

Секция «Корпоративное добровольчество»

«Доброфорум» СПб

24.11.2012 г.

Тема Ток-шоу: «Добро для «галочки»

Вопросы для обсуждения:

- Добро победит зло? Бабло победит зло? Нужно ли бизнесу делать добрые дела?
- Добровольчество, как элемент корпоративной культуры. Обучение через волонтерство.
- Добровольчество – форма PR.
- Может ли добровольчество, как коллективное проектирование быть инструментом развития бизнеса?

Участники Ток-Шоу

- Анна Гаан, «Cloudwatcher»
- Даниил Трофимов, «Фабрика карт», «Фабрика сувениров», «Пора делать»
- Денис Котов «Буквоед»
- Вера Рулькова, ЗАО «Оптоган»
- Наталья Алексеева, PwC (PriceWaterhouseCoopers)
- Наталья Шатова, Общественная организация "Кадровый резерв - Профессиональная команда страны«

Результаты обсуждения:

- Корпоративное добровольчество (КД) в России находится на стадии становления.
- КД является частью программ благотворительности, но связано прежде всего с деятельностью активистов внутри компании.
- Наибольшее развитие КД получило с 2009 года в период кризиса, когда компании вынуждены были искать пути поддержания КСО при снижении затрат.
- КД в России представлено в филиалах зарубежных компаний, и в молодом среднем и малом бизнесе.
- КД в компании является элементом корпоративной культуры
- КД становится инструментом работы с персоналом, вопреки сложившемуся стереотипу, что КД нужно только для PR.
- Многие компании скрывают участие своих волонтеров в акциях из-за мифа «Добро для «галочки»
- Современные тенденции КД переход от проведения развлекательных мероприятий к обучающим «Чтобы накормить голодного, нужно дать ему не рыбу, а удочку»

Зачем бизнесу КД?

КД – элемент корпоративной культуры:

- Адаптация нового персонала
- Командообразование
- Развитие персонала для достижения бизнес задач компании

Рекомендации:

Рекомендации фондам и общественным организациям для привлечения компаний к добровольческим акциям:

- Наличие благодарственных писем
- Фотоотчеты
- Прозрачные проектные планы
- Четкая отчетность по реализованным проектам
- Предложение акций, сочетающихся с корпоративным бизнес задачами
- Информационная поддержка предыдущих акций, проводимых фондом

Общие выводы

- Необходимо наладить взаимодействие бизнес – общественные организации, фонды
- Фондам и общественным организациям необходимо не отрицать коммерческие цели компании, напротив поддерживать их вовлекая в акции
- Для развитие КД необходимо открытое информационное пространство, преодоление стереотипов для «галочки»
- КД необходимо сделать инструментом развития персонала и поддерживать данную тенденцию.