

KARTA WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO



KARTA WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO

Karta Wolontariatu Pracowniczego to deklaracja stworzenia i pielęgnowania wewnątrz organizacji innowacyjnej przestrzeni społecznej do rozwoju programów wolontariatu pracowniczego z dobrowolnym udziałem pracowników. Jest potwierdzeniem nowej filozofii pracy i rozwijania dobrych praktyk budujących rynkową przewagę przez równowagę i partnerskie relacje w organizacji. Organizacji, która tworzy warunki sprzyjające uwalnianiu i wzmocnieniu kapitału społecznego.

Wolontariat pracowniczy to szansa na rozwój osobisty pracowników, nabywanie nowych kompetencji, rozwijanie talentów oraz odkrywanie i promocja naturalnego przywództwa. Uwrażliwia na potrzeby innych, wspiera budowanie relacji i więzi społecznych, przyczynia się do powstania harmonijnego ekosystemu, w którym wszyscy interesariusze solidarnie i dobrowolnie działają na rzecz wspólnego dobra.

Karta stanowi powód do dumy i źródło inspirowania innych do podejmowania wyzwań w myśl zrównoważonego rozwoju. Oparta jest na wartościach kluczowych dla rozwoju i powodzenia programów wolontariatu pracowniczego w odpowiedzialnych społecznie organizacjach. Przystępując do Karty organizacja deklaruje gotowość do rozwijania kultury relacji, opartej na zaufaniu, szacunku i współpracy w oparciu o siedem strategicznych zasad rekomendowanych przez Fundację Instytut Wolontariatu Pracowniczego.

#1

DOBROWOLNOŚĆ, CZYLI UWALNIANIE NATURALNEGO POTENCJAŁU

Dobrowolność to podstawa realizacji programu wolontariatu pracowniczego. Daje poczucie wpływu i wywierania pozytywnej zmiany, pozwala rozwijać i utrzymywać dobre relacje z pracownikami i wśród pracowników, wzmocnia prawdziwe zaangażowanie oraz motywację ludzi i zespołów. Sprzyja uwalnianiu mocnych stron, ukrytej wiedzy oraz wartości niezbędnych do budowania kultury relacji w organizacjach. Dobrowolność oznacza m.in. wyłączenie udziału pracowników w programie wolontariatu pracowniczego z obszaru ocen pracowniczych. Udział ten nie powinien także stanowić warunku zmiany stanowiska, awansu lub wyższego wynagrodzenia.

#2

PROAKTYWNOŚĆ I ZAANGAŻOWANIE, CZYLI BUDOWANIE POCZUCIA WPŁYWU

Organizacja nastawiona na rozwój idei wolontariatu buduje otwartą przestrzeń do zaangażowania i proaktywności wolontariuszy. Daje im to poczucie wpływu na otoczenie poprzez podejmowanie wyzwań społecznych oraz motywuje do wdrażania w życie ważnych inicjatyw. Dzięki proaktywności i zaangażowaniu ujawnia się bogate zaplecze naturalnych przywódców, liderów wolontariatu, wokół których

skupiają się zespoły wolontariuszy. Świadoma organizacja wykorzystuje powstałą synergę, zapraszając np. pracowników do procesów twórczych i decyzyjnych związanych z zarządzaniem programem. Współdziałanie oznacza lepszą efektywność projektów, większe zaufanie do liderów i lepsze relacje z interesariuszami. Bo razem możemy więcej!

#3

DIALOG I PARTNERSKIE RELACJE Z OTOCZENIEM, CZYLI PATRZENIE W TYM SAMYM KIERUNKU

Budowanie dobrych relacji z partnerami i organizacjami społecznymi korzystającymi ze wsparcia wolontariuszy to klucz do powodzenia programu wolontariatu pracowniczego. Ich podstawą powinny być: zaufanie, otwartość, współpraca, szacunek, elastyczność, dostępność i obustronne korzyści. Pomaga to w poznaniu rzeczywistych, różnorodnych potrzeb beneficjentów oraz tworzeniu odpowiadających na nie projektów wolontariackich. Tak konstruowane programy wzmacniają identyfikację wszystkich interesariuszy z inicjowanymi działaniami oraz głęboką wiarę w ich sens, istotność i powodzenie. Wzmacniają także więzi społeczne i ideę współpracy międzysektorowej, w której wszystkie strony uczestniczą na równych, demokratycznych warunkach, nie narzucając pozostałym swojej koncepcji i wizji partnerstwa.

