруг градообразующих предприятий, которые таким образом повышают социальные обязательства перед членами местных сообществ, влияют на становление духовно-нравственных ценностей сотрудников, формируют заботливое отношение к окружающей среде [6, с. 21]. В данном случае можно говорить о том, что волонтеры выступают бенефициантами корпоративного волонтерства и как сотрудники компании, и как независимые граждане, добровольческая практика которых благоприятно отражается и на росте гражданской активности населения.

Существуют два взаимодополняющих подхода к развитию корпоративного волонтерства (интеграционный и инновационный):

- интеграция сотрудников в уже реализующиеся компанией волонтерские программы в свободное от работы время;
- разработка инновационных программ в соответствии с корпоративными ценностями и стратегическими ориентирами развития компании.

При этом сотрудники, принимающие активное участие в корпоративных волонтерских проектах, получают определенные преференции от руководства, в частности: а) оплачиваемый отпуск или оформление творческих командировок, обеспечивающих полную занятость сотрудников в некоммерческих проектах; б) использование утвержденного количества рабочих часов для участия в социально значимых мероприятиях и акциях; в) участие в грантовых программах, помогающих выстраивать с НКО-сектором прочные связи и повышать уровень профессиональной компетентности.

По мнению сотрудников, корпоративная волонтерская деятельность способствует взаимопониманию в коллективе (78,3 %), формированию группы единомышленников (84,2 %), развитию лидерских навыков (69,2 %), увеличивает производительность труда на 13 % и снижает отток кадров в другие организации на 50 % [7], а также повышает степень стрессоустойчивости на рабочем месте (78 %), тем самым предотвращая профессиональные провалы и наполняя про-

² CAF. World Giving Index 2015. A Global View of Giving Trends. November 2015. URL: http://www.caf-russia.ru/page/mirovoi_reiting_blagotvoritelnosti_1 (accessed: 12.09.2018).

фессиональную жизнь новым содержанием [2]. Предоставляя сотрудникам возможность выбора волонтерских вакансий, 79 % компаний отметили улучшение качества производительного труда, что также является весомым аргументом в пользу развития корпоративной филантропии [2].

Для того чтобы вовлечь сотрудника в волонтерскую практику, необходимо провести опрос, нацеленный на выявление гражданской позиции коллег, результаты которого позволят в дальнейшем разработать формы волонтерской работы с учетом целей компании [8].

Систематизируя корпоративные волонтерские программы, можно выделить наиболее популярные направления:

- развитие, поддержка и профессиональная ориентация воспитанников школ-интернатов и детских домов;
- донорство крови, помощь пострадавшим в чрезвычайных ситуациях;
- поддержка малоимущих семей и людей пожилого возраста;
- участие в экологических волонтерских инициативах и др.;
- участие в разработке и реализации проектов НКО – профессиональное добровольчество (графический дизайн, проектный менеджмент, финансовое планирование и др.).

Также подразделение международной консалтинговой организации “Accenture” советует обратить пристальное внимание на микроволонтерство (MV – microvolunteering), которое осуществляется дистанционно с рабочего или домашнего компьютера (крауд-фандинг, программное обеспечение, опросы и т. д.), так как поколению «миллениалов» важна вариативность участия в общественной работе с учетом их стиля жизни, с опорой на персонализированный Интернет (Internet of Me)³.

При разработке корпоративных волонтерских программ экспертами рекомендуется придерживаться следующих этапов:

- подготовка и систематизация программ в контексте стратегических целей компании, проработка коммуникационной системы взаимодействия между потенциальными стейкхолдерами;

- продвижение программ pro bono, нацеленных на оказание профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям, а также частным лицам, нуждающимся в данном виде поддержки, исходя из уровня профессиональных компетенций сотрудников и задач бизнеса, коррелирующих pro bono [9];

- поддержка социальных инициатив сотрудников, развитие корпоративного семейного волонтерства, корпоративного волонтерского туризма (составление разнообразных маршрутов общественно полезной деятельности с последующими отчетами на добровольческой платформе).

При реализации волонтерских программ, по мнению экспертов в области корпоративного волонтерства, необходимо следовать следующим рекомендациям.

1. Адаптировать мероприятия корпоративного волонтерства к особенностям внутреннего трудового распорядка, позволяющего охватить как можно больше сотрудников с разными рабочими графиками.

2. Учитывать приоритетные направления деятельности различных департаментов, которые могут выступить в качестве потенциальных партнеров.

3. Применять дифференцированный подход в процессе взаимодействия с НКО (оказывать профессиональные консультации, закреплять кураторов за конкретными клиентами).

4. Разработать мобильную интернет-платформу и мобильное приложение для доступа клиентов к базе данных волонтерских мероприятий, онлайн-акциям и форумам.

