



E-wolontariat i narzędzia cyfrowe w wolontariacie pracowniczym



Tematyka publikacji nawiązuje do Celów Zrównoważonego Rozwoju:



Wstęp

Rozproszone środowisko pracy: pięć poziomów autonomii

Świat wirtualny a wolontariat – wykorzystanie nowych technologii

Promocja wolontariatu pracowniczego

Przygotowanie pracowników-wolontariuszy

Realizacja działań wolontariatu pracowniczego

Podsumowania i ewaluacja wolontariatu pracowniczego

Przydatne zasoby

Na zakończenie



| Wstęp

Zapraszamy do lektury kolejnej publikacji zbierającej doświadczenia praktyków wolontariatu pracowniczego z firm partnerskich Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Po publikacjach „Komunikacja a wolontariat”, w której skupiliśmy się na komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w działaniach społecznych pracowników, oraz „Wolontariat pracowniczy na rzecz społeczności lokalnych”, gdzie zajęliśmy się procesem poszukiwania partnerów społecznych, tym razem podjęliśmy się tematu wykorzystania narzędzi cyfrowych i nowych technologii w przygotowaniu i realizacji wolontariatu pracowniczego.

Jedna z humorystycznych grafik, swego czasu rozprzestrzeniających się w Internecie, przedstawiała obraz ankiety zawierającej pytanie: „Co było główną motywacją do przejścia na pracę zdalną w twojej firmie?”. Spośród odpowiedzi dostępne były te, które wskazywały różne opinie menedżerów wysokiego szczebla oraz jako osobną opcję „COVID”.

Pandemia zmusiła nas do znacznego przyspieszenia tych procesów, które dotychczas opisywaliśmy jako enigmatyczną „pracę przyszłości”. Zmiany ewolucyjne stały się rewolucyjnymi. Samo przejście na system

pracy zdalnej to tylko jeden z mechanizmów, który pociągnął za sobą kolejne modyfikacje: rozwój narzędzi do tej pracy, refleksje nad budowaniem zaufania między pracownikami a przełożonymi, kwestie dobrostanu cyfrowego, utrzymanie i budowanie relacji w sytuacji kontaktów online.

Rewolucja ta nie ominęła także sektora wolontariatu, który od początku procesów jego ustawowej kodyfikacji i badania w Polsce jest uznawany za element rynku pracy. O ile jednak organizacja pracy online musiała się transformować szybko, o tyle wolontariat w przejściu do przestrzeni online potrzebuje czasu i zupełnie innych narzędzi. W naszym przekonaniu, jeśli firmy nie zaangażowały się we wprowadzanie e-wolontariatu, czyli zdalnej formy wolontariatu, przed pandemią, to w jej trakcie było już za późno, żeby efektywnie go wdrożyć. Należy przy tym pamiętać, że nie każdy wolontariat da się przenieść do sfery zdalnej, ale przy każdym wolontariacie i procesie jego organizacji narzędzia online mogą się pojawić.

Praca zdalna nie jest zjawiskiem nowym. Dlatego publikację zaczynamy od artykułu „Rozproszone środowisko pracy: pięć poziomów autonomii” autorstwa

Matta Mullenwega, CEO firmy Automattic odpowiedzialnej za serwis WordPress.com i współtwórca oprogramowania WordPress, na którym działa większość dużych stron internetowych. Matt w artykule, który pierwotnie opublikował na swoim blogu, dzieli się refleksjami na temat tego, jak może wyglądać praca zdalna, i pozwala się nam zorientować, gdzie w tej zdalnej rewolucji się obecnie znajdujemy. Przy czym pisze o tym jako przedstawiciel firmy, która pracuje w oparciu o zespoły rozproszonych globalnie pracowników i która w 2017 roku zamknęła swoje biuro w San Francisco, ponieważ pracownicy praktycznie się w nim nie pojawiali. Ten artykuł jest naszym punktem odniesienia, bo zdalna organizacja wolontariatu podąża tą samą ścieżką co rynek zdalnej pracy, i rozpościerają się przed nami nowe, ciekawe możliwości, szczególnie w kwestii mechanizmu tak sprawnie łączącego te dwa światy jak wolontariat pracowniczy.

Drugi artykuł to podsumowanie dotyczące sytuacji e-wolontariatu w Polsce. Tekst przygotowała Aleksandra Belina z Fundacji Dobra Sieć na podstawie diagnozy portalu TuDu.org.pl, jedynej polskiej platformy łączącej potencjalnych wolontariuszy, którzy korzystają z niej w ramach wolontariatu zdalnego. Autorka przedstawia, kim obecnie jest polski zdalny wolontariusz i na jakie zadania może liczyć.

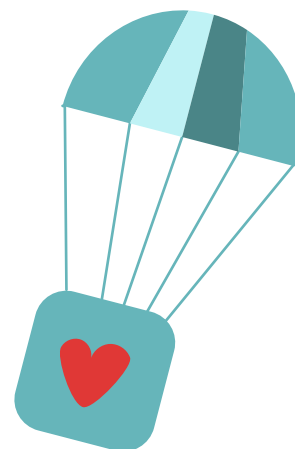
Kolejna część publikacji jest zamknięta w cyklu Promocja – Przygotowanie – Realizacja – Podsumowanie organizacji wolontariatu pracowniczego. Opisujemy w niej działania, które mogą być – i są – realizowane w oparciu o narzędzia cyfrowe, niezależnie od tego, czy wolontariat ten jest wykonywany zdalnie, czy wymaga osobistej obecności pracownika-wolontariusza.

Do każdej z części cyklu dołączyliśmy praktyki zebrane od naszych firm partnerskich. Co ciekawe, w ramach poszukiwania praktyk czasami spotykaliśmy się z wątpliwościami, czy jest to w ogóle działanie, którym warto się dzielić. Część z nich na stałe wrosła już w kulturę pracy niektórych firm w takim stopniu, że nawet przez menedżerów jest odbierana jako coś oczywistego, nad czym się nie zastanawiają. Swoimi praktykami podzieliły się z nami firmy BNP Paribas Bank Polska, Castorama, CEMEX Polska, Grupa Kapitałowa CCC, Citi w Polsce, ING Bank Śląski, Kompania

Piwowarska, Orange Polska, Provident Polska, PZU, Santander Bank Polska, Samsung Polska i T-Mobile.

Podobnie jak poprzednie publikacje, ta także jest przez nas wypuszczona na zasadach otwartej dystrybucji z nadzieją, że jej kopiowanie, przekazywanie oraz korzystanie z jej treści będzie inspirujące dla wszystkich, którym bliski jest temat wolontariatu pracowniczego.

Zespół redakcyjny





Matt Mullenweg, CEO firmy Automattic, współzałożyciel WordPress

Rozproszone środowisko pracy: pięć poziomów autonomii

Niedawno miałem okazję rozmawiać na różne tematy z Samem Harrisem [<https://samharris.org>], autorem i gospodarzem podcastu „Making Sense” [<https://samharris.org/podcasts/194-new-future-work/>]. Biorąc pod uwagę specyfikę czasów, w których obecnie żyjemy, rozmawialiśmy też o tym, w jaki sposób firmy radzą sobie z nową rzeczywistością, w której praca zdalna jest modelem, do którego muszą się dostosować w perspektywie dni, a nie lat.

Jak wspomniałem Samowi w podcaście, „każda firma, której uda się stworzyć system, gdzie pracownicy osiągną pełną efektywność, pracując w zespole rozproszonym, może – i powinna – dalej rozwijać się w tym kierunku, gdy minie obecny kryzys”. Jest to imperatyw moralny. Nie oznacza to, że będzie łatwo. A chaos i stres, które pojawiły się w początkowym okresie w niektórych miejscach pracy, niekoniecznie stanowią dobrą motywację do dalszych prób.

Aby ująć to zjawisko w ramy – od ostrożnego badania przez firmę możliwości pracy zdalnej aż po kompleksowo zrealizowane rozproszone środowisko pracy – można postawić się koncepcją poziomów pracy rozproszonej, którą opracowałem na wzór stopni autonomiczności pojazdów [https://en.wikipedia.org/wiki/Self-driving_car#Classification]. Moją rozmowę z Samem bardzo dobrze podsumowali Steve Glaveski [<https://medium.com/swlh/the-five-levels-of-remote-work-and-why-youre-probably-at-level-2-ccaf05a25b9c>] i Steve Jurvetson [<https://www.flickr.com/photos/jurvetson/49755484227/>], natomiast ja

najkrócej opisałbym ewolucję firm rozproszonych w następujący sposób:

Poziom zerowy autonomii oznacza pracę, której nie da się wykonać, jeśli pracownik nie przebywa fizycznie w miejscu pracy. Wyobraźmy sobie pracownika budowlanego, baristę, masażystę, strażaka... Wiele firm zakładało, że ma takich pracowników znacznie więcej, niż okazało się w rzeczywistości.

Na pierwszym poziomie autonomii znajduje się większość firm mających siedzibę w określonym miejscu. Nie są w nich podejmowane żadne działania nastawione na ułatwienie pracy zdalnej, choć w sytuacji awaryjnej wielu pracowników wiedzy może utrzymać rytm pracy przez dzień czy dwa dni. Najczęściej jednak odkładają oni sprawy związane z pracą, dopóki nie wrócą do biura. Praca wykonywana jest na firmowym sprzęcie, w firmowych pomieszczeniach i w czasie określonym przez firmę. Pracownicy nie mają specjalistycznego wyposażenia i muszą korzystać ze słabego VPN-u, aby mieć dostęp do podstawowych zasobów potrzebnych w pracy, takich jak poczta elektroniczna czy kalendarz. Większe firmy pierwszego poziomu często mają pracowników w tym samym budynku albo na kampusie, skąd można wzywać ich na spotkanie. Firmy funkcjonujące na tym poziomie były w dużej mierze nieprzygotowane na aktualny kryzys.