#4

SPÓJNA I OTWARTA KOMUNIKACJA, CZYLI MÓWIENIE JEDNYM GŁOSEM

Dobrze zaprojektowana i przeprowadzona kampania komunikacyjna ma znaczący wpływ na zainteresowanie tematem wolontariatu i zaangażowanie pracowników w program, wymianę doświadczeń, wiedzy i inspiracji. Rolą komunikacji jest nie tylko rekrutacja wolontariuszy, ale przede wszystkim edukacja pracowników, obalanie stereotypów i uprzedzeń, pokazywanie różnorodnych możliwości i korzyści płynących z wolontariatu oraz informacja na temat projektowego zaplecza, jakie zapewnia organizacja. To także radość, świętowanie i wspólne celebrowanie sukcesów. Tak rodzi się identyfikacja z organizacją i programem, buduje społeczność uważnych, współodpowiedzialnych, mądrze pomagających pracowników-wolontariuszy.

#5

PODEJŚCIE SYSTEMOWE, CZYLI DŁUGOTERMINOWE INWESTOWANIE WE WSPÓLNE DOBRO

Wolontariat pracowniczony jest znaczącym elementem wpływającym na budowę kapitału społecznego, skuteczną metodą rozwijania jednostek, kultury organizacyjnej i więzi społecznych. Dlatego dojrzała organizacja podchodzi do wolontariatu pracowniczego w sposób strategiczny i systemowy, uwzględniając go w planach działań społecznej odpowiedzialności biznesu. Budowanie przestrzeni społecznej, w której rodzi się twórcza i innowacyjna energia, to inwestycja wymagająca konsekwencji i długoterminowej perspektywy – wbrew częstym oczekiwaniom szybkiego efektu i natychmiastowych korzyści, przekładających się bezpośrednio na cele biznesowe.

#6

EFEKTYWNOŚĆ, CZYLI MĄDRE I SKUTECZNE POMAGANIE

Dojrzała organizacja wprowadza i usprawnia wewnętrznych procesy zarządzania programem wolontariatu pracowniczego. Pomagają w tym: zdefiniowane cele i zasady programu, podział ról i klarowna struktura projektu, otwarta komunikacja i dostęp do informacji, system ewaluacji, narzędzia pomiaru efektywności oraz stabilne zaplecze finansowe programu. Należy jednak pamiętać, że równie ważne dla oceny powodzenia programu są wskaźniki jakościowe, w tym np. obserwowane zmiany w kulturze i atmosferze pracy, jakość komunikacji organizacji z otoczeniem, siła budowanych relacji wpływu społecznego czy poziom satysfakcji z prowadzonych działań deklarowany zarówno przez pracowników-wolontariuszy, jak i beneficjentów.

#7

PROMOCJA WOLONTARIATU PRACOWNICZEGO, CZYLI BUDOWANIE WIARYGODNOŚCI

Zaangażowana w wolontariat pracowniczony organizacja bierze na siebie odpowiedzialność za promowanie i rozwijanie postaw prospołecznych w swoim otoczeniu. W działania te powinna być zaangażowana cała organizacja, w tym zarząd, menedżerowie, liderzy i ambasadorzy wolontariatu we współpracy z liderami opinii oraz partnerami społecznymi. To swego rodzaju tożsamość społeczna, która pozwala na odróżnienie

otwartej na relacje i współdzielenie organizacji od innych w otoczeniu lokalnym i globalnym. Jako ekspert, ambasador i mentor organizacja dzieli się dobrymi praktykami, edukuje i zachęca do zaangażowania w programy wolontariatu pracowniczego, buduje społeczność pro-wolontariacką, stwarza okazje do wymiany wiedzy i doświadczeń. Kluczową zasadą powinna tu być transparentność. To ważne, by wolontariat uwiarygadniał i budował autentyczną reputację organizacji, zgodnej z przyjętymi wartościami, a nie był jedynie narzędziem do budowania medialnego wizerunku.

Opracowanie: Fundacja Instytut Wolontariatu Pracowniczego