FORUM POSLOVNIH LIDERA SRBIJE

smart KOLEKTIV

VOLONTIRANJE ZAPOSLENIH

Štampu ove brošure finansirao je USAID preko Instituta za održive zajednice.

Stavovi izneti u ovoj brošuri isključiva su odgovornost autora,
i ni u kom slučaju ne predstavljaju odgovornost USAID-a.

ZAŠTO JE KORPORATIVNO VOLONTIRANJE VAŽNO?

Postoji veliki broj ljudi i organizacija kojima je potrebna pomoć i koji bi rado uposlili vaše volonterke i volontere. Njihov angažman može biti veliki doprinos zajednici, a neki važni poslovi mogu se obaviti samo uz njihovu pomoć.

Šta je korporativno volontiranje?

Korporativno volontiranje, odnosno volontiranje zaposlenih (eng. *corporate volunteering, employee volunteering, employee engagement*) je koordinisan program u okviru kojeg kompanija donira vreme, sposobnosti i energiju svojih zaposlenih cilju koji je od interesa za lokalnu ili širu zajednicu.

Kompanija shvata da je volontiranje važno, ohrabruje ga i promoviše

Volontiranje je danas ustaljena poslovna praksa, jer kompanije uviđaju da ne mogu sebi da priušte da se izoluju od zajednice u kojoj posluju.

Za zaposlene, volontiranje je zabavno, korisno i ispunjava

Volonter/ka je osoba koja besplatno i dobrovoljno stavlja na raspolaganje svoje vreme za dobrobit drugih ljudi i zajednice. U kontekstu korporativnog volontiranja, volontere/ke podržava njihov poslodavac, bilo da volontiraju tokom radnog ili slobodnog vremena.

Uspešna, zdrava i bezbedna lokalna zajednica je potrebna svima koji u njoj žive i rade

Delotvorni i održivi programi volontiranja zaposlenih usklađeni su sa prioritetima kompanije, uzimaju u obzir interesovanja zaposlenih i usmereni su na prave potrebe društva.

Volontiranje je odlična i ekonomičnija alternativa za klasične team building aktivnosti, koja osim što pruža jednake prilike za razvoj timske dinamike i liderstvo, u isto vreme ima i dodatu vrednost izgradnje jačih veza između kompanije, zaposlenih i zajednice.

DA LI ZAPOSLENI U VAŠOJ KOMPANIJI MOGU DA IZDVOJE PAR SATI NEDELJNO ILI MESEČNO DA POMOGNU ZAJEDNICI U KOJOJ RADE?

Vaša kompanija može da doprinese zajednici na već dobro poznati način – donacijama u novcu ili proizvodima, ali vreme i stručnost zaposlenih koji se angažuju u projektima od značaja za lokalnu zajednicu zapravo su najvrednija donacija.

Koji su najčešći oblici volonterskih akcija koje kompanije organizuju?

Velike volonterske akcije – U ovakvim akcijama, poznatim i kao ,,timski izazovi", grupa zaposlenih obavlja jednokratan praktični zadatak, najčešće u toku jednog dana. U akcije su često uključene i porodice zaposlenih. Česti primeri su: uređenje prostora, čišćenje rečne obale, pravljenje dečijih igrališta ili organizacija proslave.

Ove akcije su odlične za *team building*, pružaju zaposlenima priliku da izađu iz kancelarije i da se, nakon akcije, vrate svojoj kući sa osećajem da su zaista učinili nešto korisno.

Velika volonterska akcija „Naš Beograd"

Od 2009. godine, Forum poslovnih lidera Srbije (FPL) i SMart Kolektiv, u saradnji sa Institutom za održive zajednice (ISC), a uz podršku Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID) i Grada Beograda, organizuju veliku volontersku akciju ***Naš Beograd****, u kojoj učestvuje više stotina zaposlenih u kompanijama koje posluju u Srbiji. Akcija je osmišljena tako da zaposleni imaju mogućnost da se sami opredele za neku od raznovrsnih volonterskih aktivnosti koje su im ponuđene, kao što su uređenje nekog od beogradskih domova za stare, sređivanje gradskih zelenih površina ili druženje sa decom bez roditeljskog staranja.*

Akcija ,,Naš Beograd" održana je četvrti put 2012. godine, kada je oko 600 volontera iz 20 kompanija članica Foruma poslovnih lidera, ali i drugih kompanija i organizacija, učestvovalo u uređivanju 12 lokacija na teritoriji Beograda. Zaposleni su posvetili svoje vreme ulepšanju ambijenta u institucijama socijalne zaštite, školama, parkovima i vrtićima.