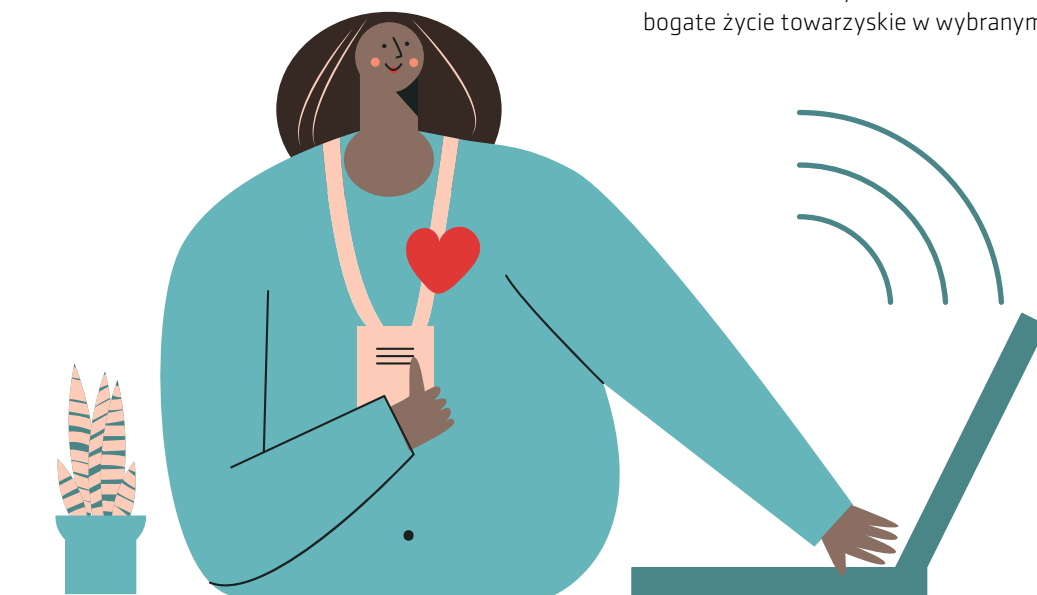
Drugi poziom autonomii to etap, na którym znalazło się wiele firm w ciągu ostatnich kilku tygodni na skutek pandemii COVID-19. Pracownicy zaakceptowali

fakt, że przez jakiś czas będą wykonywać pracę z domu, ale odtwarzają w „zdalnym” otoczeniu to, co do tej pory robili w biurze. Już Marshall McLuhan [<https://www.marshallmcluhan.com/>] zwracał uwagę, że nowe media początkowo kopiują poprzednią generację. Zazwyczaj pracownicy mają zdalny dostęp do informacji i przyzwyczaili się do narzędzi, takich jak Zoom czy Microsoft Teams. Jednak praca jest nadal synchroniczna, a dzień pełen zakłóceń. Żadne „realne” spotkania nie zostały (jeszcze) odwołane, a wśród kierownictwa panuje niepokój związany z produktywnością. Jest to etap, na którym firmy czasami instalują na laptopach oprogramowanie do monitorowania aktywności pracowników. Ważna wskazówka: nie rób tego! I jeszcze jedno: nie zatrzymuj się na drugim poziomie!

Dopiero na **trzecim poziomie** firma zaczyna czerpać realne korzyści z modelu „remote-first”, czyli domyślnie zdalnego trybu działania albo rozproszonego środowiska pracy. Pracownicy zaczynają inwestować w lepsze wyposażenie – od dobrej lampy biurkowej po solidny sprzęt audio [<https://ma.tt/2020/03/dont-mute-get-a-better-headset/>] – i wyłaniają się bardziej efektywne procesy pracy asynchronicznej, które zaczynają zastępować spotkania. Okazuje się też, że kluczowym czynnikiem sukcesu jest komunikacja pisemna, a zatem przy rekrutacji poszukujemy osób, które doskonale radzą sobie ze słowem pisanym. Gdy

używamy Zoomu, często korzystamy wraz z innymi uczestnikami spotkania z udostępnionego Dokumentu Google, aby wspólnie robić i sprawdzać notatki w czasie rzeczywistym. Firma stosuje model bezpieczeństwa komputerowego BeyondCorp, zgodny z zasadą zerowego zaufania [<https://cloud.google.com/beyondcorp>]. W świecie bez pandemii planujemy spotkania, aby zespoły mogły poznawać się osobiście i integrować przez tydzień czy dwa tygodnie w ciągu roku.

Na **poziomie czwartym** firma wkracza realnie w system pracy asynchronicznej. Praca oceniana jest na podstawie efektu końcowego, a nie tego, w jaki sposób i kiedy pracownicy wykonują swoje zadania. Spiwem spajającym działalność organizacji staje się wzajemne zaufanie. Firma przedstawia się na lepszy – być może wolniejszy, ale bardziej przemyślany – proces decyzyjny. Wszyscy członkowie zespołu, a nie tylko najgłośniejsi czy najbardziej ekstrawertyczni, wnoszą wkład w dyskusje na istotne tematy. Można korzystać z globalnej puli talentów, czyli 99% światowej populacji i najlepszych kandydatów, którzy nie mieszkają w pobliżu żadnego z dotychczasowych fizycznie działających biur firmy. Znacznie wzrasta retencja pracowników, a firma inwestuje więcej w szkolenia i coaching. Większość pracowników ma doskonale wyposażone domowe biuro, na widok którego zwykli pracownicy biurowi zzielenieliby z zazdrości. Można prowadzić bogate życie towarzyskie w wybranym przez siebie





gronie. Każdy poważnie podchodzi do spotkań w czasie rzeczywistym i bierze w nich udział. Niemal zawsze spotkania mają ustalony porządek i są poprzedzone i zakończone określonymi zadaniami. Jeśli sprawnie działa system „przekazywania pałeczki” [<https://spikes.worldathletics.org/post/japans-se-cret-to-relay-success>], praca toczy się 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, na całym świecie. Organizacja jest prawdziwie inkluzywna, ponieważ obowiązują obiektywne standardy, a pracownicy mają możliwość wykonywania swojej pracy na swój własny sposób.

I ostatnia uwaga. Zawsze warto mieć ideał, który nie jest do końca osiągalny – to właśnie **poziom piąty, czyli „nirwana”**! Na tym poziomie firma konsekwentnie osiąga lepsze wyniki niż dowolna organizacja, w której pracownicy wykonują pracę w określonym fizycznym miejscu. Firma działa efektywnie bez żadnego wysiłku. Wszyscy mają czas, aby dbać o samopoczucie i zdrowie psychiczne. Pracownicy dają z siebie to, co najlepsze. Osiągają najwyższy poziom kreatywności, aby ich praca przynosiła możliwie najlepsze efekty, a jednocześnie była dla nich przyjemnością.

Gdy powstawała firma Automattic, w dużym stopniu korzystałem z książki „Drive” Daniela Pinka [<https://www.danpink.com/books/drive/>]. Autor znakomicie omawia w niej trzy aspekty o kluczowym znaczeniu w motywowaniu ludzi: mistrzostwo, poczucie celu i autonomię. **Mistrzostwo** oznacza dążenie do doskonalenia umiejętności. **Poczucie celu** to chęć, aby robić coś, co ma realne znaczenie, co jest „większe od nas samych”. Firmy działające poprzez fizyczne oddziały często znakomicie radzą sobie w tych dwóch aspektach. Ale trzeci aspekt – czyli autonomia – to obszar, w którym nawet najlepsza firma posiadająca fizyczne biura nie dorówna firmie rozproszonej od poziomu czwartego wzwyż.

Autonomia to pragnienie, by samodzielnie rozstrzygać swoje sprawy, niezależnie zarządzać sobą i swoim środowiskiem. Zamknij oczy i wyobraź sobie, jak wygląda fizyczne biuro, w którym pracujesz – swoje krzesło i biurko, odległość od okna, zapachy i temperaturę, muzykę, podłogę, zawartość lodówki, poziom komfortu, prywatność w łazienkach, innych ludzi (lub zwierzęta), oświetlenie. A teraz wyobraź sobie otoczenie,

w którym możesz wybrać i kontrolować każdy z tych aspektów według własnych upodobań. Może to być pokój w domu, garaż przerobiony na biuro, wspólne studio, w zasadzie cokolwiek. Ważne jest to, aby kształtować środowisko w zależności od osobistych preferencji, a nie sprowadzać je do najniższego wspólnego mianownika wszystkich pracowników, których pracodawca postanowił upchnąć razem w biurze na osiem godzin dziennie. Mikrointerakcje zachodzące pomiędzy setkami zmiennych w środowisku pracy mogą ładować baterie i dawać zastrzyk twórczej energii lub – wręcz przeciwnie – sprawiać, że pracownik staje się zależny, infantylizowany, odsuwany na boczny tor.

GDZIE CHCESZ SPĘDZAĆ SWÓJ DZIEŃ PRACY?

Dobre podsumowanie koncepcji Dana Pinka można znaleźć w tej animacji [<https://www.youtube.com/watch?v=u6XAPnuFJlC>]. W podcaście wspominałem także o książkach „Scale” Geoffreya Westa i „Antifragile” Nassima Nicholasa Taleba.

Podczas rozmowy z Samem poruszyliśmy wiele innych tematów, od komunikacji w firmach rozproszonych po wyzwania, przed którymi stoją firmy w związku z pandemią COVID-19. Zapraszam do odsłuchania całości [<https://samharris.org/podcasts/194-new-future-work/>] lub obejrzenia materiału w serwisie YouTube [<https://www.youtube.com/watch?v=mJSf2Clx6qY>].

źródło:
<https://ma.tt/2020/04/five-levels-of-autonomy/>



Aleksandra Belina

| Świat wirtualny a wolontariat – wykorzystanie nowych technologii

Wybuch pandemii COVID-19 wymusił zmiany. Komunikacja i liczne działania przeniosły się do Internetu. Według badania opinii publicznej w zakresie funkcjonowania rynku usług telekomunikacyjnych [<https://www.uke.gov.pl/akt/badanie-konsumenckie-2020-klienci-indywidualni,374.html>] **podczas pandemii średni dzienny czas spędzany w sieci wydłużył się o 1,5 godziny.**

W 2020 roku dostęp do Internetu miało 90,4% gospodarstw domowych, zaś minimum raz w tygodniu korzystało z sieci 81,4% osób w wieku 16–74 lata (GUS, Społeczeństwo informacyjne w Polsce w 2020 r. [<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2020-roku,2,10.html>]). Coraz częściej po nowe technologie sięgają także NGO. Już kilka lat temu co trzecia organizacja pozarządowa szukała wolontariuszy przez Internet (Stow. Klon/Jawor, *Kondycja organizacji pozarządowych 2018* [<https://api.ngo.pl/media/get/108900>]). Jednocześnie dla aż 57% NGO pandemia stała się impulsem do przeniesienia działań do sieci (*Rok w pandemii. Raport z badań organizacji pozarządowych 2020/2021* [<https://api.ngo.pl/media/get/160530>]).

