**Hlavné výstupy z pracovnej časti konferencie**

**Firemné dobrovoľníctvo, ako ďalej?**

***Cesta k zamestnancovi aj komunitám***

16. marec, 2023

**Pracovná skupina č.1. (facilitovaná diskusia)**

**Identifikovanie bariér a limitov vplývajúcich na oblasť efektívneho zapojenia firiem do dobrovoľníctva.**

Zadaním pracovnej skupiny bolo prostredníctvom facilitovanej diskusie dospieť k pomenovaniu prekážok a obmedzení, ktoré bránia v aktívnejšom a zmysluplnejšom zapojení firiem do dobrovoľníckych aktivít v prospech rôznorodých komunít. V druhej časti diskusie účastníčky a účastníci pracovnej skupiny artikulovali návrhy a odporúčania, ako pomenované bariéry a limity prekonávať.

Na práci v skupine sa podieľali zástupkyne a zástupcovia firemného sektora, sektora MNO a akademického sektora. Tieto účastníčky a účastníci sa zameriavali v oboch častiach diskusie predovšetkým na reflektovania situácie smerom dovnútra svojich sektorov.

***Hlavné výstupy spracované z prvej časti diskusie zameranej na pomenovanie bariér a limitov:***

***Firmy:***

* Absencia vnútrofiremných procesov podporujúcich dobrovoľníctvo, aktivita často prichádza zdola, od zamestnancov. Neexistuje však stabilný mechanizmus, ako aktívne komunikovať a vytvárať podmienky na rozvoj angažovanosti zamestnancov prostredníctvom dobrovoľníckych aktivít.
* Zahltenosť a preťaženosť prevádzkovými (výrobnými, dodávateľskými) procesmi vo firme. Nedostatok reálnych organizačných kapacít na podporu a rozvoj dobrovoľníckych aktivít zamestnancov.
* Potreba inšpirácie ako motivovať firemných zamestnancov k dobrovoľníctvu. Samotná konferencia sa však pre viacerých stala výbornou inšpiráciou. O mnohých aktéroch z prostredia MNO, ani o existencii Nitrianskeho centra dobrovoľníctva dosiaľ nevedeli.
* Firmy, najmä menšie, potrebujú cítiť väčší záujem a tlak od samotných MNO, potrebovali by mať adresovanú jednoznačnú ponuku. Vtedy by veľmi pravdepodobne dokázali reagovať nie len ad hoc, ale prinášalo by to príležitosť aj na systematickejšiu spoluprácu.
* Rovnako je potrebné najprv vytvárať vhodné pracovné prostredie a podmienky na vyžitie pre zamestnancov vo firme a potom je možné očakávať, že budú s väčším záujmom reagovať aj na ponuku dobrovoľníctva.

***MNO:***

* Zástupcovia MNO si uvedomujú, že zatiaľ nedokázali lepšie vysvetliť firemnému prostrediu, že dobrovoľnícka činnosť môže byť pestrá, že sa pohybuje na širokej škále, že to nie len upratovanie alebo natieranie lavičiek, teda činnosti, na ktoré je obraz dobrovoľníctva často redukovaný. Pritom potrebou z MNO je často skôr poskytovanie podpory konkrétnym znevýhodneným skupinám, čo si však vyžaduje systematickejšiu spoluprácu a rozvoj špecifických zručností u dobrovoľníkov.
* MNO by najviac potrebovali expertné dobrovoľníctvo na činnosti, na ktoré nemajú dostatok, zdrojov, resp. kvalifikovaných ľudských kapacít (napr. účtovníctvo, grafický dizajn a pod.)
* Základnou bariérou dosiaľ je, že sa javí ako veľmi náročné dokázať zladiť potreby a očakávania MNO s predstavami firiem o dobrovoľníctve.

***Hlavné výstupy spracované z druhej časti diskusie zameranej na formulovanie odporúčaní.***

**Odporúčania pre elimináciu bariér a obmedzení v rozvoji firemného  dobrovoľníctva:**

***MNO:***

* Všetkými dostupnými kanálmi (cez médiá, ale aj cez komunikačné kanály MNO, firiem, samosprávy i akademického sektora) rozširovať verejné povedomie o hodnote dobrovoľníctva, jeho pestrých prejavoch a hodnotných spoločenských dopadoch.
* Pokúsiť sa zväčšiť svoju vlastnú organizačnú kapacitu na profesionálnejší manažment dobrovoľníctva, pretože firmy často vnímajú absenciu takejto kapacity v prostredí MNO, čo následne odrádza od ďalšej spolupráce (hoci to bude náročné na zdroje, ale nevyhnutné).
* Pokúsiť sa zlepšiť (profesionalizovať) komunikáciu s firemným prostredím a lepšie zladiť svoje predstavy s očakávaním firemného prostredia.
* Odporúčanie pre firmy začať budovať partnerstvá z MNO sektorom najprv cez darovanie 2% z dane konkrétnym organizáciám a na tomto základe rozvíjať spoluprácu ďalej do strategickejšieho partnerstva.

