



Министерство информации
и общественного развития
Республики Казахстан



НАЦИОНАЛЬНАЯ
ВОЛОНТЕРСКАЯ
СЕТЬ

ДОКЛАД

ИЗУЧЕНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ПРАКТИК РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Методологическая часть программы	5
Обоснование проблемы	5
Цель и задачи исследования.....	7
Объект и предмет исследования.....	8
Интерпретация основных понятий	8
Методическая часть исследования.....	9
Определение объема выборки/респонденты	9
Используемые методы сбора первичной социологической информации	9
Структура инструментария	9
Методика обработки информации.....	10
Методы анализа информации	10
Этапы проекта	11
Данные результатов исследования.....	12
Общие данные по итогам фокус-групп.....	12
Сводные данные фокус-группы с представителями неправительственных организаций	12
Сводные данные фокус-группы с представителями государственного сектора.....	18
Сводные данные фокус-группы с представителями корпоративного сектора.....	19
Анализ результатов и выводы по итогам фокус-групп	21
Рекомендации участников фокус-групп	23
Общие данные по итогам экспертного опроса.....	23
Сводные данные экспертного опроса.....	24
Анализ результатов и выводы по итогам экспертного опроса	28
Рекомендации экспертов по развитию корпоративного волонтерства.....	29
Общие данные по итогам интервью	29
Сводные данные интервью.....	30
Анализ результатов и выводы по итогам интервью	34
Рекомендации по итогам интервью	35
Общие данные по итогам социологического опроса.....	36
Сводные данные социологического опроса.....	36
Анализ анонимного опроса руководителей, курирующих корпоративное волонтерство	40
Анализ анонимного опроса представителей сектора НПО	42
Анализ результатов и выводы по итогам социологического опроса	44
Общие выводы по итогам исследования.....	47

Общие рекомендации для развития и внедрения корпоративного волонтерства по итогам исследования	51
Общие рекомендации по итогам Конференции грантового проекта «Исследование положительных практик корпоративного волонтерства и проведение конференции»	52
Приложение 1	54
Приложение 2	55
Приложение 3	56
Приложение 4	57
Приложение 5	58
Приложение 6	59
Приложение 7	60
Приложение 8	61
Приложение 9	62
Приложение 10	63
Приложение 11	64
Приложение 12	68
Приложение 13	76
Приложение 14	80
Приложение 15	84
Приложение 16	92
Приложение 17	96
Приложение 18	99
Приложение 19	101
Приложение 20	102
Приложение 21	105
Приложение 22	107

ВВЕДЕНИЕ

В рамках Года волонтера, объявленного в Республике Казахстан в 2020 году, были определены семь приоритетных направлений волонтерства: Asyl Mura, Sabaqtastyq, Saylyq, Bilim, Taza Alem, Umit и Qamqog. Кроме того, особое внимание уделялось серебряному и корпоративному волонтерству. С целью изучения корпоративного волонтерства был инициирован грантовый проект НАО «Центр поддержки гражданских инициатив» при поддержке Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан – «Исследование положительных практик корпоративного волонтерства и проведение конференции». Грантополучателем данного проекта выступила ОЮЛ «Национальная волонтерская сеть».

Цель проекта – развитие корпоративной волонтерской деятельности через изучение положительных практик корпоративного волонтерства и проведение конференции. В рамках проекта были исследованы практики корпоративного волонтерства в Казахстане, использован для сравнения опыт корпоративного волонтерства на международном уровне и предложены рекомендации по развитию корпоративного волонтерства в Республике Казахстан. К написанию проекта был привлечен экспертный состав ОЮЛ «Национальная волонтерская сеть» и приглашенные эксперты в сфере корпоративного волонтерства, эксперт в проведении социологических исследований, социологи и политологи.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ ПРОГРАММЫ

ОБОСНОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ

Волонтерство как социальный феномен в Казахстане набирает все бóльшую популярность и вес в обществе. Вслед за инициативными группами и волонтерскими организациями социальную ответственность осознают представители коммерческого сектора. Это дает толчок к развитию и укреплению корпоративного волонтерства в стране.