WOLONTARIAT W DOBIE PANDEMII

Według badań, zaangażowanie w wolontariat w Polsce ostatnimi laty wzrasta. W 2020 roku aż 43% badanych zadeklarowało aktywność w organizacjach obywatelskich (CBOS, *Komunikat z badań nr 37/2020, Aktyw-*

ność Polaków w organizacjach obywatelskich [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2020/K_037_20.PDF]).

Pandemia spowodowała jednak istotne zmiany. Według przywoływanego wcześniej raportu Stow. Klon/Jawor, aż w 36% organizacji pozarządowych ubyło wolontariuszy po roku pandemii. Jednocześnie obostrzenia pandemiczne przeniosły wiele działań wolontariackich do sfery online.

Jak zatem „łączyć” w tych warunkach trendy dotyczące wykorzystania technologii z zapalem społecznym? Z pomocą przychodzi e-wolontariat!

E-WOLONTARIAT, CZYLI...

Jest to forma wolontariatu – **bezpłatne, ochotnicze, zorganizowane zaangażowanie na rzecz osób i instytucji spoza kręgu rodziny i przyjaciół.** Wyróżnia je **wykorzystanie nowoczesnych technologii na wszystkich etapach realizacji:** od rekrutacji i szkolenia e-wolontariuszy, przez wykonywanie zadań i komunikację, po ewaluację. Praktyka pokazuje, że wiele podmiotów wdraża formy pośrednie, czyli wolontariat hybrydowy, łączący pomaganie online ze współpracą „na żywo”.

ZNACZENIE E-WOLONTARIATU

Oprócz odpowiedzi na pandemię, e-wolontariat jest doskonałym uzupełnieniem wolontariatu tradycyjnego. Badania potwierdzają, że e-wolontariat:

- zapewnia wyjątkową elastyczność i dostępność, włączając na przykład osoby z niepełnosprawnościami;
- daje możliwości rozwoju kompetencji;
- umożliwia działania społeczne na dużą skalę;

- bywa remedium na nierówności;
- może sprzyjać ochronie środowiska między innymi poprzez ograniczenie emisji spalin;
- zmniejsza presję emocjonalną (np. dyskomfort intro-wertyków);
- pozwala tworzyć nowe relacje i zmniejszyć poczucie izolacji.

Y. Amichai-Hamburger, Potential and promise of online volunteering, „Computers in Human Behavior”, 24(2), 2008, s. 544–562;

S.J. Ellis, J. Cravens, The Virtual Volunteering Guidebook. How to Apply the Principles of Real-World Volunteer Management to Online Service, Energize Books, 2000; F. Grandi, B. Lough, T. Bannister, Global Trends in Volunteering Infrastructure, 2018

S. Tierney, K.R. Mahtani, Volunteering during the COVID-19 pandemic: What are the potential benefits to people's well-being?, University of Oxford, 2020, <https://www.cebm.net/covid-19/volunteering-during-the-covid-19-pandemic-what-are-the-potential-benefits-to-peoples-well-being/> [dostęp: 14.10.2021.]

O E-WOLONTARIUSZACH W POLSCE I ICH MOTYWACJACH

Jako Fundacja Dobra Sieć zrealizowaliśmy pierwszą w Polsce kompleksową diagnozę wolontariuszy i organizacji zaangażowanych w e-wolontariat [<http://e-wolontariat.pl/wp-content/uploads/2021/08/Diagnoza-ewolontariatu-i-platfomy-TuDu.pdf>].

W badaniu wzięło udział 130 wolontariuszy i instytucji zarejestrowanych na platformie TuDu.org.pl.

Główne wnioski to:

- badani na ogół mają doświadczenie zarówno w wolontariacie tradycyjnym, jak i online;
- większość osób ma wewnętrzną, altruistyczną motywację do zaangażowania na rzecz innych;
- e-wolontariat na TuDu jest postrzegany jako intrygująca forma pomagania, alternatywa dla wolontariatu „na żywo” oraz okazja do zdobywania kompetencji;
- e-wolontariusze mają zazwyczaj maksymalnie kilka godzin czasu tygodniowo na wolontariat; pozwala to włączyć się w różnorodne, pojedyncze zadania (np. edycja czy tłumaczenie tekstu, udzielenie porady);
- e-wolontariusze to głównie młodzi, w wieku 25–39 lat (43,8% odpowiedzi) lub 18–24 lata (27,1% odpowiedzi), zarówno z mniejszych miejscowości, jak i dużych miast;
- ponad 44% e-wolontariuszy działa społecznie nie tylko na TuDu.

Choć wolontariat online jest ciągle stosunkowo nową formą wolontariatu w naszym kraju, coraz więcej inicjatyw decyduje się na angażowanie e-wolontariuszy.

Oto kilka z nich:

1. **Klub Przedsiębiorczych Mam** to projekt **Fundacji Rodzic w Mieście** aktywizujący przedsiębiorczynie mające małe dzieci. Niektóre rozmowy i dyskusje odbywają się zdalnie, a każda chętna może stać się częścią projektu dzięki platformie edukacyjnej.
2. **Wielokulturowy Kraków** prowadzi **Podcast Wielokulturowy** przybliżający słuchaczom ideę różnorodnej Polski. Na portalu TuDu e-wolontariusze pomagają w transkrypcji odcinków podcastu.
3. **Młodzieżowy Strajk Klimatyczny** prowadzi intensywną aktywność w Internecie: zdalnie odbywa się koordynacja wydarzeń i aktywizacja rówieśników.
4. **Telefon Pogadania.pl** łączy ludzi starszych, samotnych i cyfrowo wykluczonych, z wolontariuszami. Można zaangażować się, odbierając telefon, przygotowując wolontariuszy lub pomagając w promocji.

Projekty ponadnarodowe oparte na bezpłatnej pracy internautów zrzeszają tysiące e-wolontariuszy. Warto wspomnienia są:

- **Wikipedia** – w skali globalnej zanotowano ponad **124 tys. e-wolontariuszy – aktywnych współautorów treści we wrześniu 2021 r.**;
- **TED Talks** – międzynarodowa społeczność e-wolontariuszy – tłumaczy napisów do inspirujących wystąpień; **dotychczas ponad 40 tys. osób przetłumaczyło niemal 190 tys. treści**;
- **Be My Eyes** – bezpłatna aplikacja łącząca społeczność **348 tys. niedowidzących i niewidomych ze społecznością 5 mln widzących ochotników**, aby ułatwić przetwarzanie informacji wizualnej osobom z dysfunkcją wzroku.

PODZIĘKOWANIA

Dziękuję Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności i Fundacji Edukacja dla Demokracji, dzięki którym powstała diagnoza e-wolontariatu i platformy TuDu. Dziękuję zespołowi Programu E-wolontariatu oraz wolontariuszom, NGO i firmom, które rozwijają wolontariat online. Róbmy razem dobro w sieci!



Promocja wolontariatu pracowniczego

Promocja wolontariatu pracowniczego w firmach, organizacjach i instytucjach powinna przebiegać dwutorowo. Promocja zewnętrzna – skierowana do interesariuszy firmy, instytucji czy organizacji – poza główną działalnością podmiotu ma pokazywać też jego działania społeczne. Promocja wewnętrzna zaś – skierowana do pracowników i współpracowników – ma ukazywać mechanizmy działające w firmie, z których mogą skorzystać pracownicy.

III Ogólnopolskie Badanie Wolontariatu Pracowniczego uwidoczniło, że miejsce osoby zarządzającej wolontariatem pracowniczym i miejsce opracowania strategii wolontariackiej może być różne w strukturach firm. Dwoma przeciwległymi biegunami w tym spektrum są działy HR i PR. Możemy w tym przypadku obserwować zjawisko „przeciągania liny” między tymi działami. Gdy wolontariat pracowniczy jest bliżej HR, jest bardziej nastawiony na komunikację wewnętrzną i relacje z pracownikami. W przypadku działu PR o wolontariacie pracowniczym słychać na zewnątrz i jest on promowany jako jedna z gałęzi odpowiedzialności społecznej podmiotu.

Nie da się wcielić w życie wolontariatu pracowniczego bez komunikacji wewnętrznej, ale spotykaliśmy się z przypadkami, kiedy wolontariat taki był realizowany bez komunikacji o nim na zewnątrz. Praktycznie co roku spotykamy się ze zgłaszanymi przez firmy do Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce” dobrymi praktykami związanymi z wolontariatem pracowniczym, o którym wcześniej nie słyszeliśmy i informacje o nim nie są publicznie dostępne.

Jeśli wymagamy od naszych partnerów społecznych przejrzystości w działaniach i w komunikacji, to w przypadku wolontariatu pracowniczego także powinniśmy o to zadbać i znaleźć złoty środek między komunikacją wewnętrzną i komunikacją zewnętrzną, między działami HR i PR.

NA ZEWNĄTRZ

Promocja na zewnątrz pozwala na budowanie marki pracodawcy, ale także może być źródłem informacji i inspiracji dla innych podmiotów organizujących wolontariat pracowniczy. Jest także podstawą do weryfikowania organizatora wolontariatu przez potencjalnych partnerów społecznych. Mogą oni stwierdzić, czy działania takie są podejmowane z zachowaniem odpowiedniej dbałości (czyli czy stoi za nimi głębszy sens oparty na przemyślanych decyzjach, odpowiednio dobranych partnerach, z mierzalnymi i weryfikowanymi rezultatami), czy też są one tylko uzupełnieniem PR-u, dla medialnego poklasku.

W obecnym czasie komunikacja taka może być realizowana nie tylko samodzielnie przez pracodawcę, ale po ustaleniu odpowiednich zasad może być też prowadzona przez samych wolontariuszy, z wykorzystaniem chociażby mediów społecznościowych. O temacie komunikacji pisaliśmy już w publikacji „Komunikacja a wolontariat”.