5. Организовать продуманную PR-кампанию на основе практического опыта сотрудников, участвовавших в волонтерских проектах, проводимых совместно с НКО, а также о благополучателях и результатах деятельности.

С этой целью на платформе “Causecast” для желающих поделиться информацией представлены все опции для загрузки фото и видеоконтента, представлены образцы отчетов, создано дискуссионное пространство для обмена опытом в сфере корпоративного волонтерства.

Анализ конкретных программ корпоративного волонтерства позволил специалистам получить следующие данные: в сред-

³ Корпоративное волонтерство и вовлеченность сотрудников. Дайджест зарубежных публикаций. М.: Мосволонтер, 2017. С. 18.

нем, срок реализации волонтерских программ в компании – от года до трех лет (30 %); периодичность реализации программ – 3 раза в год; продолжительность участия волонтеров в программах – 12 дней; основными благополучателями чаще всего являются конкретные нуждающиеся (56 %), муниципальные и/или государственные учреждения (44 %); семьи (18 %) и территория населенного пункта (13 %); к программам разработки и/или реализации корпоративного волонтерства привлекались 48 % НКО; в среднем в одной волонтерской программе принимали участие 236 сотрудников, около 90 % сотрудников были удовлетворены участием в мероприятиях корпоративного волонтерства [2, с. 38].

На сегодняшний день экспертами выделяется следующий общий перечень компетенций и соответствующие способы их развития в процессе участия сотрудника в корпоративных волонтерских практиках:

- личная эффективность (индивидуальная деятельность и работа в команде);
- адаптивность (участие в различных добровольческих проектах);
- коммуникабельность (выступление с презентацией, обработка и интерпретация информации для адекватного понимания слушателями);
- умение работать в команде (преодоление профессиональных барьеров и стереотипов, налаживание взаимодействия между сотрудниками различных отделов компании);
- креативность и инновационное мышление (разработка новых программ, поиск форм волонтерской активности в соответствии с миссией компании);
- умение убеждать (аргументировано обосновывать принятое решение);
- организационные навыки (эффективный менеджмент корпоративных волонтерских программ);
- лидерские навыки (руководство малой группой в рамках корпоративного волонтерства);
- ориентация на клиента (расширение клиентской базы компании и оценка их возможностей в развитии корпоративных волонтерских программ);
- профессиональная компетентность.

При этом ведущими социальными мотивами, побуждающими сотрудника к волон-

терской деятельности, выступают: а) самореализация личностного потенциала, возможность проявления своих способностей в социально значимой общественной деятельности; б) общественное признание, чувство социальной значимости, возможность ощутить сопричастность к общественно полезному делу; в) самоопределение, позволяющее человеку выразить свое внутреннее «Я»; г) приобретение опыта ответственного лидерства и социального взаимодействия; д) выполнение общественного и религиозного долга [10].

Успешным российским опытом в сфере корпоративного волонтерства, согласно данным аналитического отчета по результатам исследовательского проекта «Корпоративное волонтерство в России: оценка состояния и рекомендации по развитию»⁴, является деятельность таких крупных бизнес-корпораций, как «РУСАЛ», “Yum! Brands”, «ГМК «Норильский никель».

Рассмотрим более подробно программы корпоративного волонтерства, реализуемые вышеперечисленными компаниями.

В 2013 г. компания «РУСАЛ» (в арсенале компании разные формы реализации добровольческих инициатив – от системы личных пожертвований до организации масштабных городских мероприятий) в шести регионах присутствия запустила программу «Помогать просто», нацеленную на сотрудничество неравнодушных волонтеров компании с городскими активистами. В рамках программы добровольцы ежегодно а) помогали в организации социально значимых событий (мастерские добрых дел, спортивные соревнования в подшефных учреждениях, благотворительные акции и др.); б) участвовали в проведении конкурса мини-грантов, основная задача которого – обеспечить поддержку волонтерских проектов, где основными грантополучателями выступают муниципальные городские учреждения и объединения волонтеров (всего силами волонтеров была оказана помощь по 500 заявкам); в) инициировали благотворительный марафон «Верим в чудо, творим чудо!», ориенти-

⁴ Корпоративное волонтерство в России: оценка состояния и рекомендации по развитию. Аналитический отчет по результатам исследовательского проекта. М.: Изд-во «Национальный совет по развитию волонтерства», 2016. 105 с.

рованный на поддержку детей из детских домов, многодетных и малообеспеченных семей, детей-инвалидов, ветеранов Великой Отечественной войны, одиноких пожилых людей и на оказание помощи социальным, некоммерческим и образовательным учреждениям⁵. В 2015 г. марафон был признан победителем конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» в номинации «Лучшая программа (проект), реализованная в партнерстве с другим бизнесом».

