

Показать пример

Вместе с развитием технологий и, как следствие, изменением подходов к экономике понятие социальной значимости бизнеса также расширилось: он стал стремиться не только к локальным изменениям в рамках компании или отрасли, а зачастую видит себя глобальным участником создания новых форм общественных благ.

ДМИТРИЙ БЫЧИН

ЛИЧНЫЙ ВКЛАД

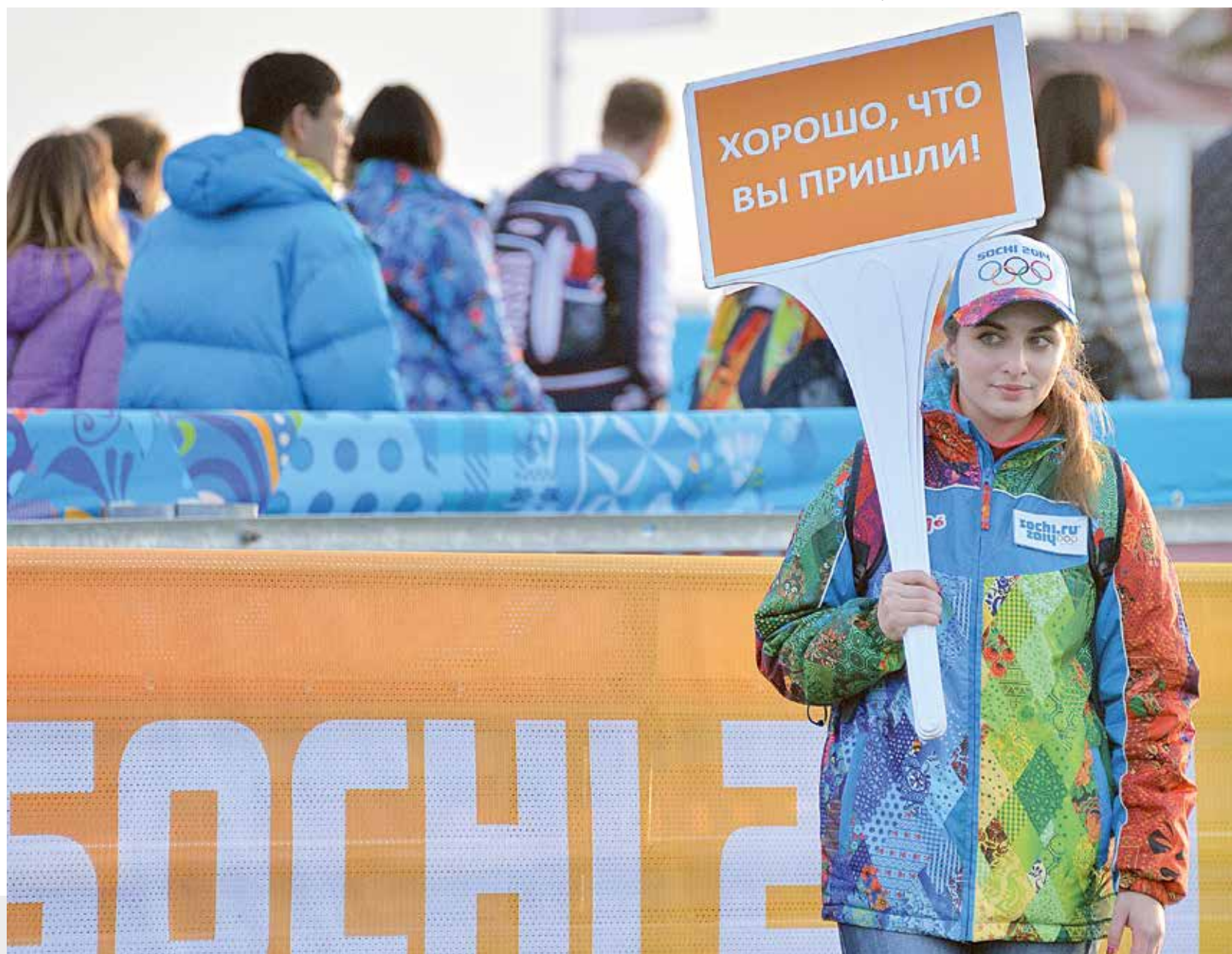
Партнер консалтинговой компании и социальный предприниматель Антон Степаненко рассказывает об интеллектуальном волонтерстве — практике социальной ответственности, которая немного особняком стоит среди других, поскольку в этой сфере инициатива чаще всего исходит не от компании, а от самих сотрудников.

«У человека формируется личный запрос на самореализацию, он ищет пути получения новых знаний, нового опыта вне привычных корпоративных рамок, и он идет помогать: благотворительным фондам, библиотекам, музеям, театрам. Есть масса возможностей. Кроме того, вовлеченность сотрудников в другую повестку, за пределами их

основной трудовой деятельности, однозначно повышает их мотивацию на выполнение как основных рабочих обязанностей, так и способствует их личностному и профессиональному росту», — поясняет он.

Интеллектуальное волонтерство означает, что сотрудники участвуют в социальных проектах, предложенных своей компанией, либо выбирают собственные, исходя из личных интересов и необходимых компетенций. «Pro bono (ради общественного блага. — Ред.) — это про развитие людей и про поиск нового смысла. Таким образом компания заботится о своих сотрудниках и открывает им возможности для роста и самореализации вовне. На мой взгляд, это серьезный шаг в сторону развития социальной ответственности», — считает господин Степаненко.

Предприниматель указывает на то, что в США и странах Европы интеллектуальное волонтерство уже давно получило свое развитие. В России в настоящее время это тренд. «Мировой тренд на социальную ответственность ясно проявился после того, как лидеры крупных корпораций публично объявили о том, что вектор их развития направлен на социальные изменения и инвестиции в сотрудников и сообщества, а не только на обслуживание целей акционеров. Здесь включается показатель „социальное воздействие“, который дает понимание, что вся деятельность компании, без исключения, должна производить какой-то социальный эффект, просчитываются индикаторы по всей бизнес-цепочке — от производства продукта до условий труда сотрудников», — уточняет он.



Олимпиада и чемпионат мира по футболу сыграли важную роль в популяризации волонтерского движения в России

Фото Александра Миридонова