Wciąż niedocenianymi narzędziami są raporty społeczne i dokumenty ujawniające dane pozafinansowe, mało wagi przykładają do publikowania przez organizacje



dokumentów strategicznych, które są nośnikami twardej danych i jasno pokazują założenia, kierunki oraz efekty działań społecznych.

DO WEWNĄTRZ

Druga część promocji to promocja skierowana do wewnątrz, niewychodząca poza obszar pracowników podmiotu. Ma ona na celu przede wszystkim zachęcenie pracowników do podjęcia działań społecznych lub skorzystania z ewentualnego wsparcia pracodawcy w działaniach, które już realizują.

Spełnia też funkcję edukacyjną. Ujednolica rozumienie samego wolontariatu przez pracowników, poprzez odpowiedni dobór komunikatów, wyjaśnianie, przykłady, dobre praktyki. Promocja jest narzędziem, dzięki któremu pracownik poszerza swoje horyzonty, otwiera się na nowe doświadczenia, które pobudzają jego ciekawość.

Funkcja edukacyjna jest o tyle istotna, że sam wolontariat nie ma jednej, spójnej definicji. Wolontariat pracowniczy jest tylko jedną z form wolontariatu, który posiada wiele znaczeń i może być różnie rozumiany przez różne osoby. Wpływa na to między innymi wcześniejsze doświadczenie pracowników z różnymi aktywnościami społecznymi. W świetle szerokiej i nieo określonej definicji wolontariatu, dwójka pracowników może myśleć o skrajnie różnych działaniach i może się w swoim opisie aktywności wolontarystycznych nigdy nie spotkać.

Wolontariat i jego różne pojmowanie może też wiązać się z zamykaniem się pracowników na różne formy aktywności, które dla nich nie są właśnie wolontariatem. Kомуś, kto na przykład utożsamia wolontariat tylko z działaniem na rzecz ruchu hospicyjnego, trudno wpaść samemu na pomysł realizowania wolontariatu na rzecz zwierząt lub środowiska naturalnego. Takie możliwości ktoś mu musi wcześniej pokazać, między innymi przez działania promocyjne.

DOBRE PRAKTYKI

BNP PARIBAS BANK POLSKA

Bank BNP Paribas od 2018 roku jest partnerem strategicznym Szlachetnej Paczki. Trwające cztery lata partnerstwo zapoczątkowali sami wolontariusze. Jednym z elementów partnerstwa jest wolontariat pracowniczy, w ramach którego pracownicy banku wspólnie przygotowują świąteczne paczki dla potrzebujących rodzin. Akcja każdego roku gromadzi ponad 2000 wolontariuszy.

Fundacja BNP Paribas, która odpowiada za koordynację wolontariatu pracowniczego w Banku BNP Paribas, przy komunikacji Szlachetnej Paczki wykorzystuje intranet, w którym dysponuje zakładką przeznaczoną dla Szlachetnej Paczki z aktualnym harmonogramem akcji, Q&A czy filmami podsumowującymi poprzednie przedsięwzięcia. Za pomocą mailingów ogłasza poszczególne etapy akcji: rekrutację wolontariuszy, tworzenie zespołów, wybór rodzin, a także punkt kulminacyjny akcji – Weekend Cudów

Dla pracowników zostały także przygotowane dodatkowe narzędzia, takie jak np. podpisy – stopki mailowe, które można załączyć w wiadomościach i które zachęcają do dołączenia do akcji.

CEMEX POLSKA

Podstawowym narzędziem promocji wolontariatu pracowniczego CEMEX i działań Fundacji CEMEX „Budujemy Przyszłość” jest strona internetowa. Fundacja rozsyła także newsletter „Flash Fundacji” promujący zaangażowanie w wolontariat, a także informuje o działaniach wolontariuszy i wolontariuszek, nie tylko wewnątrz organizacji, ale także w komunikacji z partnerami społecznymi. We „Flashu” wykorzystywane są dane, zestawienia, mapy czy grafiki generowane w autorskim systemie obsługi Konkursów Fundacji CEMEX.

Do rejestracji indywidualnych inicjatyw wolontariackich realizowanych przez pracowników i pracownice CEMEX służy platforma CEMEX Unite. Poprzez platformę oso-

by zaangażowane w daną inicjatywę mogą zapraszać do udziału również swoich kolegów i koleżanki z pracy. Do komunikacji i promocji wewnętrznej wykorzystywany jest portal Yammer, gdzie wolontariusze informują o swoich akcjach kolegów i koleżanki nie tylko z Polski, ale także z Europy. Zespół Wpływu Społecznego w CEMEX Polska organizuje spotkania i szkolenia online za pośrednictwem platformy Microsoft Teams. W roku 2021 wolontariusze i partnerzy społeczni CEMEX wzięli udział między innymi w cyklu szkoleń „Akademia Wolontariusza”, które miały na celu wzmocnienie kompetencji wolontariuszy oraz podniesienie efektywności działań wolontariackich.

CITI W POLSCE

W ramach Citigroup funkcjonuje system wspierający program wolontariatu pracowniczego dostępny dla wszystkich pracowników. Ma on możliwość promowania projektów wewnątrz organizacji, co przekłada się na większe zainteresowanie nimi. Posiada wiele przydatnych funkcji, jak możliwość przypominania o projekcie, a także rejestracji osób spoza firmy.

Czas pandemii pokazał również, że dzięki międzynarodowej platformie wolontariusze mogą angażować się w inicjatywy nie tylko organizowane w kraju, w którym mieszkają, ale mogą wziąć udział w projektach z zakresu wolontariatu kompetencyjnego na rzecz organizacji partnerskich współpracujących z Citi za granicą.

FUNDACJA CASTORAMA

Projekty Fundacji Castorama związane są z poprawą warunków mieszkaniowych. Informacje o planowanych akcjach wolontariatu umieszczane są w firmowym intranecie. Zaangażowani pracownicy mają możliwość udostępnienia zdjęć, które są zawsze najlepszą promocją wolontariatu i zachętą dla pozostałych. Na wewnętrznych platformach prezentujemy efekty działań naszych wolontariuszy i pokazujemy, że każda pomoc pracowników się liczy. Nawet nie mając umiejętności budowlanych, można wносить wkład w realizowane projekty.

FUNDACJA PZU

Informacje o działaniach w ramach wolontariatu pracowniczego PZU są regularnie umieszczane w intranecie. Fundacja PZU, która koordynuje wolontariat pracowniczy firmy, ma w nim własną zakładkę. Wolontariat pracowniczy ma także swoją stałą rubrykę w kwartalniku „Świat PZU” dostępnym również w formie e-wydania. Umieszczamy tam relacje z wybranych projektów pracowników.

ORANGE POLSKA

Informacje o wolontariacie pracowniczym są przekazywane nowym pracownikom i pracowniczkom na pierwszych szkoleniach, które wdrażają ich do pracy. Do działań społecznych przy wsparciu Fundacji Orange zachęcamy wszystkimi kanałami komunikacji wewnętrznej (intranet, maile, MMS-y, ekrany w biurach oraz webinary i spotkania dla pracowników itp.). Raz w roku organizujemy też obchody Dnia Wolontariusza w Orange, doceniając zaangażowanie społeczne pracowników.

W Orange funkcjonuje specjalna aplikacja dla wolontariuszy i wolontariuszek, która działa jak wewnętrzny portal społecznościowy. Dzięki niej pracownicy i pracowniczki mogą śledzić na bieżąco akcje, w które mogą się włączać w ramach wolontariatu, dobierać się w zespoły zadaniowe, a także zamieszczać zdjęcia i prezentować efekty swojego zaangażowania. Platforma służy także do wymiany doświadczeń między wolontariuszami i jest miejscem, gdzie mogą się oni nawzajem inspirować.

PROVIDENT POLSKA

Głównym kanałem komunikacji w Provident Polska są media firmowe, czyli intranet dla wszystkich pracowników oraz mobilna aplikacja MyNews dla zespołu sprzedaży oraz doradców klienta. Dodatkowo korzystamy z wygaszaczy ekranów komputerów stacjonarnych i laptopów oraz komunikacji SMS. Już jakiś czas temu ze względu na kwestie środowiskowe zrezygnowaliśmy z komunikacji papierowej.



W czasie trwania każdej edycji wolontariatu regularnie publikujemy fotorelacje z realizacji poszczególnych projektów. Jest to nie tylko wyróżnienie i promocja dla wolontariuszy, ale także inspiracja dla pracowników i doradców klienta, którzy jeszcze nie próbowali swoich sił w wolontariacie. W roku 2020 publikowaliśmy co tydzień sylwetkę Bohatera Tygodnia, a na początku roku 2021 z przedstawionych kandydatur pracownicy i doradcy wybrali Bohatera Roku, którym został bardzo zaangażowany wolontariusz. Tradycyjnie z okazji Dnia Wolontariusza wszystkim wolontariuszom i sympatykom składamy życzenia online.

Na zewnątrz informacje o programie publikowane są na profilu Tak! Pomagam i Grupy IPF na FB oraz w mediach współpracujących z nami organizacji pozarządowych: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Centrum Wolontariatu i Zaczytani.org.

SANTANDER BANK POLSKA S.A.

Fundacja Santander jest organizatorem wolontariatu pracowniczego wśród pracowników Santander Bank Polska. W ramach promocji działań naszych wolontariuszy na głównej stronie intranetu mamy rubrykę „Wolontariat”, w której w formie krótkich artykułów opisujemy akcje wolontariackie. Fundacyjny newsletter „Wiadomość od Serca” jest rozsyłany zarejestrowanym wolontariuszom. Opisujemy w nim większe inicjatywy w których jest przestrzeń do zaangażowania się większej ilości wolontariuszy oraz przedstawiamy nowe programy fundacji. Są to skuteczne narzędzia w ramach komunikacji wewnętrznej, inspirują do działania i pokazują możliwości, jakie stwarza program wolontariatu pracowniczego. Często po publikacjach Fundacja otrzymuje telefony z zapytaniami o szczegóły akcji lub o kontakt do koordynatora opisanej inicjatywy. Narzędzia te pozwalają również przenosić dobre praktyki z jednego miejsca w Polsce do innych.