Redovno volontiranje – Neprofitnim organizacijama potrebna je stalna pomoć u najrazličitijim aktivnostima: administraciji, finansijama, druženju sa starima, čišćenju i održavanju zelenih površina, edukativnim ili zabavnim aktivnostima za decu itd. Zaposleni mogu da pronađu zadatke koji najviše odgovaraju njihovim sposobnostima i interesovanjima, i da im posvete nekoliko sati mesečno, dok ih kompanija podržava u ovom individualnom volonterskom angažovanju.

Mentorstvo – podrška 1 na 1 – Mentori pomažu mladim ljudima koji su isključeni iz sistema obrazovanja ili dolaze iz marginalizovanih grupa i teških porodičnih uslova; pomažu osnovcima da nauče da čitaju, srednjoškolcima u profesionalnoj orijentaciji, mladim preduzetnicima da pokrenu svoj biznis. Neki mentorski programi se danas organizuju i preko interneta.

Korišćenje profesionalnih veština – Vaši zaposleni imaju širok spektar veština koje su neprofitnim organizacijama dragocene u pružanju usluga lokalnoj zajednici, kao što su, na primer: IT veštine koje su veoma skupe za male organizacije, zatim finansijsko planiranje i upravljanje, HR, pravni saveti, marketing i mnoge druge. Kompanija na ovaj način može da uspostavi i dugoročnu saradnju sa određenom organizacijom, a zaposleni – volonter može biti angažovan u nekoj organizaciji i na duži rok.

Ili probajte neki od inovativnijih modela: Za svakih 100 sati koje vaši zaposleni provedu volontirajući u određenoj organizaciji, ponudite toj organizaciji donaciju u određenom iznosu.

Uspostavite ,,partnerstvo u menadžmentu“ sa nekom neprofitnom organizacijom – menadžeri vaše kompanije mogu postati članovi upravnih tela ovih organizacija i na taj način doprineti uspešnijem planiranju i sprovođenju akivnosti.

KORPORATIVNO VOLONTIRANJE – SVI DOBIJAJU!

U mnogim kompanijama korporativno volontiranje je već postalo sastavni deo poslovanja i angažmana u zajednici. Snaga ovog koncepta leži pre svega u tome što od korporativnog volontiranja koristi imaju svi - i kompanija, i zajednica, i zaposleni.

Volontiranje za kompaniju znači:

Bolji imidž – Potrošači, potencijalni zaposleni i lokalno stanovništvo će videti kompaniju kao društveno odgovornu i konstruktivnu. Volonteri su vaši najbolji promoteri!

Motivisane zaposlene – Zahvaljujući svojoj humanoj komponenti, volontiranje doprinosi, više od drugih oblika *team building*-a, jačanju timskog duha i lojalnosti zaposlenih.

Obučene kadrove – Spektar veština koje zaposleni razvijaju volontiranjem širi je od onog koji mogu da razviju na svom radnom mestu.

Kvalitetnije nove kadrove – Jačanje imidža u javnosti kroz volontiranje će privući kvalitetne kadrove u vašu kompaniju. Ljudi danas žele da rade u etičnoj, društveno odgovornoj kompaniji.

Uštede – Velike kompanije sa razvijenim volonterskim programima procenjuju da im oni donose velike uštede u budžetima za obuke i razvoj zaposlenih. Velike volonterske akcije su nekoliko puta jeftinije od skupih *team building* izleta koje organizuju eksterne agencije.

