

## Zhrnutie analýzy firemného dobrovoľníctva v Srbsku

November 2009

Partnerská organizácia Smart Kolektiv z Belehradu pripravila v rámci spoločne implementovaného projektu *Naše mesto* analýzu firemného dobrovoľníctva v Srbsku. Analýza sa zameriava na rozvoj firemného dobrovoľníctva v Srbsku.

Jej cieľom bolo identifikovať firmy, ktoré organizujú a podporujú svojich zamestnancov v aktivitách firemného dobrovoľníctva, prezentovať základné informácie o typoch týchto aktivít, oblastiach dobrovoľníctva a spôsoboch ako firmy dobrovoľnícke aktivity organizujú.

Analýza bola vypracovaná na základe dotazníkov, ktoré boli zaslané do 31 firiem. Dotazník vyplnilo 16 z oslovených firiem, jedenásť z nich sú členmi Srbského *Business Leaders Forum*.

Dotazník pozostával z 22 otázok, týkajúcich sa firemného dobrovoľníctva. Prvú časť analýzy tvorí teoretický úvod. V tejto sekcii sú opísané základné typy firemného dobrovoľníctva: dobrovoľnícke dni, služby *pro bono*, dočasné pridelenie (*secondment*) a časová banka.

### Záver analyzy

Firemné dobrovoľníctvo v Srbsku má vzrastajúcu tendenciu, a to v zmysle podpory zo strany firiem, ktoré organizujú firemné dobrovoľnícke aktivity. Podľa správy z Databázy CSR prípadových štúdií *Analýza a odporúčania pripravené Tímom srbského podpredsedu vlády pre implementáciu stratégie na zmenšenie chudoby* a podľa *Srbskej agentúry pre podporu investícií a exportu*, 25 spoločností má zavedené programy pre zapájanie sa zamestnancov do pomoci komunite. Oproti údajom z roku 2007, kedy existovali len 2 spoločnosti s takýmito programami, je to obrovský nárast.

Dobrovoľnícke aktivity zvyšujú povedomie o firemnom dobrovoľníctve medzi firmami navzájom, medzi mimovládnyimi organizáciami, ako aj medzi verejnosťou. Medzi zamestnancami v Srbsku sú najobľúbenejším typom dobrovoľníctva manuálne aktivity (dobrovoľnícke dni). Mentoring je jedným z typov aktivít, ktoré preferujú zamestnávateľia.

Väčšina spoločností nemá dlhodobé dobrovoľnícke programy, rovnako ako ani plán a postupy regulujúce firemné dobrovoľníctvo. Za organizovanie dobrovoľníckych aktivít sú zvyčajne zodpovedné PR a HR sekcie firiem. Medzi témy a cieľové skupiny, ktoré sú predmetom záujmu firemných dobrovoľníkov, patria ekológia, deti, siroty, seniori a mládež. Prenesené do čísel: 9 firiem sa zameriava na ekologické témy, 8 firiem podporuje siroty a ľudí s postihnutím a 7 firiem pomáha deťom.

Spoločnosti zvyčajne organizujú dobrovoľnícke aktivity v spolupráci s partnerskými organizáciami či inštitúciami. Šestnásť firiem uviedlo spolu 25 organizácií, s ktorými spolupracujú. V dotazníku mali firmy možnosť opísať, ako sa venujú dobrovoľníctvu a 12 z nich tak aj urobilo.

Väčšina spoločností si myslí, že dobrovoľníctvo pozitívne vplyva na zamestnancov. Na druhej strane nevidia, že by malo dobrovoľníctvo vplyv aj na ich podnikanie a imidž ich spoločnosti. Firmy uviedli, že najviac dobrovoľníctvo ovplyvnilo ich zamestnancov v budovaní „tímového ducha“ a najmenej v oblasti dobrých výsledkov v práci.

## Odporúčania

Podľa analýzy je potrebná ďalšia propagácia a vzdelávanie v oblasti firemného dobrovoľníctva. Je kľúčové, aby bol firmám vysvetlený prínos dobrovoľníctva aj čo sa týka podnikateľskej stránky, vďaka čomu spoznajú skutočnú hodnotu dobrovoľníctva.

Firmy by si mali vytvoriť stratégiu a definovať plány a postupy pre dobrovoľníctvo.

Taktiež je dôležité srbskému podnikateľskému sektoru ukázať rôzne formy firemného dobrovoľníctva. Mentoring je veľmi flexibilný spôsob, ako zapojiť všetkých zamestnancov a môže byť prospešný pre rôzne skupiny koncových prijímateľov.

Organizácie presadzujúce zavedenie konceptu dobrovoľníctva do praxe (napr. Nadácia Pontis a Smart Kolektiv) by mali firmám zdôrazniť, ktoré cieľové skupiny a relevantné komunitné problémy boli dosiaľ opomenuté a je treba sa im venovať.

Potrebné je propagovať koncept dobrovoľníckych klubov, aby aj zamestnanci sami začali organizovať a uskutočňovať dobrovoľnícke aktivity.

Podľa analýzy je taktiež nevyhnutné, aby firmy monitorovali proces implementácie a hodnotenia dobrovoľníckych aktivít. Takýmto spôsobom budú schopné ľahšie zmerať vplyv aktivít na zamestnancov, komunitu a firmu a na základe svojich zistení vhodne ovplyvňovať ďalší rozvoj dobrovoľníckych aktivít.