Корпоративное волонтерство как сформировавшийся институт достаточно молодой феномен: ему насчитывается чуть более 40 лет. Первопроходцами в этой сфере выступили компании США, что неудивительно, ведь корпоративность, предприимчивость и волонтерство – в генах у американцев. Именно пассионарный характер нации стал движущей силой такого явления, как корпоративная социальная ответственность. В то же время предпосылками ее появления послужили печально известные события – Великая депрессия, массовые протесты против войны во Вьетнаме, выступления за гражданские права, экономический кризис 1970-х. На протяжении XX века требования американцев и их ожидание ответных шагов от государства и бизнеса возрастали. Как результат, правительство и компании стали уделять бóльшее внимание острым социальным вопросам. Одним из инструментов решения общественных проблем было выбрано волонтерство. Так, в 1969 году в США появился Национальный центр волонтерской активности (National Center for Voluntary Action), который сыграл важную роль в формировании частного и корпоративного добровольчества в партнерстве с государством. Данная организация выступила прототипом для многих волонтерских центров, созданных впоследствии по всему миру. В числе первых компаний, всерьез занявшихся корпоративным добровольчеством: Bell Labs (1969), Citibank (1970), IBM (1971), Xerox (1972) и Levi Strauss (1968). В начале 1980-х известный производитель джинсовой одежды запустил волонтерские программы для сотрудников не только внутри страны, но и в своих офисах и на фабриках в других частях света¹.

Именно в условиях финансово-экономического кризиса корпоративное волонтерство приобретает особую актуальность: бизнес-структуры сокращают пожертвования на корпоративную социальную ответственность в прямом виде и используют теперь не собственные финансовые ресурсы, а физические ресурсы своего персонала. Получает широкое распространение идея объединения сотрудников для решения социальных вопросов, что, в свою очередь, является инструментом формирования корпоративной культуры и благоприятного климата внутри компаний².

Субъекты частного сектора становятся все более заметными в области добровольчества, так как приходит понимание, что добровольчество – ключевой компонент корпоративной социальной ответственности³.

¹ Корпоративное волонтерство в России. От практик – к стандартам: Руководство для менеджера / Авторский коллектив при поддержке Национального совета по корпоративному волонтерству. – Москва: Один за всех, 2018. – 105 с.

² Колбасенко О. Е. Корпоративное волонтерство – современный инструмент развития стратегии корпоративной социальной ответственности // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. Вып. 3 (62). 2016. С. 37–42. – <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnoe-volonterstvo-sovremennyy-instrument-razvitiya-strategii-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti/viewer>

³ Отчет о состоянии добровольчества в мире за 2018 год. Программа добровольцев Организации Объединенных Наций (ДООН), 2018.

На данный момент есть яркие примеры корпоративного волонтерства среди крупных мировых компаний. Однако полную картину состояния корпоративного волонтерства на сегодняшний день увидеть невозможно.

Статистика по некоторым странам выглядит следующим образом. По данным фонда «Общественное мнение», 24 % опрошенных в 2015 году работающих россиян ответили, что сотрудники их организаций занимаются добровольческой деятельностью⁴. В 2002 году был проведен опрос 47 крупнейших компаний ФРГ, среди которых 18 фирм (около 38 %) активно реализовывали программы корпоративного добровольчества⁵.

По данным исследования, проведенного некоммерческой организацией «Points of Light», в 1999 году в США 49 % коммерческих предприятий публично представляли свои корпоративные добровольческие проекты⁶. В 2015 году большинство ведущих американских компаний располагало штатом добровольцев, а около 90 % менеджеров верхнего звена поощряли желание своих подчиненных оказывать помощь местным сообществам. Поддержка «сверху» привела к тому, что со временем Северная Америка превратилась в общепризнанного лидера в области корпоративного волонтерства, который стремится транслировать свои опыт и идеи в другие регионы мира⁷.

Практика корпоративного добровольчества в Латинской Америке в основном сосредоточена в тех государствах, на территории которых действуют транснациональные корпорации из Европы и США. Например, в Бразилии на рубеже веков волонтерством занимались 10 национальных и 12 глобальных компаний. Движущей силой корпоративного волонтерства в Латинской Америке являются некоммерческие организации, которые привлекают бизнес к общественно полезной работе. Например, Fundacion El Cinco в Колумбии формирует волонтерские группы из представителей разных компаний для консультирования сельских предпринимателей. Pro Vono Foundation в Чили работает с адвокатами из более чем 30 компаний для обеспечения доступа социально уязвимых граждан к юридической помощи⁸.