Inovaciju – Volontiranje pruža pristup lokalnim mrežama i koalicijama, uvid u lokalne probleme, kao i informacije koje mogu biti važne u procesu donošenje odluka.

Za zaposlene, volontiranje je:

Inovacija – Zaposleni mogu da upoznaju nove ljude, istraže nove situacije i izazove. Rad sa ljudima iz različitih sektora, kao što je neprofitni, čini da bolje razumemo društvo oko sebe.

Obuka – Zaposleni razvijaju nove veštine i dobijaju priliku da vode projekte i preuzmu odgovornost na različite načine nego što je to slučaj na radnom mestu.

Promena i raznovrsnost – Volontirajući, zaposleni imaju priliku za promenu okruženja i vrste posla koji obavljaju.

Dobar osećaj – Volontiranje je za zaposlene prilika da daju konkretan doprinos nečemu do čega im je stalo, i poboljšaju mišljenje o sebi i svom poslodavcu.

Benefiti za organizacije koje koriste usluge volontera:

Nova perspektiva – Organizacije mogu da koriste nove veštine, znanje i energiju. Dobijaju drugačiji pogled na stvari, od ljudi dolaze iz različitog poslovnog okruženja.

Veći resursi – Dobijaju pristup timovima koji su uspešni u planiranju i mogu da izvedu velike i složene zadatke. Organizacije često imaju odlične ideje, ali im nedostaju resursi da ih sprovedu u delo.

Partnerstva – Rušenje barijera između različitih delova društva i stvaranje partnerstava sa poslovnim i javnim sektorom je ono čemu organizacije konstantno teže.

Bolja komunikacija – Organizacije dobijaju priliku da bolje informišu javnost o svom radu i društvenim problemima kojima se bave.

KAKO DA POKRENETE PROGRAM VOLONTIRANJA U SVOJOJ KOMPANIJI?

Korporativnom volontiranju, kao dobroj poslovnoj praksi, u prilog ide i činjenica što može da funkcioniše na nivou ličnih inicijativa ili pojedinih odeljenja, ali i na nivou strateškog opredeljenja kompanije. **Koordinisani programski pristup volontiranju** je svakako najsigurniji i najefektniji način da se osigura uspeh programa. Ovakav pristup podrazumeva tri faze:

Planiranje

Realizacija

Monitoring i evaluacija

Ne zaboravite da su monitoring i evaluacija neophodni uslovi razvoja i unapređivanja svakog programa. Evaluacija je i deo komunikacijske strategije i treba je koristiti, kako za informisanje o tekućem programu, tako i za stimulisanje povratnih informacija prilikom određivanja smernica za budućnost. Većina rezultata programa volontiranja zaposlenih je kvalitativnog karaktera, što zahteva izradu upitnika i istraživanja. Neki rezultati su kvantitavno merljivi (poput broja učesnika programa, sati provedenih u volontiranju i sl) i njih je lako evaluirati, ako se vodi dobra evidencija.

Kako da motivišete svoje zaposlene da se uključe u program volontiranja?

Interesovanje i odziv zaposlenih ključni su za uspeh programa korporativnog volontiranja. Stoga je važno da odabrane aktivnosti odgovaraju željama i veštinama zaposlenih. Do sada su se pokazali uspešnim i sledeći modeli:

Klizno radno vreme - Dopušta zaposlenima da lakše uklope volonterske aktivnosti u slobodno vreme sa radnim zadacima.

Vreme za volontiranje - Kompanija daje zaposlenima plaćene slobodne sate (ili dane) za volonterske aktivnosti - na primer, svaki zaposleni može da odvoji 5 dana ili 40 sati godišnje za volontiranje.

Akumulacija vremena - Zaposleni ima mogućnost da volontira u radno vreme, ali broj sati zavisi od vremena koje zaposleni provede volontirajući u slobodno vreme. Ako neko u slobodno vreme volontira 20 sati godišnje, kompanija će mu omogućiti još 20 sati plaćenog odsustva za volontiranje.

Korišćenje resursa kompanije - Zaposlenima se omogućava da koriste kompanijsku infrastrukturu i resurse za potrebe volonterske aktivnosti (kompjuteri, prevoz, štampanje i slično).