T-MOBILE

Pierwszym momentem, kiedy nasi pracownicy mogą usłyszeć o wolontariacie pracowniczym jest onboarding. Głównym środkiem komunikacji wśród pracowników jest nasz intranet korporacyjny, na którym zamieszczamy aktualności dotyczące wolontariatu

oraz komunikujemy o realizowanych projektach wolontariackich. Zamieszczamy także wywiady z wolontariuszami w ramach cyklu Magenta Zoom. Do promowania zaangażowania w wolontariat wykorzystujemy także kampanie e-mailową oraz smsową.

W ramach realizacji projektów Wolontariatu Pracowniczego, wolontariusze informują o nich w mediach społecznościowych. Przedstawiciele różnych organizacji widzący te informacje mogą skontaktować się z wybranymi wolontariuszami. Dodatkowo komunikujemy również działania na naszym profilu w LinkedIn.



Przygotowanie pracowników-wolontariuszy

Zanim wolontariusze rozpoczną działania, muszą wiedzieć, co i jak mogą robić, jak funkcjonuje sam wolontariat pracowniczy oraz czego pracodawca będzie od nich oczekiwał po zakończeniu ich działań. Przygotowanie to powinno dotyczyć kilku podstawowych zagadnień i może być oferowane w różnym kształcie. Istotne jest to, że pracownik ma zapewniony dostęp do tych informacji, wie, gdzie je może znaleźć, a informacje te są mu przekazane w sposób przystępny.

ZAPOZNANIE Z PODSTAWAMI PRAWNYMI DZIAŁAŃ WOLONTARIACKICH

W przypadku wolontariatu opartego na Ustawie o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie jest to jeden z obowiązków korzystającego z pomocy wolontariuszy, w którym może wesprzeć go pracodawca. W przypadku organizowania zbiorów pracowniczych istotne jest pokazanie ram prawnych, aby akcja taka nie stała się przez przypadek zbiórką publiczną, która wymaga odpowiedniego zgłoszenia i rozliczenia. W krwiodawstwie w niektórych przypadkach, także w ramach programów wolontariatu pracowniczego, warto jest informować dawców o ich przywilejach.

ZAPOZNANIE Z WYTYCZNYMI I REGULAMINAMI WENWĘTRZNYMI

Program wolontariatu pracowniczego opiera się zwykle na wewnętrznych regulacjach pracodawcy. Przed przystąpieniem do działań każdy pracownik-wolontariusz musi je poznać. Jest to o tyle istotne, że niektóre działania, na przykład wewnętrzny mentoring, grupy pracownicze, orientacja zawodowa młodych pracowni-

ków, nie muszą wprost opierać się na ustawowych regulacjach wolontariatu, a właśnie poprzez wewnętrzne regulacje mogą być przez pracodawcę zaliczane do wolontariatu pracowniczego.

ZAPOZNANIE Z BEZPIECZNYM I EFEKTYWNYM SPOSOBEM WYKONYWANIA DZIAŁAŃ

Ustawa mówi między innymi o obowiązku informacyjnym względem wolontariusza na temat bezpiecznych i higienicznych warunków pracy. Jednak przypomnienie zasad BHP i przeciwpożarowych to nie jest jedyne, co można w tej kwestii zrobić. Kiedy pracodawca wspiera określony rodzaj projektów wolontariackich – na przykład akcje związane z pracą edukacyjną z dziećmi i młodzieżą czy z ochroną środowiska – wtedy może wspierać pracowników podręcznikiem zbierającym dobre praktyki, narzędzia, odpowiedzi lub prowadzącym za rękę w takim działaniu wolontariackich debiutantów. Podręcznik może też być formą inspiracji do nowych działań.

ZAPOZNANIE Z ZEWNĘTRZNYMI NARZĘDZIAMI, Z KTÓRYCH MOGĄ KORZYSTAĆ WOLONTARIUSZE

Wsparcie oferowane przez pracodawcę nie musi skupiać się na oferowaniu własnych rozwiązań. Pracownicy mogą korzystać również z ogólnodostępnych narzędzi, informacji i baz danych, należy im jednak wcześniej pokazać te rozwiązania i wyjaśnić, jakich informacji mogą tam szukać.



DOBRE PRAKTYKI

BNP PARIBAS BANK POLSKA

W ramach wspierania wolontariuszy zaangażowanych w Szlachetną Paczkę, Fundacja BNP Paribas, która odpowiada za koordynację wolontariatu w banku, oferuje pracownikom wiele narzędzi, które mają ułatwić im zebranie grupy wolontariuszy, z którą wspólnie przygotowują paczki dla potrzebujących rodzin. Między innymi poradnik przygotowany dla liderów i liderki paczki, w którym zebrane są wszelkie pomocne wskazówki. W poradniku znajdują się również gotowe posty na social media, do wykorzystania przez wolontariuszy.

Wolontariusze mogą korzystać z grupy na platformie Worksmile – miejsca, gdzie biorący udział w akcji pracownicy wymieniają się swoimi doświadczeniami, zdjęciami czy pomagają sobie wzajemnie w kwestiach organizacyjnych.

Dodatkowymi narzędziami są podcasty, a także webinaria organizowane wraz z ekspertami ze Stowarzyszenia WIOSNA, inicjatora i organizatora Szlachetnej Paczki, oraz niezobowiązująca kawa on-line, czyli nieformalne spotkanie dla wszystkich zainteresowanych akcją.

CEMEX POLSKA

Wnioski o granty na inicjatywy wolontariackie składane są online za pośrednictwem specjalnego systemu. Stanowi on autorski projekt i został zaprojektowany w odpowiedzi na potrzeby Fundacji CEMEX, przez zespół Fundacji wraz z agencją dede. W systemie wnioskodawcy wypełniają interaktywny formularz, w którym opisują planowane działania wolontariackie. Po zakończeniu naboru komisja konkursowa, również za pośrednictwem ww. systemu ocenia złożone wnioski. System automatycznie zlicza przyznane punkty oraz generuje prezentację podsumowującą. Służy także do komunikacji pomiędzy zespołem Fundacji, wnioskodawcami i wolontariuszami odpowiedzialnymi za realizację projektów.

System zawiera także bogatą sekcję pomocy, gdzie wolontariusze znajdą materiały edukacyjne, nagrania ze szkoleń, a także dokument Q&A i inne pomoce do przygotowania wniosków i realizowania projektów.

Dostępne są również dane statystyczne, wykresy, oraz mapy lokalizacji, w których odbywają się projekty. Po zakończonej akcji wolontariackiej wolontariusze-liderzy składają w systemie sprawozdanie z wykonanych działań, dołączając między innymi zdjęcia i dokumenty niezbędne do rozliczenia grantów.

CEMEX POLSKA

Dla pracowników-wolontariuszy Zespół Wpływu Społecznego CEMEX Polska organizuje spotkania i szkolenia online za pośrednictwem platformy Microsoft Teams. Wolontariusze i partnerzy społeczni CEMEX wzięli udział między innymi w cyklu szkoleń „Akademia wolontariusza”, które miały na celu wzmocnienie kompetencji wolontariuszy oraz podniesienie efektywności działań wolontariackich.

FUNDACJA PZU

Fundacja PZU organizuje dwie edycje konkursu grantowego „Wolontariat to radość działania”. Pracownicy PZU składają wnioski online w generatorze wniosków Fundacji PZU, gdzie odbywa się weryfikacja formalna oraz ocena merytoryczna dokonywana przez komisję konkursową. System umożliwia generowanie plików z danymi dotyczącymi projektów oraz zestawienia punktów przyznanych przez komisję. Pozwala pracownikowi również na bieżącą komunikację z Fundacją na temat zmian w organizacji działania. Generuje także dla koordynatora wolontariatu oraz lidera projektu wszystkie dokumenty, które muszą zostać wydrukowane i podpisane.

Generator umożliwia również pracownikom złożenie wniosku o grant pozakonkursowy na realizację autorskiego projektu wolontariackiego.

FUNDACJA PZU

W ramach pilotażowego projektu „ABC Empatii – edukacja włączająca i wychowanie do empatii”, realizowanego w ramach wolontariatu pracowniczego, Fundacja PZU we współpracy z partnerem merytorycznym Czepczyński Family Foundation zorganizowała online cykl spotkań informacyjnych i szkoleniowych, których celem było przygotowanie pracowników do prowadzenia warsztatów o empatii w wybranych szkołach i przedszkolach.

ING BANK SŁĄSKI

W ramach rozwoju e-wolontariatu wspieramy merytorycznie naszych wolontariuszy, między innymi lepiej przygotowując ich do pracy z dziećmi i młodzieżą, które są głównymi grupami odbiorców naszych działań. Wspólnie z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę zorganizowaliśmy cykl szkoleń „I Ty możesz pomóc – na co zwracać uwagę w kontakcie z dzieckiem online”. Wspieramy także ich działania w zakresie wykorzystywania narzędzi, między innymi poprzez szkolenie „O dobrym spotkaniu online”.

ORANGE POLSKA

Dzięki specjalnej platformie dla wolontariuszy pracownicy Orange mogą poznać kodeks wolontariusza, rejestrować swoje akcje i zgłaszać zapotrzebowanie na wsparcie w postaci materiałów dla beneficjentów potrzebnych do przeprowadzenia akcji czy koszulek z napisem „Lubię pomagać”. Otrzymują je automatycznie z magazynu. W każdej kampanii znajdą oni też szczegółowe informacje, prowadzące ich przez kolejne kroki, które trzeba przejść, by ją sprawnie przeprowadzić. Platforma automatyzuje także proces ubezpieczania wolontariuszy na czas akcji. Fundacji Orange pozwala to sprawnie i efektywnie zarządzać wolontariatem na dużą skalę.

PROVIDENT POLSKA

W korporacyjnym intranecie i na wewnętrznej platformie MyNews ogłaszamy rozpoczęcie każdej edycji wolontariatu. Wszyscy zainteresowani znajdą tu najważniejsze informacje, czyli do kiedy należy przesyłać

wnioski konkursowe oraz kiedy Rada Programowa wybierze projekty, którym przyznano granty. Formularze związane z programem: wniosek, rozliczenie projektu – dostępne są tylko online.