Как показывают исследования и практический опыт многих стран, развитие волонтерства быстро приводит к тому, что данный сектор становится заметным компонентом социального и экономического развития. Во многих государствах проводится оценка вклада волонтерства в ВВП страны, фиксируются эффекты по снижению социальной напряженности, решению социальных проблем, положительные эффекты для волонтеров.

Для того чтобы была возможность оценить экономическое и социальное воздействие корпоративного волонтерства, оказалось необходимым сформулировать определение и некоторую теоретическую модель этого феномена. К сожалению, в отечественных публикациях подходы к определению и теоретической проработке корпоративного волонтерства сильно разнятся, а в публикациях, исходящих от самих компаний, данная работа и вовсе не представлена (либо представлена в очень фрагментарном виде)⁹.

⁴ Bogomolova E.V., Galitskaya E.G., Kot Yu.A., Petrenko E.S. Proactive society. Civil society actors. Moscow: Fond «Obshchestvennoe mnenie», 2015. – http://soc.fom.ru/uploads/files/PROactive_obshchestvo.pdf (Accessed: 2016-11-03) (In Russ.).

⁵ Kuznetsov A. V. Corporate volunteering in the EU countries // Mezhdunarodnye protsessy [International Trends]. 2015. Vol. 13. No. 43. P. 99–107 (In Russ.).

⁶ Peloza J., Hadson S., Hassey D. The marketing of employee volunteerism // Journal of Business Ethic. 2009. No. 4 (64). P. 357–379.

⁷ Корпоративное волонтерство в России. От практик – к стандартам.

⁸ Корпоративное волонтерство в России. От практик – к стандартам.

⁹ Корпоративное волонтерство в России: оценка состояния и рекомендации по развитию. 2016. – <https://bit.ly/3bL0MJd>

Данный отчет поможет нам понять, на каком этапе Казахстан находится в развитии корпоративного волонтерства и какие инструменты и шаги понадобятся для перехода на следующий качественный уровень развития этой важной составляющей корпоративной социальной ответственности компании.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью данного исследования является изучение положительных практик развития корпоративного волонтерства в Казахстане.

В связи с новизной исследования, на текущий момент в Казахстане не существует стандарта для формализации опыта и лучших практик в области корпоративного волонтерства, поэтому мы предлагаем формализовать опыт за счет исследования направлений, обозначенных в конкретных задачах.

Задачи исследования:

1. Определить сформированность и единообразие в понимании термина «корпоративное волонтерство», а также принципов и стандартов этого социального феномена.

2. Определить представленность корпоративного волонтерства в Казахстане.

Данная задача предполагает выявление того, какие компании вовлечены в корпоративное волонтерство, их количества, региональной представленности, истоков зарождения, а также видов и форм, трендов и тенденций развития корпоративного волонтерства.

3. Определить портрет компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство.

Данная задача предполагает выявление общего набора характеристик и свойств типичной казахстанской организации, вовлеченной в корпоративное волонтерство; обнаружение взаимосвязи между направлением бизнеса и корпоративным волонтерством; определение понимания компаниями собственных выгод от корпоративного волонтерства; выявление барьеров и сложностей корпоративного волонтерства в Казахстане.

4. Определить социально-демографический портрет корпоративного волонтера.

Данная задача предполагает определение общего набора демографических и социальных характеристик и свойств личности людей, вовлеченных в волонтерскую деятельность корпоративного типа. Таких как: возраст, пол, образование, должность, личный опыт, мотивация и прочее.

5. Выявить эффективные методы и инструменты привлечения персонала к корпоративному волонтерству (вовлечение, мотивация, стимулирование и поощрение).

6. Определить особенности взаимодействия компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство, с другими участниками волонтерской деятельности или причастными к ней:

- волонтерскими организациями (некоммерческими и неправительственными организациями);
- бенефициарами волонтерской поддержки;
- СМИ;
- другими компаниями, также вовлеченными в корпоративное волонтерство.

ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объекты исследования:

- 1) отделы HR, руководители и другие представители организаций с развитым корпоративным волонтерством;
- 2) эксперты в области международного волонтерства;
- 3) бенефициары корпоративного волонтерства (неправительственные организации, физические лица, получающие пользу от волонтерства);
- 4) исполнители корпоративного волонтерства: СМИ, корпоративные волонтеры;
- 5) государственные органы.