Nagrade za zaposlene - Proglašavanje najboljeg volontera među zaposlenima, kao i nagrade za određen broj sati volonterskih aktivnosti predstavljaju odličan mehanizam za motivaciju zaposlenih.

Podrška organizacijama u kojima zaposleni volontiraju - Donacija organizaciji u kojoj zaposleni volontiraju - na primer, uplata određene sume novca za svakih 100 sati koji zaposleni provedu u volonterskim aktivnostima.

Da bi program volontiranja zaposlenih bio uspešan, mnoge kompanije odlučuju da angažuju **specijalizovane organizacije za posredovanje** (brokerske organizacije), koje se bave posredovanjem između poslovnog i civilnog sektora, budući da dobro poznaju oba okruženja i da su specijalizovane za administriranje raznih vrsta transfera koji se odvijaju između ove dve sfere.

Posredničke organizacije mogu znatno olakšati kompanijama usklađivanje ciljeva kompanije i afiniteta zaposlenih sa „ponudom“ mogućnosti za volontiranje u neprofitnom sektoru. Takođe, mogu ponuditi mnoštvo primera dobre prakse, na osnovu kojih bi kompanija stekla jasniju sliku o mogućnostima sopstvenog angažovanja. One mogu znatno olakšati sprovođenje programskog pristupa korporativnom volontiranju u svim njegovim fazama i biti podrška ovakvom projektu od početka do kraja.

NAGRADA ZA KORPORATIVNO VOLONTIRANJE 2012

Nagrada za korporativno volontiranje dodeljuje se sa ciljem da se prepoznaju i promovišu kompanije koje, osim novčanih sredstava, ulažu i vreme i veštine svojih zaposlenih u razvoj lokalne zajednice gradeći konstruktivna partnerstva sa organizacijama i institucijama u zajednici, i istovremeno unapređujući veštine svojih zaposlenih.

Dodelu Nagrade za korporativno volontiranje po drugi put organizuju Forum poslovnih lidera Srbije i SMart kolektiv, u saradnji sa Američkom agencijom za međunarodni razvoj (USAID) i Institutom za održive zajednice. O dobitnicima nagrade odlučivao je žiri sastavljen od predstavnika državnih institucija, kompanija, nevladinih i međunarodnih organizacija.

Nakon što su po prvi put 2011. godine u ovoj oblasti dodeljene nagrade za programe usmerene na podršku zapošljavanju, ove godine priznanja su dodeljena u sledećim kategorijama:

Najbolji volonterski program, za strateški pristup razvoju volonterskih programa zaposlenih;

Najuspešnije partnerstvo u lokalnoj zajednici, za najuspešnije partnerstvo između kompanije i neprofitnih organizacija pri sprovođenju programa volontiranja zaposlenih;

Razvoj zaposlenih, za programe korporativnog volontiranja koji su posebno doprineli razvoju specifičnih veština, timskog duha i senzibilisanosti za probleme lokalne zajednice kod zaposlenih u kompaniji;

Konkursom su bile predviđene i nagrade za Merenje rezultata, za najbolju metodologiju primenjenu za praćenje i evaluaciju rezultata volonterskih programa, i Inovaciju, za projekte koji sadrže inovativnu komponentu u organizaciji programa, angažovanju zaposlenih ili izboru ciljne grupe, koje prema odluci žirija ove godine nisu dodeljene.

Pored ovih kategorija, povodom 2012. godine koja je od strane Evropske komisije proglašena Evropskom godinom aktivnog starenja, **posebno priznanje dodeljeno je kompaniji koja je kroz angažovanje svojih zaposlenih doprinela poboljšanju položaja osoba starije životne dobi.**

DOBITNICI NAGRADE ZA KORPORATIVNO VOLONTIRANJE 2012

Nagrada za najbolji program korporativnog volontiranja

Société Générale Srbija: Inkluzivna akademija

SOCIETE GENERALE SRBIJA

Projekat „Inkluzivna akademija“ pokrenut je u saradnji sa Forumom mladih sa invaliditetom, sa ciljem da se osobama sa invaliditetom omogući da unaprede svoje veštine i podignu kapacitete za zapošljavanje. Projekat se sprovodi od novembra 2011. godine, a reč je o dugoročnom programu edukacije osoba sa invaliditetom koji će biti nastavljen i u narednom periodu.