Волонтерство и корпоративная социальная ответственность являются одной из основных составляющих стратегии компании «Yum! Brands», в которой реализуются более 200 проектов, объединяющих более тысячи волонтеров, получающих в рамках корпоративной программы «Твори добро» не только организационную и консультационную помощь от компании, но и финансовую поддержку авторских благотворительных проектов. Также компанией разработана программа «Волонтеры надежды», позволяющая волонтерам выигрывать гранты для благотворительных организаций, с которыми они сотрудничают (за 2014–2015 гг. волонтеры «Yum! Brands» помогли российским фондам получить более 4 млн руб. в виде грантов и пожертвований), а в 2015 г. был учрежден фонд «Открывая горизонты», основное направление которого – помощь детям, оставшимся без попечения родителей.

Программа корпоративного волонтерства «Комбинат добра» «ГМК «Норильский никель» стала неотъемлемой частью корпоративной социальной ответственности компании и стартовала 5 декабря 2015 г. в Международный день волонтера. Цель программы – развитие социальной активности сотрудников на основе взаимовыгодного партнерства как между компанией и сотрудни-

ком, так и между бизнесом и местным сообществом. В программе «Комбинат добра» благодаря систематизированному банку практик сотрудник всегда может выбрать именно тот вид волонтерской деятельности, который наилучшим образом будет сочетаться с его профессиональными навыками (профессиональные услуги (pro bono), социальные проекты, личные пожертвования и др.). Конкурс проектных идей «Инженер добра» – часть программы «Комбинат добра», в период проведения сотрудники предлагают проектные идеи, направленные на решение социально значимых задач на территориях своего присутствия, защищают проект, а победители получают гранты. Программа личных пожертвований – «Благотворительность» на интранет-портале «ГМК «Норильский никель» инициирует благотворительные акции и события городского масштаба, направленные на развитие социальной активности сотрудников (благотворительный забег «Норильск, беги со мной», семейный праздник «Инженеры добрых дел» в Норильске, Мончегорске, Москве, Заполярном, Никеле, экофестиваль в Мончегорске, благотворительная ярмарка «ДоброNickel» и др.)⁶.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что в России корпоративное волонтерство – перспективная практика социально-культурного партнерства для российских компаний, развивающая социальную ответственность и инициативность сотрудников, что в целом влияет на уровень гражданской активности населения России.

Таким образом, одним из факторов успеха корпоративных волонтерских программ компаний является их соответствие миссии компании, стратегии ее развития, степени интеграции в философию корпоративной культуры.

⁵ Корпоративное волонтерство в России: оценка состояния и рекомендации по развитию...

⁶ Там же.

Список литературы

1. Шарковская Н.В. Сущность социально-культурной активности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2007. № 3. С. 174-178.
2. Краснопольская И.И. Корпоративное волонтерство в России: основные характеристики // Корпоративное волонтерство в России. М.: Центр развития филантропии «Сопричастность», 2012. С. 36-42.
3. Луговая Е.А. Феномен добровольчества в социокультурном пространстве России: автореф. дис. ... канд. культурологии. Саратов, 2012. 20 с.
4. Мерсиянова И.В., Корнеева И.Е. Благотворительность и участие россиян в практиках гражданского общества: региональное измерение. М.: НИУ ВШЭ, 2013. 204 с.
5. Горлова Н.И. История и перспективы развития Российского корпоративного волонтерства // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2016. № 4 (40).
6. Решетников О.В. Корпоративное добровольчество. М.: Проспект, 2010. 72 с.
7. Певная М.В. Волонтерство как социологическая проблема // Социологические исследования. 2013. № 2. С. 110-119.
8. Уржа О.А. Социальная активность населения муниципальных образований: факторы и условия // Социальная политика и социология. 2013. № 2-1 (92). С. 7-22.
9. Шлихтер А.А. Направления и механизмы взаимодействия социально-ответственного бизнеса с некоммерческим сектором США. М.: ИМЭМО РАН, 2010. 104 с.
10. Сикорская Л.Е. Педагогический потенциал добровольческой деятельности студенческой молодежи // Знание. Понимание. Умение. 2011. № 2. С. 213-217.