Предмет исследования: закономерности, перспективы и рекомендации в развитии корпоративного волонтерства в Казахстане.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ

Волонтерская деятельность – это широкий круг деятельности, включая традиционные формы взаимопомощи и самопомощи, фандрайзинг, официальное предоставление услуг и другие формы гражданского участия, которая осуществляется добровольно на благо широкой общественности без расчета на денежное вознаграждение.

Волонтеры – физические лица, осуществляющие добровольческую деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг (добровольческой деятельности).

Корпоративная волонтерская деятельность – привлечение на добровольной основе сотрудников к социальным мероприятиям, направленным на общественно полезную цель, которые организует как сама компания, так и сторонние неправительственные организации (НПО), государственно-частное партнерство (ГЧП), иные институты.

Корпоративное волонтерство – это добровольное участие сотрудников организаций в различных социальных программах при поддержке своей компании (самое распространенное обобщенное определение).

Pro bono волонтерство – это деятельность по оказанию профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям на безвозмездной основе.

Корпоративная социальная ответственность – это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду.

Социальное предпринимательство – предпринимательская деятельность, которая направлена на решение или смягчение социальных проблем на условиях самоокупаемости и устойчивости, находится на пересечении бизнеса и благотворительности.

МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ВЫБОРКИ/РЕСПОНДЕНТЫ

Предполагаемый объем выборочной совокупности был определен при составлении проекта: 754 человека. Из них 500 человек прошли онлайн-опрос, 200 человек участвовали в онлайн-фокус-группах, 34 человека прошли интервью и 20 специалистов участвовали в экспертном опросе. Территория проведения социологического исследования: все регионы Казахстана, где есть компании, вовлеченные в корпоративное волонтерство.

Для бóльшего охвата проведена рассылка по базе НПО при НАО «Центр поддержки гражданских инициатив» и представителей ОЮЛ «Национальная волонтерская сеть». К сотрудничеству привлечена НПП «Атамекен», а кроме того, к участию в исследовании приглашены организации, о практике корпоративного волонтерства которых известно по интернет-источникам.

ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ МЕТОДЫ СБОРА ПЕРВИЧНОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Методами сбора информации выступили:

1) онлайн-фокус-группы в приложении Zoom. Данный метод обеспечивает максимальную вовлеченность респондентов, способствует глубокому пониманию целевой аудитории, а также помогает собрать максимально широкий спектр мнений по интересующему вопросу;

2) экспертное онлайн-интервью с фиксацией ответов респондента. Данный метод дает возможность получить развернутую информацию и профессиональный взгляд на исследуемую проблему с учетом всех этических норм и требований для сохранения максимальной конфиденциальности;

3) проведение онлайн-опроса в Qualtrics.

Язык опроса: казахский и русский, в зависимости от предпочтений респондента.

СТРУКТУРА ИНСТРУМЕНТАРИЯ

Техникой сбора данных для онлайн-опроса является логически структурированный вопросник – анкета социологического исследования.

Социологическая анкета состоит из трех блоков:

1) вводный, содержащий обращение, информацию для респондента об исследовании и этическое соглашение;

2) основной, содержащий набор вопросов по изучаемой проблеме. Этот блок состоит из нескольких разделов, посвященных различным аспектам изучаемой проблемы или отдельным темам;

3) социально-демографический, содержащий набор вопросов о таких характеристиках респондента, как пол, возраст, образование, доход и т. п.

Техникой сбора данных для онлайн-интервью и фокус-групп являются ключевые информационные интервью с заинтересованными сторонами проекта, включая команду проекта. Вторичные источники данных триангулируют результаты интервью и включают в себя обзор международной (в особенности западной) литературы, а также другие документы, отчеты организаций о практиках корпоративного волонтерства.

В исследовании использован качественный подход, основанный на полуструктурированных интервью с ключевыми информаторами, дополненный диапазоном количественных данных из онлайн-опроса.

Примечания по безопасности

Для защиты конфиденциальности собеседника все аудиоматериалы будут сохранены и по необходимости предоставлены без имен, а участники не будут указаны по имени в отчете.

С каждой компанией-респондентом заключено соглашение о конфиденциальности.

Команда проекта пересмотрела инструменты сбора данных из-за ухудшения ситуации с COVID-19. Казахстан официально сообщил о 1341 зараженном человеке по состоянию на 16 апреля 2020 года; в стране введено чрезвычайное положение в связи с объявленной ВОЗ пандемией коронавирусной инфекции. По этой причине ранее запланированные обсуждения в фокус-группах и всесторонние очные интервью были заменены на онлайн-мероприятия.