Inkluzivna akademija omogućava karijerno usmeravanje i profesionalni razvoj osoba sa invaliditetom, kroz učešće u edukativnim treninzima i radionicama na kojima, pored osnovnih poslovnih veština, imaju priliku da steknu i teorijska i praktična znanja iz oblasti bankarstva i finansija. Ovako koncipiran program edukacije direktno odgovara na uočeni problem nedovoljnog nivoa kvalifikacija i obučenosti osoba sa invaliditetom za obavljanje visoko kvalifikovanih poslova, koji je nastao kao posledica njihove dugodišnje isključenosti sa tržišta rada.

Treninge i radionice iz oblasti svoje ekspertize drže zaposleni u Banci, koji su takođe uključeni i kao mentori stručnih praksi učesnika programa. Do sada je u projektu učestvovalo 40 volontera. Promovišući ideju međusektorskog partnerstva, projekat je uspeo da privuče i druge partnere, tako da su na Akademiji kao predavači volontirali i predstavnici Foruma mladih sa invaliditetom, PriceWaterhouseCoopers Akademije, Narodne banke Srbije i Adizes South East Europe.

Kroz prvu fazu projekta prošlo je 20 učesnika, od kojih je njih 11 nakon završenih edukativnih modula primljeno na stručnu praksu u trajanju od 2 meseca u Societe Generale banci. U stalni radni odnos u Banci primljena su već 2 učesnika, a očekuje se da će taj broj do okončanja programa biti i veći.

Prijava kandidata za novu generaciju polaznika Inkluzivne akademije biće otvorena od 1. oktobra 2012. godine.

Nagrada za najuspešnije partnerstvo u lokalnoj zajednici

Crédit Agricole Srbija i Metro Cash & Carry d.o.o. Beograd: “Snaga volonterskog umrežavanja – Magični doručak“

Program „Magični doručak“ pokrenut je 2010. godine sa opštim ciljem da se podstakne razvoj solidarnosti u društvu, i skrene pažnja javnosti na neophodnost inkluzije dece sa posebnim potrebama. Konkretan cilj projekta je prikupljanje što veće količine namirnica za škole za decu sa posebnim potrebama širom Srbije. Crédit Agricole banka je pokretač ovog programa, kome su se kao partneri pridružili Metro Cash & Carry i nevladina organizacija Banka hrane.

Od 2010. godine, akcija Magični doručak organizovana je četiri puta, u pet gradova i sedam Metro Cash & Carry distributivnih centara. Četvrti Magični doručak održan je 17. marta 2012. godine, a ukupno je sakupljeno više od 11 tona hrane. Zaposleni u obe kompanije angažovani su u akciji kao volonteri na prikupljanju hrane i motivisanje kupaca u distributivnim centrima da učestvuju u doniranju. Za evidentiranje i distribuciju prikupljenih namirnica zadužena je partnerska organizacija Banka hrane, koja ima najbolji uvid u potrebe ciljne grupe projekta, i dugogodišnje iskustvo u pružanju pomoći socijalno ugroženom stanovništvu. Na ovaj način, do sada je 28 škola za decu sa posebnim potrebama snabdeveno neophodnim namirnicama.

Program „Magični doručak“ biće nastavljen i naredne godine, a u planu je da akcija ubuduće traje više dana, umesto dosadašnje jednodnevne, kako bi se postigli još bolji rezultati.

Nagrada za doprinos razvoju zaposlenih kroz program volontiranja

GlaxoSmithKline Export Ltd: “Orange Day”

Volonterski projekat “Orange Day”, simbolično nazvan prema narandžastoj boji logotipa kompanije GlaxoSmith-Kline (GSK), sprovodi se na globanom nivou, u svim zemljama u kojima kompanija posluje. Realizacijom ovog projekta kompanija omogućava svim svojim zaposlenima da jedan plaćeni radni dan iskoriste u svrhu aktivnog učešća u pomoći lokalnoj zajednici. U Srbiji se “Orange day” održava od 2010. godine.