References

1. Sharkovskaya N.V. Sushchnost' sotsial'no-kul'turnoy aktivnosti [The nature of social and cultural activity]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv – The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*, 2007, no. 3, pp. 174-178. (In Russian).
2. Krasnopolskaya I.I. Korporativnoye volonterstvo v Rossii: osnovnyye kharakteristiki [Corporate volunteering in Russia: basic characteristics]. *Korporativnoye volonterstvo v Rossii* [Corporate Volunteering in Russia]. Moscow, Centre of Philanthropy Development “Soprichastnost”, 2012, pp. 36-42. (In Russian).
3. Lugovaya E.A. *Fenomen dobrovol'chestva v sotsiokul'turnom prostranstve Rossii: avtoref. dis. ... kand. kul'turologii* [The Volunteering Phenomenon in Social and Cultural Space of Russia. Cand. cult. sci. diss. abstr.]. Saratov, 2012, 20 p. (In Russian).
4. Mersiyanova I.V., Korneyeva I.E. *Blagotvoritel'nost' i uchastiye rossiyan v praktikakh grazhdanskogo obshchestva: regionalnoe izmereniye* [Charity and the Participation of Russians in the Practices of Civil Society: Regional Measurement]. Moscow, Higher School of Economics – National Research University Publ., 2013, 204 p. (In Russian).
5. Gorlova N.I. Istoriya i perspektivy razvitiya Rossiyskogo korporativnogo volonterstva [History and prospects of development of Russian corporate volunteering]. *Uchenyye zapiski. Elektronnyy nauchnyy zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta – Scientific Notes. The Online Academic Journal of Kursk State University*, 2016, no. 4 (40). (In Russian).
6. Reshetnikov O.V. *Korporativnoye dobrovol'chestvo* [Corporate Volunteering]. Moscow, Prospekt Publ., 2010, 72 p. (In Russian).
7. Pevnaya M.V. Volonterstvo kak sotsiologicheskaya problema [Volunteering as a sociological problem]. *Sotsiologicheskie issledovaniya – Sociological Studies*, 2013, no. 2, pp. 110-119. (In Russian).
8. Urzha O.A. Sotsial'naya aktivnost' naseleniya munitsipal'nykh obrazovaniy: faktory i usloviya [Social activity of the municipal population: factors and conditions]. *Sotsial'naya politika i sotsiologiya – Social Policy and Sociology*, 2013, no. 2-1 (92), pp. 7-22. (In Russian).
9. Shlikhter A.A. *Napravleniya i mekhanizmy vzaimodeystviya sotsial'no-otvetstvennogo biznesa s nekommercheskim sektorom SSHA* [Directions and Mechanisms of Interaction of Socially Responsible Business with the Nonprofit Sector of the United States]. Moscow, Institute of World Economy and International Relations of the RAS Publ., 2010, 104 p. (In Russian).
10. Sikorskaya L.E. Pedagogicheskiy potentsial dobrovol'cheskoy deyatel'nosti studencheskoy molodezhi [Pedagogical potential of volunteer activity of students]. *Znaniye. Ponimaniye. Umeniye – Knowledge. Understanding. Skill*, 2011, no. 2, pp. 213-217. (In Russian).

Информация об авторах

Гладких Валентина Владимировна, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков. Военно-воздушная академия им. профессора Н.Е. Жуковского и Ю.А. Гагарина, г. Воронеж, Российская Федерация. E-mail: galina2658@yandex.ru

Вклад в статью: научное консультирование, анализ литературы.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4058-9011>

Грибкова Галина Ивановна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры социально-культурной деятельности. Московский городской педагогический университет, г. Москва, Российская Федерация. E-mail: galina2658@yandex.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1139-9593>

Ульянова Елена Владимировна, аспирант, кафедра социально-культурной деятельности. Московский городской педагогический университет, г. Москва, Российская Федерация. E-mail: ulianova.elena@yandex.ru

Вклад в статью: общая концепция статьи, анализ литературы, написание статьи.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3362-8027>

Конфликт интересов отсутствует.

Для контактов:

Ульянова Елена Владимировна
E-mail: ulianova.elena@yandex.ru

Поступила в редакцию 25.10.2018 г.

Поступила после рецензирования 29.11.2018 г.

Принята к публикации 15.01.2019 г.

Information about the authors

Valentina V. Gladkikh, Doctor of Pedagogy, Professor, Professor of Foreign Languages Department. Air Force Academy named after Professor N.E. Zhukovsky and Y.A. Gagarin, Voronezh, Russian Federation. E-mail: galina2658@yandex.ru

Contribution: scientific consulting, literature analysis.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4058-9011>

Galina I. Gribkova, Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor of Social and Cultural Activities Department. Moscow City University, Moscow, Russian Federation. E-mail: galina2658@yandex.ru

Contribution: main study conception.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1139-9593>

Elena V. Ulyanova, Post-Graduate Student, Social and Cultural Activities Department. Moscow City University, Moscow, Russian Federation. E-mail: ulianova.elena@yandex.ru

Contribution: main study conception, literature analysis, manuscript drafting.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3362-8027>

There is no conflict of interests.

Corresponding author:

Elena V. Ulyanova
E-mail: ulianova.elena@yandex.ru

Received 25 October 2018

Reviewed 29 November 2018

Accepted for press 15 January 2019