МЕТОДИКА ОБРАБОТКИ ИНФОРМАЦИИ

Качественный и количественный анализ данных проводится в Microsoft Excel. После завершения первичного и вторичного анализа данных предусматривается разработка заключения и рекомендаций.

МЕТОДЫ АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИИ

Основными методами анализа первичной социологической информации являются:

- 1) одномерный анализ данных;
- 2) двумерный анализ данных;
- 3) корреляционный анализ.

Период исследования: март – ноябрь 2020 года.

ЭТАПЫ ПРОЕКТА

Исследование состоит из нескольких этапов.

1. Подготовительный и организационный этапы:

- обзор международного опыта;
- встреча с заказчиком и партнерами;
- разработка и согласование документа «Карта интересов»;
- разработка и согласование программы и инструментария исследования (вопросника);
- проведение пилотажного интервью/фокус-группы;
- обработка и анализ данных пилотажного опроса;
- корректировка опросника по результатам пилотажного исследования (в случае необходимости);
- перевод анкеты в онлайн-версию;
- размещение анкеты на онлайн-сервисе.

2. Полевой этап исследовательского проекта:

- онлайн-заполнение респондентами анкеты;
- онлайн-интервьюирование экспертов;
- онлайн-проведение фокус-групп.

3. Обработка полученной информации.

Обработка полученных данных (Excel) с помощью социологической программы SPSS, получение одномерных таблиц и корреляции – статистической взаимосвязи признаков.

4. Общий анализ результатов.

Подготовка аналитического отчета, включая разделы:

- 1) Сформированность и единообразие в понимании термина и социального феномена корпоративное волонтерство.
- 2) Представленность корпоративного волонтерства в Казахстане.
- 3) Портрет компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство. Типичные общие характеристики.
- 4) Социально-демографический портрет корпоративного волонтера.
- 5) Эффективные методы и инструменты привлечения персонала к корпоративному волонтерству.
- 6) Особенности взаимодействия компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство, с другими участниками волонтерской деятельности или причастными к ней организациями.
- 7) Рекомендации по развитию корпоративного волонтерства в Казахстане.

ДАнные РЕЗУльТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первичный анализ данных проводился отдельно по результатам фокус-групп, интервью с руководителями проектов корпоративного волонтерства и топ-менеджментом компаний, экспертному опросу и анкетированию. Далее на основании полученных внутри групп результатов, был сделан общий свод и выделены общие выводы и рекомендации по развитию корпоративного волонтерства в Казахстане.

ОБЩИЕ ДАННЫЕ ПО ИТОГАМ ФОКУС-ГРУПП

В течение трех месяцев (август – ноябрь 2020 года) было проведено 26 фокус-групп с 200 респондентами. Фокус-группы, в связи с эпидемиологической ситуацией в стране, проводились на платформе ZOOM.

Гайд фокус-группы был подготовлен рабочей группой и согласован с заказчиком (приложения 1–3 – гайд фокус-групп на русском языке, приложения 4–6 – гайд фокус-групп на казахском языке).

Метод фокус-группы представляет собой групповую дискуссию, в ходе которой выясняется отношение участников к тому или иному виду деятельности или продукту этой деятельности. Например, в рамках данного исследования участники фокус-групп, а именно – бенефициары проекта обсуждали и оценивали весь процесс реализации проекта: информационную работу, этапы участия и проблемы, которые возникали в ходе осуществления подпроектов. Ценность получаемой таким образом информации состоит в том, что участники дискуссии не ограничиваются вариантами ответов, как это происходит при заполнении анкет массового опроса, а имеют возможность высказать свою точку зрения (мнение), отличную от мнения других или не предусмотренную исследователем в качестве варианта ответа, то есть становятся более свободными и раскованными в выражении собственного мнения. Ответы участников групповых дискуссий развернуты и полны, что требуется для качественного метода исследования.

Процесс проведения фокус-групп сопровождался записью на аудио- и видеоносители. По итогам исследовательских работ все аудио- и видеозаписи будут предоставлены заказчику на электронном носителе.

В период с октября по ноябрь рабочей группой были подготовлены расшифровки/транскрипты фокус-групп.