PROVIDENT POLSKA

W ramach szkoleń dla wolontariuszy zorganizowaliśmy spotkanie online z prof. Aldoną Glińską-Noweś z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, która naukowo zajmuje się wolontariatem. W konferencji uczestniczyli wolontariusze nie tylko z Polski, ale także innych rynków Grupy International Personal Finance, do której należy Provident. Była to doskonała okazja do poznania trendów w wolontariacie oraz przedstawienia realnego i pozytywnego wpływu na biznes.

SANTANDER BANK POLSKA S.A.

Stworzyliśmy e-platformę dla wolontariuszy, dzięki której każdy pracownik Santander Bank Polska może w prosty sposób wypełnić i przesłać wniosek o dofinansowanie swoich działań wolontariackich. Powstanie platformy bardzo ułatwiło cały proces przyznawania dofinansowań.



Realizacja działań wolontariatu pracowniczego

Realizacja działań w ramach wolontariatu pracowniczego może odbywać się w całości online, w formie e-wolontariatu. Nie jest to jedyne działanie, gdzie można się spotkać ze wsparciem przez narzędzia online. Wolontariat tradycyjny także może być wspierany i zarządzany z wykorzystaniem takich narzędzi. Nie czyni go to e-wolontariatem, narzędzie online jest jedynie pomocą dla liderów, wolontariuszy i koordynatorów.

E-WOLONTARIAT

Zgodnie z definicją Fundacji Dobra Sieć, polskiego lidera w promocji i rozwoju e-wolontariatu, „E-wolontariat to wolontariat wykonywany za pośrednictwem Internetu, często zwany także wirtualnym wolontariatem, cyberwolontariatem, wolontariatem online czy digital volunteering. Zawsze odnosi się do pracy, w której system online (dostęp do sieci poprzez komputer lub urządzenie przenośne) gra kluczową rolę w rekrutowaniu wolontariuszy, przydzielaniu zadań i ich wykonywaniu”.

Jak zauważają autorzy „Podręcznika e-wolontariatu” Fundacji Dobra Sieć: „Wykorzystanie Internetu w pracy wolontariusza stwarza nowe perspektywy: pozwala pokonywać bariery czasu i przestrzeni, otwiera na nowe obszary i formy współpracy, nadaje pracy wolontariusza wymiar globalny”.

Najbardziej wymownym opisem działań, które można realizować w ramach e-wolontariatu, jest stwierdzenie, że są to **działania, w których nie jest potrzebna**

bezpośrednia obecność wolontariusza. Każde działanie, gdzie ta obecność może być pośrednia (czyli realizowane z pomocą urządzeń do komunikacji lub przesyłania danych), można zakwalifikować do e-wolontariatu.

E-wolontariat pracowniczy jest wciąż zjawiskiem rzadko spotykanym w Polsce. O ile pandemia przyspieszyła przejście pracy do sfery online, o tyle wolontariat pracowniczy, który podąża tą samą ścieżką, potrzebuje na to więcej czasu i zbudowania odpowiednich struktur. Przechodzenie do sfery online różnych mechanizmów i narzędzi, między innymi praktyk opisanych w tej publikacji, pokazuje, że jest to obszar sukcesywne opanowywany przez pracowników.

ZBIÓRKI PRACOWNICZE ONLINE

Zbiórki publiczne i zbiórki pracownicze w niektórych przypadkach akceptowane są przez pracodawcę jako forma wolontariatu pracowniczego. Wolontariatem pracowniczym w tym przypadku jest zaangażowanie pracowników w przygotowanie, realizację i rozliczenie takiej zbiórki, a nie sam fakt przekazania daru czy funduszy. Inicjatywa ta jest prosta i chętnie podejmowana, ponieważ jej organizacja na terenie zakładu pracy, wśród pracowników, za zgodą pracodawcy, jest zwolniona z wielu ustawowych obowiązków dotyczących zbiórek publicznych.

Zgodnie z intencjami ustawodawcy zbiórkami publicznymi obłożonymi ustawowymi obowiązkami nie są również zbiórki funduszy, w ramach których przepływy

finansowe pozostawiają trwały ślad – jak na przykład przestanie charytatywnych SMS-ów czy przelewy na wskazane konto.

W dobie bankowości internetowej takie zbiórki, wraz z procesem ich przygotowania i rozliczenia, mogą być realizowane w całości w oparciu o narzędzia online, a ich sukces zależy od tego, czy pracownik chcący wziąć w nich udział ma dostęp do swojego systemu bankowego w godzinach pracy.

NARZĘDZIA WSPIERAJĄCE ZARZĄDZANIE WOŁONTARIATEM

Poza realizacją wolontariatu pracowniczego przez pracowników osobną kategorię stanowi zarządzanie wolontariatem pracowniczym na poziomie całej organizacji. Osoby zarządzające, potocznie nazywane „koordynatorami wolontariatu pracowniczego”, niezależnie od formalnej nazwy stanowiska, na którym pracują, odpowiadają za wdrożenie, zarządzanie i ewaluację działań społecznych pracowników. Zadania tego praktycznie nie da się efektywnie wykonywać bez wykorzystania narzędzi do pracy online.

Jedną z anegdot, która powstała podczas realizowanych w Forum Odpowiedzialnego Biznesu spotkań koordynatorów wolontariatu pracowniczego jest ta, w której koordynatorzy wymieniali się informacjami o tym, ile czasu zajmuje im zarządzanie programem wolontariatu w swoich firmach. Pewna koordynatorka z firm telekomunikacyjnych zdziwiła wszystkich, mówiąc, że samodzielnie zarządza wolontariatem, już wtedy uznawanym za jeden z lepiej zorganizowanych w Polsce. Zdziwienie było tym większe, że za chwilę uzupełniła, że jest to połowa jej etatowej pracy. Kluczem do tak efektywnego działania była wdrożona aplikacja do zarządzania wolontariatem, która ułatwiała i przyspieszała pracę, a dodatkowo agregowała dane do raportów, wyręczając w tym koordynatora.

DOBRE PRAKTYKI

CEMEX POLSKA

CEMEX Unite to globalny korporacyjny program umożliwiający realizację indywidualnie wybranych działań wolontariackich. Na specjalnie do tego celu stworzonej platformie rejestrowane są różne akcje wolontariackie, przygotowywane przez globalne, ogólnopolskie i lokalne organizacje pozarządowe. Za jej pośrednictwem pracownicy mogą rejestrować także własne inicjatywy wolontariackie, zgodnie ze swoimi kompetencjami oraz preferencjami. Platforma służy także do organizacji zbiorów pracowniczych.

Platforma CEMEX Unite korzysta z rozwiązań kanadyjskiej platformy Benevity, narzędzia do wolontariatu online Spark. Jest ona administrowana przez Zespół Wpływu Społecznego w Centrali CEMEX w Meksyku, a także lokalnych specjalistów CSR. Dostęp do niej mają jedynie pracownicy.

CEMEX POLSKA

Wraz z wybuchem pandemii COVID-19 Zespół Wpływu Społecznego CEMEX rozpoczął rozwijać i promować wśród pracowników i pracownic działania wolontariackie online. Każda osoba zatrudniona w CEMEX może zaangażować się w wolontariat kompetencyjny, realizowany zdalnie.

Flagowym projektem w tym zakresie jest „Wirtualna Szkoła CEMEX”. Jego cel stanowi wspieranie zdalnej nauki w szkołach w sąsiedztwie jednostek biznesowych CEMEX Polska. W ramach projektu stworzono środowisko zdalnej nauki w aplikacji Microsoft Teams dla wszystkich uczniów oraz nauczycieli w szkołach objętych projektem. Prace projektowe, realizowane przez eksperta-informatyka oraz kilkunastu wolontariuszy CEMEX Polska, obejmowały między innymi konfigurację konta szkoły w aplikacji Office 365 Teams, konfigurację kont nauczycieli oraz uczniów, utworzenie grup klasowych i przedmiotowych, przeszkolenie nauczycieli z obsługi narzędzia, przygotowanie instrukcji obsługi dla uczniów, przeprowadzenie lekcji testowych oraz nagranie filmików instruktażowych o tym, jak



obsługiwać narzędzie. Po wdrożeniu aplikacji szkoły mogą również liczyć na wsparcie techniczne dotyczące użytkowania narzędzia.

CITI W POLSCE

Ogłoszenie konkursu Wolontariusz na Bank! otwiera działania w ramach Światowego Dnia Citi dla Społeczności. Pracownicy Citi zgłaszają swoje pomysły na inicjatywę społeczną poprzez aplikację online. Na etapie zgłaszania projektu zarys działań powinien być już wstępnie ustalony z placówką partnerską. Lider projektu wskazuje, na co przeznaczy dofinansowanie. Po zakończeniu zbierania zgłoszeń następuje ich weryfikacja merytoryczna i formalna. To również czas na doszlifowanie projektów pod okiem członków zespołu wolontariatu pracowniczego. W tym czasie każdemu z liderów przydzielony zostaje „opiekun projektu”, który wspiera go na każdym etapie realizacji działań. W trakcie trwania pandemii formuła konkursu została znacznie uproszczona. W tym roku w Konkursie Grantowym GCD 2021 udział wzięło ponad 500 wolontariuszy.

CITI W POLSCE

Program #CitiVolunteers dla Rozwoju jest realizowany dwutorowo. Pierwsza z inicjatyw to Citi Mentoring, którego celem jest włączenie ekspertów Citi w działania realizowane w ramach projektów Citi. Wśród odbiorców działań mentoringowych są: start-upy, kobiety rozwijające własny biznes, studentki kierunków IT oraz migranci marzący o własnym biznesie. Druga to Citi Skills Marathon dla organizacji – projekt łączący zespół wykwalifikowanych pracowników Citi z organizacjami pozarządowymi i start-upami, umożliwiając im wykorzystanie ich profesjonalnej wiedzy do rozwiązywania konkretnych problemów organizacyjnych. Podczas współpracy z organizacją zespół wolontariuszy planuje, projektuje i tworzy możliwe do wdrożenia rozwiązania w obszarach komunikacji, HR, prawa i podatków, finansów, infrastruktury oraz technologii.