Jedinstvenost projekta ogleda se u tome što svi zaposleni imaju mogućnost da se prijave za vođenje organizacije Orange Day projekta, predlažući lokaciju i aktivnosti koje smatraju prioritetnim za svoju zajednicu. Predlagači najboljih aktivnosti dobijaju mogućnost da vode projekat, povećaju svoju vidljivost i liderstvo u kompaniji i budu prepoznati od strane kolega i rukovodećeg tima, koji Orange Day smatraju vrlo značajnim za lični i profesionalni razvoj zaposlenih.

Ovogodišnji Orange Day je u Srbiji sproveden kroz dve akcije –u Nišu, u Domu za smeštaj dece i omladine ,,Duško Radović”, čiji su korisnici deca sa posebnim potrebama; i u Sremskoj Kamenici, u Dečijem selu ,,Dr Milorad Pavlović» u kome borave deca bez roditeljskog staranja. Aktivnosti su se sastojale od uređenja dvorišta, sportskih terena i rekvizita u Domu “Duško Radović”, i celodnevnog druženja i sportskih aktivnosti u Dečijem selu “Dr Milorad Pavlović”.

Nakon akcija sprovedena je samoprocena i timska procena uspeha aktivnosti, načina i efekata saradnje sa lokalnom zajednicom, kao i unutartimske saradnje zaposlenih. Rezultati ovog otvorenog procesa, u kojima se stimuliše iskrena i objektivna povratna reakcija zaposlenih, koriste se prilikom organizacije budućih akcija kao preporuka za još efikasniju i bolju organizaciju aktivnosti.

Priznanje za doprinos poboljšanju položaja osoba starije životne dobi

Mercator-S d.o.o. Novi Sad: Sajam stvaralaštva starih ,,Dodati život godinama”

Imajući u vidu činjenicu da se Srbija nalazi na četvrtom mestu najstarijih populacija na svetu, kao i uslove života starih osoba, i (ne)dostupnost kvalitetnih sadržaja namenjenih ovoj ciljnoj grupi, kompanija Mercator-S je 2009. godine u skladu sa svojim principima društveno odgovornog poslovanja, pokrenula program podrške najstarijim članovima naše zajednice.

Glavni ciljevi programa su pružanje pomoći osobama trećeg životnog doba, doprinos njihovom kreativnom izražavanju, promocija aktivnog starenja i ukazivanje na važnost uključivanja starih lica u različite društvene sadržaje, i jačanje timskog duha, lojalnosti i solidarnosti kod zaposlenih u kompaniji Mercator-S.

Program podrške starima odvija se u kontinuitetu od 2009. godine, u saradnji sa gerontološkim centrima iz cele Srbije, kroz aktivnosti druženja zaposlenih u kompaniji sa korisnicima ovih ustanova, a kao kruna višegodišnje saradnje jednom godišnje, u oktobru, mesecu brige o starima, organizuje se i jedinstveni događaj u Srbiji - ,,Sajam stvaralaštva starih”.

Sajam je po prvi put organizovan u oktobru 2010. godine, a potom i u oktobru 2011. godine sa jasnim ciljem podrške starijim građanima. Kompanija u okviru ,,Sajma stvaralaštva starih” pruža priliku korisnicima gerontoloških centara da izlože svoje radove, pokažu svoja znanja i umeća, ali i da kroz različite edukativne radionice saznaju više o tome kako da unaprede svoje zdravlje i životne navike.

Sajam stvaralaštva starih postao je tradicionalna manifestacija koja okuplja oko stotinu korisnika i u kojoj učestvuje 130 zaposlenih u kompaniji, a održava se u prostoru velikog prodajnog objekta kompanije Mercator-S. Čitav događaj ima i humanitarni karakter, s obzirom da je sav prihod od prodaje na sajmu namenjen unapređenju uslova života u gerontološkim centrima.