Сводные данные фокус-группы с представителями неправительственных организаций

Фокус-группы с представителями сектора НПО задействовали максимальное количество человек и показали наибольшую активность по сравнению с остальными группами (государственный и бизнес-сектор). Участники фокус-групп были заинтересованы в успешных результатах исследования и показывали свой открытый интерес.

Объективных критериев, по которым представители сектора НПО выбирают компании для сотрудничества и наоборот, чаще всего не существует. Здесь, как показывает опыт, больше играют роль человеческие факторы, такие как:

- желание и цели организации;
- доверие;
- личное знакомство;
- репутация.

Участники впервые задумывались над этим вопросом и не могли сформулировать четкий ответ.

«...но, со своей стороны, могу сказать, что выбором компании является как раз таки доверие и определенный авторитет, через который можно выделять, допустим, спонсорские средства, ну и в дальнейшем сотрудничать¹⁰».

Некоторые респонденты, впрочем, отметили успешную систему работы корпоративного волонтерства.

«...система, в принципе работы, она замыкается вот на трех составляющих: это государство, частный сектор и бизнес. То есть они все идут по кругу и все друг другу помогают, взаимодействуют. Государство работает с НПО, выдавая им гранты, бизнес может, например, как с организацией работать, так и с государством, получая от них тоже субсидии и т. д. и т. п. Поэтому вообще по-разному. Это также зависит от проекта».

Однако участники отметили и трудности, с которыми они сталкивались на протяжении работы с корпоративным сектором. Мы составили следующий список:

- отсутствие поддержки в корпоративном секторе;
- отсутствие собственного штата волонтеров;
- бюрократия;
- соперничество;
- разрозненность.

Многие участники указали на недостаток штата как в секторе неправительственных организаций, так и в корпоративном.

«В принципе, таких больших каких-то трудностей не наблюдается, кроме того, что у НПО нет своего штата особо волонтеров. Если это, конечно, не конкретно направленная волонтерская организация. Например, если у меня центр поддержки волонтеров, то я знаю, что у меня есть база волонтеров, у меня есть мои волонтеры в количестве четырехсот человек, которые мне помогают. То есть у меня, например, нет такой проблемы, что негде найти людей, чтобы они вышли на то или иное мероприятие и реализовали проект. У некоторых нет своего штата, и они начинают просить у других организаций, в том числе и у КГУ. Я считаю, только в этом есть проблема: тяжело собрать людей»

¹⁰ Формулировки и стилистика ответов сохранена.

Некоторые участники полагали, что в Казахстане просто нет корпоративного волонтерства.

«...можно я субъективное мнение свое выражу тоже? Мне кажется, корпоративного волонтерства у нас в Казахстане в принципе, вот именно чтобы сотрудники, организации целенаправленно что-то делали, практически нет».

Отсутствие ресурсов, как материальных, так и моральных, также способствовало формированию мнения о корпоративном волонтерстве.

«...если сотрудники работают, у них недостаточное количество времени каждый день, чтобы заниматься корпоративным волонтерством, ходить на мероприятия. Есть те руководители, которые поддерживают и сами пинками выталкивают: идите, идите чистите снег у бабушки, идите собирайте там, и т. д., и т. п. Также от организации зависит, но тем не менее как такового огромного, большого времени нет».

Многие отмечали отсутствие поддержки со стороны руководства, отсутствие штата как такового в НПО и в акиматах.

«...Вот такие проблемы: это время; это иногда непонимающие руководители, которые не поддерживают; это небольшой доступ НПО к каким-то организациям, то есть все равно НПО НЕКОТОРЫЕ ОБРАЩАЮТСЯ В АКИМАТ, чтобы те помогли, там, написали письмо и собрали людей, то есть такая практика тоже есть. И четвертая трудность, это то, что нет своего штата, который будет готов в любое время выйти».

«Так, касательно трудностей, трудность единственная: это когда ты не знаешь конкретно человека. Например, ты можешь письмо отправить в компанию любую, которая тебе нравится, ну, ты знаешь, доверяешь ей, знаешь, что стоит с ней сотрудничать. Если нет человека, который конкретно в компании будет заниматься твоим письмом, оно там может затеряться или проигнорироваться. А когда есть наши выпускники, представители, – вот, еще раз говорю, человеческий фактор, – они двигают это письмо, они заинтересованы в том, что мы и та именно компания сотрудничали эффективно на добровольческой основе. Мы же не являемся сотрудниками той компании, мы представители НПО-сектора, а там когда есть наши, свой выпускник, то он помогает быстрому решению этого вопроса, по времени даже это может решиться быстро»

В качестве одной из проблем корпоративного волонтерства были отмечены возрастные особенности привлекаемых к работе людей. А основной причиной отсутствия развития данного направления неоднократно в ходе проведения фокус-групп называлось принудительное волонтерство.