CITI W POLSCE

Zbiórki pracownicze to jeden z elementów programu wolontariatu pracowniczego w Citi, koordynowanego przez Fundację Citi Handlowy. W trakcie pandemii narodziła się idea zbiórek pieniężnych. Pierwsza akcja, którą przeprowadziła Fundacja Citi Handlowy, to #CisiBohaterowie, zbiórka na rzecz ratowników medycznych w pierwszych dniach pandemii. Spotkała się ona z olbrzymim odzewem wśród pracowników. Do jej realizacji uruchomione zostało specjalne subkonto, na które pracownicy mogli wpłacać środki. Ustalali oni jednocześnie, dla kogo była organizowana zbiórka i odpowiadali za jej koordynację. Ustalone zostały także procedury: zbiórka musiała trwać przez określony czas, a tytuł przelewu był uzgadniany z Fundacją, by móc następnie tę zbiórkę zidentyfikować i odpowiednio rozliczyć. Zebrane środki przekazywano wybranej organizacji jako darowizna lub wolontariusz będący liderem projektu kupował za nie artykuły dla danej organizacji.

FUNDACJA CASTORAMA

Do ewidencjonowania wolontariatu pracowniczego służy nam narzędzie online do zarządzania zasobami ludzkimi. Poprzez formularze online pracownicy mogą wnioskować o przeznaczenie swojego czasu pracy na udział w projektach Fundacji Castorama, a także innych organizacji pozarządowych, również tych, które nie działają w obszarze poprawy warunków mieszkaniowych.

FUNDACJA PZU

Fundacja PZU we współpracy z Fundacją Dobra Sieć przeprowadziła pilotażowy program e-wolontariatu pracowniczego PZU na platformie TuDu.org.pl. Była to odpowiedź na wynikające z pandemii ograniczenia prowadzenia działań w formie tradycyjnej.

GRUPA KAPITAŁOWA CCC

CCC zapoczątkowało działania programu wolontariatu kompetencyjnego, którego celem jest transfer kompetencji z sektora biznesowego do sektora organizacji pozarządowych. W ramach wolontariatu przedsta-

wiele CCC przeprowadzili warsztaty online między innymi dla kadry ze Stowarzyszenia dla Dzieci i Młodzieży „SZANSA” w Głogowie z zakresu „Prezentacji biznesowej, komunikacji wizualnej i negocjacji” oraz warsztat dla Stowarzyszenia „Żyć godnie” w Polkowicach z zakresu „Podstaw LinkedIn dla NGO”.

GRUPA KAPITAŁOWA CCC

Grupa CCC aktywnie współpracuje z uczelniami i regularnie uczestniczy w życiu akademickim poprzez prowadzenie wykładów, współdziałanie z organizacjami studenckimi oraz uczestnictwo w wybranych projektach. W ramach współpracy z Uniwersyteckim Centrum Badań nad Środowiskiem Przyrodniczym i Zrównoważonym Rozwojem Uniwersytetu Warszawskiego pracownicy przeprowadzili warsztaty online pokazujące praktyczne aspekty raportowania niefinansowego dla studentów kierunku Sustainable Development UCBS.



ING BANK ŚLĄSKI

Od początku pandemii promujemy e-wolontariat, którego odbiorcami są dzieci. Naszym wolontariuszom pokazujemy szeroki wachlarz możliwości zaangażowania się w e-wolontariat. Zachęcamy, by wolontariusze ING Banku Śląskiego poza spotkaniami online przygotowywali nagrania audio/wideo, prezentacje multimedialne, instrukcje, krzyżówki czy rebusy. Nasi e-wolontariusze organizują wirtualne spacer, ale piszą także tradycyjne papierowe listy. Przygotowane w ten sposób materiały, w imieniu wolontariuszy przekazują dzieciom nauczyciele, wychowawcy czy przedstawiciele NGO. Wykorzystanie konkretnej formy e-wolontariatu jest zawsze dostosowane do potrzeb i możliwości grupy docelowej i możliwości technicznych beneficjenta. Zrealizowano kilkadziesiąt projektów, które otrzymały wsparcie finansowe w ramach konkursu „Dobry Pomysł”.

ING BANK ŚLĄSKI

Pracownicy ING Banku Śląskiego odbyli kilkadziesiąt spotkań online z dziećmi i młodzieżą z całej Polski, gdzie opowiadali o swoich pasjach i podróżach, prowadzali zajęcia z edukacji finansowej, bezpieczeństwa w sieci i edukacji ekologicznej. Było również wspólne gotowanie, granie na instrumentach czy też wykonywanie prac plastycznych. Wszystko podczas połączeń online. E-wolontariusze ING Banku Śląskiego regularnie przez okres roku szkolnego wspierali podopiecznych z katowickich domów dziecka oraz dzieci cudzoziemskie objęte wsparciem przez Polskie Forum Migracyjne. Celem tych spotkań była przede wszystkim wspólna nauka, ale także rozmowa tak ważna w tych trudnych czasach.



KOMPANIA PIWOWARSKA

W pandemicznym roku 2020 wolontariat Kompanii Piwowskiej przeniósł się częściowo na platformę Postaw na Ruch, zachęcającą do aktywności sportowej. Pracownicy mieli możliwość udziału w wyzwaniach charytatywnych poprzez podłączenie do platformy aplikacji mobilnych monitorujących ich aktywność fizyczną. Wiedzieli dzięki temu ile kilometrów mają wspólnie pokonać biegiem, pieszo, na rowerze lub nartach, aby firma przekazała darowiznę na działania charytatywne.

Fundusze były przekazywane na rzecz osób z niepełnosprawnością narządu ruchu, którymi opiekuje się Fundacja Poland Business Run. Pracownicy osiągnęli cel charytatywny 150 000 km w zaledwie trzy miesiące i wsparli podopiecznych Fundacji darowizną w wysokości 15 tys. złotych na wyjazdy rehabilitacyjne.

Dzięki inicjatywie i zaangażowaniu pracowników w dodatkowe wyzwania udało się również wesprzeć leczenie pięciu małych podopiecznych Fundacji Siepomaga, Zdążyć z Pomocą czy 100 Serc. Zorganizowano też rywalizację „Mniej CO₂, więcej tlenu”. Wygrywała drużyna, która zamieniając samochody na rowery zaoszczędziła największą ilość wyemitowanego CO₂. Nagrodą w tej rywalizacji była możliwość wskazania działania, które zostało zrealizowane z finansowym wsparciem firmy. Wygrał integracyjny rajd rowerowy z osobami niewidomymi organizowany przez Stowarzyszenie Eskapada / Pro Sanus.

PROVIDENT POLSKA

Na początku pandemii realizowaliśmy wolontariat online, a nasi wolontariusze brali udział w różnych akcjach. Między innymi prowadzili korepetycje online dla dzieci i młodzieży, a we współpracy z Fundacją Zacztyani.org przeprowadzili telefoniczną biblioterapię dla seniorów będących pod opieką domu pomocy społecznej w Katowicach. Łącznie w ramach swoich działań wykonali ponad 120 godzin wolontariatu.

SAMSUNG POLSKA

Wolontariat kompetencji to najbliższy Samsungowi rodzaj wolontariatu pracowniczego ze względu na specyfikę działalności firmy: projektowanie, produkcję i sprzedaż urządzeń oraz rozwiązań technologicznych.

W ramach wolontariatu eksperci Samsung R&D Polska prowadzili cykl bezpłatnych webinarów technologicznych. Ich celem było przekazanie informacji o innowacyjnych obszarach technologicznych i zainteresowanie odbiorców tematyką sztucznej inteligencji, internetu rzeczy czy cyberbezpieczeństwa. Wiedzę dzielili się doświadczeni inżynierowie i programiści R&D. Webinary miały również na celu zainteresować start-upy udziałem w programie Samsung Inkubator, którego nieodłączną częścią są szkolenia oraz bezpłatne konsultacje w zakresie wykorzystania nowych technologii w rozwiązaniach start-upów.

T-MOBILE

W ramach corocznej Świątecznej Aukcji Charytatywnej w firmowym intranecie wystawiane są „Prezenty pełne pasji”, które przygotowują nasi pracownicy. Dziełami są rysunki, stroiki, bombki i różne inne dekoracje świąteczne oraz pasje takie jak np. zajęcia sportowe, kurs jazdy konnej, sesje zdjęciowe. Aukcja odbywa się w firmowym intranecie, na naszym autorskim systemie aukcyjnym. Aukcja angażuje większość pracowników T-Mobile. Bardzo często w aukcjach działa w słusznej sprawie element rywalizacji między poszczególnymi działami. Pozyskane w ten sposób fundusze są podwajane przez firmę i dystrybuowane jako granty na działania w ramach wolontariatu pracowniczego.



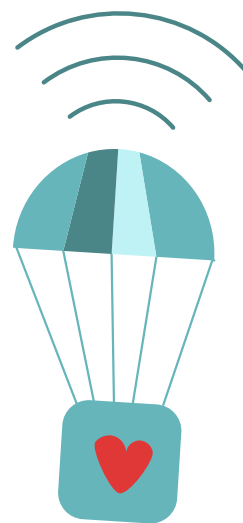
Podsumowania i ewaluacja wolontariatu pracowniczego

Ostatnim etapem cyklu zarządzania wolontariatem pracowniczym jest część podsumowująca, odbywająca się albo po zakończeniu konkretnego działania, albo po zamknięciu rocznej edycji programu wolontariatu, w której kończy się wiele działań realizowanych przez pracowników. Celem tego kroku jest zebranie danych, na podstawie których można planować kolejne działania w wolontariacie pracowniczym.

ZBIERANIE DANYCH IŁOŚCIOWYCH I JAKOŚCIOWYCH

Każde działanie wolontariuszy jest przez nich podsumowywane. Jeśli odbywa się ono przy wsparciu finansowym lub rzeczowym pracodawcy, to na wolontariuszach ciąży obowiązek pokazania tego, jak wsparcie zostało wykorzystane. Na tym etapie wolontariusze powinni przekazywać także te dane, które są później przetwarzane i publikowane w raportach społecznych lub informacjach z danymi niefinansowymi.