***Firmy:***

* Aktívne zbierať nápady na angažovanie sa a dobrovoľníctvo zdola – od zamestnancov - a viac nechať tipyna aktivity v prospech rôznych komunít na nich. Avšak následne vytvárať systémové vnútroorganizačné predpoklady, ako tento prejav spoločenskej zodpovednosti postupne vo vnútri firmy posilňovať.
* Ponúknuť zamestnancom konkrétne možnosti, kde by mohli pomáhať „ušité im na mieru“ vo vzťahu k ich expertíze, alebo záujmom.
* Popri databáze MNO z portálu Kde pomáhať vytvoriť aj databázu firiem, ktoré sú otvorené a ochotné pomáhať komunitám. Špecifikovať, v akých oblastiach by mohli poskytovať podporu, vrátane ponuky expertného dobrovoľníctva.

**Pracovná skupina č.2. (facilitovaná diskusia)**

**Ako lepšie prepojiť mimovládny sektor, akademickú sféru, verejnú správu a firmy pri snahe posilniť spoluprácu v oblasti rozvoja dobrovoľníctva v kraji?**

Zadaním pracovnej skupiny bolo prostredníctvom facilitovanej diskusie formulovať spoločné odporúčania pre posilnenie spolupráce medzi kľúčovými spoločenskými aktérmi na línii firmy – MNO – samospráva – akademický sektor. Diskusia adresovala potrebu vytvárania strategických partnerstiev s vyjasnenými očakávaniami a protislužbami. Na práci skupiny participovali zástupkyne a zástupcovia firiem, MNO a akademického sektora.

***Hlavné výstupy spracované z pracovnej skupiny č. 2***.

**Ako by malo vyzerať strategické partnerstvo medzi firmou a MNO, prípadne samosprávou alebo školou?**

* Dlhodobá, systematická, postavená na vyjasnených očakávaniach a priebežnej komunikácii, transparentnosti a spoločne dohodnutých hraniciach.
* Rozvíja sa najmä prostredníctvom osobných vzťahov, zanietenosti konkrétnych osôb, ktoré takéto partnerstvo chcú vzájomne rozvíjať.
* Dôležité je, aby medzi nimi prebiehalo vzájomné súznenie, spájali ich spoločné hodnoty.
* Firma i MNO majú svoju stratégiu pomáhania jasne zadefinovanú, vedia si vzájomne zrozumiteľne vysvetliť v čom, komu a ako chcú pomáhať.
* Dôležité je spoločne nastaviť si reálne ciele spolupráce a priebežne ich vyhodnocovať.
* Firma by mohla mať záujem o protislužby MNO (vzdelávanie, teambildingy, poradenstvo a pod.), MNO môže mať záujem o expertné služby firmy. Aj takúto vzájomnú prospešnosť je potrebné pri budovaní partnerstva brať do úvahy, pretože napriek všeobecnému povedomiu, nejedná sa o asymetrický, ale partnerský vzťah.
* Veľká výzva súvisí s očakávaním firmy - potreba adekvátneho marketingu a propagácie firemného dobrovoľníctva zo strany MNO.
* Firma by ocenila, keby MNO "našepkala", aký dobrovoľnícky projekt by spoločne mohli vymyslieť (vytvoriť si spoločnú jasnú predstavu).
* Potencionálni firemní dobrovoľníci by mohli byť oslovení aj z radov bývalých zamestnancov, ktorí sú na dôchodku a môžu byť takto zapojení do diania firmy a cítiť sa užitoční v rámci svojho voľného času, skúseností, expertných vedomostí a pod.
* Firma môže využiť aj vlastnú pôdu na dobrovoľnícke programy a zamestnanci môžu byť aj prijímatelia dobrovoľníckej pomoci.
* Ideálna forma dlhodobého partnerstva je tzv. "adopcia MVO/firmy"
* Silné funkčné partnerstvo firma-MNO-samospráva môže dokonca efektívne pôsobiť aj tlakom na prípadnú zmenu legislatívy smerom k štátu.
* Nitrianske centrum dobrovoľníctva (NCD) by mohlo zohrávať rolu mosta, ktorý spája a zároveň rolu mentora, ktorý môže pomôcť s vyjasnením vzájomných očakávaní.
* NCD ako ten, čo pripravuje vzdelávania a rôzne formy webinárov na tému prepojenia firiem s MNO a pod. a posilňuje pripravenosť MNO v dobrovoľníctve.