Od danych liczbowych i rozliczenia finansowego nie mniej istotne są dane miękkie, opisujące proces, działania oraz zawierające informacje o tym, na jakie trudności w czasie realizacji natrafili wolontariusze, czy i jak sobie z nimi poradzili. Od tych danych zależy kształt całego cyklu wolontariatu pracowniczego, szczególnie promocji i przygotowania pracowników do kolejnych wolontariatów.



INFORMACJA ZWROTNA OD PARTNERA SPOŁECZNEGO

Nie można analizować wolontariatu pracowniczego w oderwaniu od społeczności lokalnej, bo to zawsze ta społeczność jest w mniejszym lub większym zakresie odbiorcą działań wolontariuszy. Zbieranie informacji od partnerów społecznych jest istotne, bo pokazuje, czy wsparcie, jakie oferowali pracownicy-wolontariusze, było wykorzystane tam, gdzie skupiły się największe potrzeby tej społeczności. Także społeczność może wskazać kolejne potrzeby, co pozwoli odpowiednio zaprojektować kolejne działania wolontariatu pracowniczego.



DOBRE PRAKTYKI

CITI W POLSCE

System wspierający program wolontariatu pracowniczego funkcjonuje w całej Citigroup. Służy on do ewidencji projektów i wolontariuszy, dzięki temu łatwiej można zweryfikować, jakiego typu akcje najbardziej interesują pracowników. Umożliwia to wiarygodną ocenę zaangażowania pracowników i wypracowania takich inicjatyw, w które chętnie się włączają. Dodatkowo platforma daje możliwości tworzenia globalnych statystyk, monitorowania zaangażowania, przepracowanych godzin wolontariackich i liczby odbiorców.

KOMPANIA PIWOWARSKA

Kompania Piwowarska wprowadziła w 2013 roku narzędzie: platformę Kompanii Wolontariuszy, dzięki której możliwe jest zgłaszanie projektów, wolontariuszy, wydatków a także raportowanie działań i liczenie rozmaitych zmiennych. Z każdego okresu możliwe jest generowanie raportów dotyczących przepracowanych godzin, liczby zaangażowanych osób i instytucji czy sposobu ich zaangażowania. Dzięki raportom zbierane są informacje i budowane statystyki działań wolontariuszy wykorzystywane m.in. w raportach społecznych firmy. W przypadku włączania się pracowników firmy w duże, ogólnopolskie akcje wolontariackie, firma indywidualnie podsumowuje współpracę z organizacjami. Przykładem jest Szlachetna Paczka realizowana ze Stowarzyszeniem Wiosna.

ORANGE POLSKA

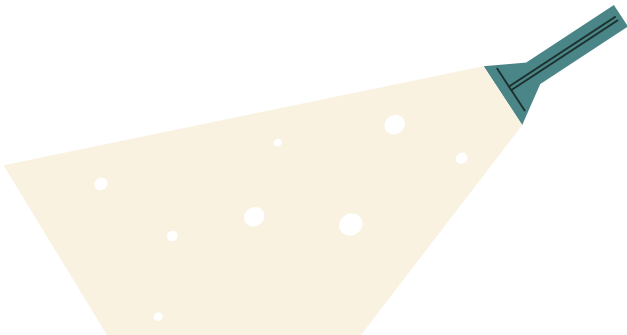
Platforma dla wolontariuszy pozwala na automatyczne zbieranie istotnych danych o realizowanych przez wolontariuszy działaniach. Dane te są wykorzystywane w wewnętrznym raportowaniu, w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej oraz prezentowane są w raporcie społecznym firmy. Platforma umożliwia także ewaluację działań wolontariuszy i planowanie rozwoju programu wolontariatu pracowniczego w Orange.

SANTANDER BANK POLSKA SA.

Dzięki e-platformie dla wolontariuszy pracownicy mają możliwość rozliczania – zarówno od strony merytorycznej, jak i finansowej – swoich działań wolontariackich. Powstanie tego narzędzia znacząco ułatwiło również proces komunikacji z wolontariuszami oraz sporządzanie raportów z działalności wolontariatu.



Przydatne zasoby



GDZIE WERYFIKOWAĆ DZIAŁANIE POTENCJALNEGO PARTNERA SPOŁECZNEGO?

- **Bazy portalu ngo.pl** – W serwisie bazy.ngo.pl można znaleźć informacje o organizacjach pozarządowych działających na określonym obszarze lub zajmujące się określonym tematem. Profile w serwisie są aktualizowane i uzupełniane przez same organizacje, dzięki czemu można zweryfikować które z nich pozostają aktywne.
- **Baza sprawozdań OPP** – Każda organizacja posiadająca status Organizacji Pożytku Publicznego corocznie składa sprawozdanie z działalności. Sprawozdania te są dostępne publicznie. W serwisie sprawozdaniaopp.niw.gov.pl można wyszukać i zapoznać się ze sprawozdaniami tych organizacji.
- **Portal zbiorów publicznych** – Każdy podmiot organizujący zbiórkę publiczną ma obowiązek jej rejestracji i rozliczenia w serwisie zbiorki.gov.pl. Możemy tam też zapoznać się z rozliczeniami wszystkich zakończonych zbiorów organizowanych przez dany podmiot.

GDZIE SZUKAĆ WIEDZY?

- **Odpowiedzialnybiznes.pl** – portal zbierający informacje i wiedzę na temat CSR i zrównoważonego rozwoju, w tym o wolontariacie pracowniczym. W portalu dostępne są publikacje, artykuły eksperckie i zbiór dobrych praktyk firm zbieranych co roku w ramach Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”.

- **E-wolontariat.pl** – portal zawierający liczne artykuły na temat e-wolontariatu, bazę projektów opartych na e-wolontariacie, publikacje czy kurs „E-wolontariat krok po kroku”.
- **Ngo.pl** – portal przeznaczony dla organizacji pozarządowych, który w sekcji poradnikowej zawiera wiele przydatnych informacji na temat przygotowania i realizacji akcji społecznych i zbiorów.
- **Bibliotekawolontariatu.pl** – strona zbierająca wszystkie dostępne w otwartej dystrybucji publikacje dotyczące tematyki wolontariatu i działań społecznych.
- **Liderzyprobono.pl** – strona Koalicji Liderzy Pro Bono działającej na rzecz rozwoju i popularyzacji wolontariatu pracowniczego. Zawiera m.in. Kartę Zasad Wolontariatu Pracowniczego.

GDZIE SZUKAĆ DZIAŁAŃ ANGAŻUJĄCYCH E-WOLONTARIUSZY?

- **TuDu.org.pl** – polska platforma łącząca wolontariuszy i organizacje korzystające z platformy w związku z zadaniami dotyczącymi e-wolontariatu i mikrowolontariatu.
- **Catchafire.org** – anglojęzyczna platforma łącząca e-wolontariuszy z organizacjami zgłaszającymi zadania do wykonania w ramach działań online.
- **App.unv.org** – platforma United Nations Volunteers rozwijającego wolontariat i e-wolontariat w ramach działań United Nations Development Programme (UNDP).



Na zakończenie

W czasie przygotowywania tej publikacji ciągle globalnie zmagamy się z pandemią, doświadczając kolejnych jej fal. Jednak eksperci rynku pracy i sam rynek pokazują, że praca zdalna stała się codziennością. Ta zmiana, której doświadczyliśmy, nie cofnie się już, a rynek pracy ewoluował w szybkim tempie na naszych oczach.

Sytuacja ta wpłynęła także na kształt wolontariatu pracowniczego. Kilka lat temu nie mielibyśmy szans na napisanie tej publikacji, bo bazowałaby ona na znanym nielicznym osobom obszarze „pracy zdalnej”, raczkującym w Polsce e-wolontariacie, a nasi partnerzy nie mieliby żadnych praktyk, którymi mogliby się pochwalić.

Dziś widzimy ciągły rozwój inspirowany przez pracowników, wolontariuszy i przez coraz aktywniejsze życie organizacji społecznych w przestrzeni cyfrowej. Wiemy też, że ta publikacja może się szybko zdezaktualizo-

wać, ale po części na to liczymy, bo będzie to świadczyło o tym, że wolontariat pracowniczy w Polsce wszedł wyżej, na kolejny szczebel swojego rozwoju. A na tym nam najbardziej zależy.

Publikacja ma zamkniętą formę, dlatego zapraszamy do śledzenia tego, co nasi eksperci mają do przekazania na bieżąco, analizując nowe zjawiska w tematyce CSR, zrównoważonego rozwoju i wolontariatu pracowniczego. Do sięgania po coroczny Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” i zgłaszania do niego własnych praktyk, zapraszamy także na organizowane w cyklu dwuletnim Targi CSR oraz inne nasze konferencje.

I oczywiście, zgodnie z tematem tej publikacji, zapraszamy do śledzenia nas w świecie online, poprzez nasz portal Odpowiedzialnybiznes.pl, media społecznościowe, webinaria, newslettery, bazę wiedzy i transmisje „na żywo”.

Redakcja:

Karol Krzyczkowski, Ewa Wojciechowicz

Korekta:

Beata Stadryniak-Saracyn

Grafika i skład:

Olga Figurska, lunatikot.pl

Wydawca:

Forum Odpowiedzialnego Biznesu

ul. Szpitalna 5/20, 00-031 Warszawa

Tel. 22 627 18 71

e-mail: biuro@fob.org.pl

odpowiedzialnybiznes.pl

978-83-959322-5-0

Warszawa, grudzień 2021

Forum Odpowiedzialnego Biznesu jest najdłużej działającą (od 2000 roku) i największą organizacją pozarządową w Polsce, która zajmuje się koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu w kompleksowy sposób. Inspirujemy biznes, który zmienia świat, łączymy ludzi, którzy zmieniają biznes. Działamy na rzecz zrównoważonego rozwoju.

Więcej informacji na stronie:
www.odpowiedzialnybiznes.pl.

PARTNERZY STRATEGICZNI FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU



PARTNERZY
KOMUNIKACYJNI

SARE way to sell newslink

PARTNER
ANALITYCZNY

I M M

PARTNER
POLIGRAFICZNY

dobradrukarnia.pl

PARTNER
TŁUMACZENIOWY

KONTEKST

PARTNER
BADAWCZY

pbs 125 lat

www.odpowiedzialnybiznes.pl

ISBN 978-83-959322-5-0