«У меня проблема с корпоративниками именно в том, что в основном на наши мероприятия идут волонтерить молодые люди, ну то есть школьники, студенты и кому до 30 лет. А хотелось бы привлечь и постаршие людей. Если смотреть на мировые, большие марафоны и большие олимпиады и так далее, в основном у них взрослые люди волонтерят. А у нас, ну, у меня был опыт, не хочу говорить сейчас с какой компанией... Пригласили людей, ну как пригласили – я пригласила, позвала, директор согласился. В итоге они заставили своих работников и привели таких взрослых, прямо агашек, татешек, но в итоге волонтерская работа прошла просто отвратительно. Получается, опять же информирования нет, людей просто заставляют, и тут уже суть волонтерства теряется, к сожалению»

«...Волонтерство среди молодежи или там взрослых людей разделилось на два – это казахоязычные волонтеры и русскоязычные волонтеры. И каждый мнит себя таким волонтерищем, и в принципе друг к другу на помощь не идут. Разрозненность среди волонтерских групп города меня немножко волнует».

Звучали и положительные оценки работы корпоративного сектора при отсутствии проблем или трудностей как таковых.

«...в общем, все замечательно прошло. У нас трудностей не было. Но больше, к сожалению, у нас как-то не приходилось с ними пересекаться».

«Смотрите, по поводу сложностей именно в сотрудничестве – такого, честно, я не припомню. Потому что, ну, достаточно быстро были, скажем так, пожаты руки, заключены договоры. Да, то есть, очень хорошо и быстро мы договорились, очень хорошо и быстро оказались на одной волне».

На вопрос: «Имеет ли программа, реализованная усилиями корпоративных волонтеров, какие-то побочные (неожиданные) эффекты, позитивные или негативные?» – были получены исключительно положительные отзывы.

«...Конечно, это, во-первых, помощь, в каком бы это проекте ни было, это волонтерство и помощь. Командообразование, как вы уже говорили. Ну и вообще, для меня волонтерство – это площадка для самореализации. Какая-то организация или человек из какой-либо организации, он может себя реализовать, или какие-то свои мечты, либо давние проекты в качестве волонтера, через волонтерскую деятельность».

«...Мне кажется, положительные эффекты – это, когда ты сотрудничаешь, и налаживаются такие хорошие дружеские связи, прочные, которые в будущем помогут тебе в каких-то других делах тоже. Ну и в любом случае, такой, назовем его, “движняк” между студентами и там другими студентами – это же расширяет круг общения, можно делать какие-то коллаборации, которые большие размерами, то есть выходить на какой-то новый уровень. На уровень города, если там дальше – на уровень республики, на международный уровень, к примеру».

«...дух очень укрепляет, вот, добровольческое корпоративное волонтерство дух очень укрепляет. Потому что мы тоже, вот, – у нас чат есть, мы постоянно собираем по клубам: у нас есть бизнес-клуб, инвестментс-клуб, фэмили-клуб и так далее. Ну вот, когда был именно карантин, живых встреч не стало и был только чат, и тут я не скрою, у всех был этап деградации, когда люди просто в самоизоляции начали, ну, там, не знаю... и мне, как модератору чата, это контролировать было нелегко. И вот, когда мы сплотились на фоне того, что мы сейчас должны подключить все свои ресурсы и помочь людям, вопрос жизни и смерти стоит, резко внимание у всех переключилось, и вот дух прям очень укрепляет, именно добровольческие инициативы – это вообще круто. Когда особенно это стилем жизни становится».

«...ну вообще, если отталкиваться от природы человеческой, да, то волонтерство, оно за собой влечет собственное чувство принадлежности к чему-то важному... помимо того, что у тебя становится чуть меньше времени на безделье и какие-то свои вещи. Если у тебя есть миссия, цель, желание, то однозначно ты больше приобретешь, чем потеряешь. Это я, наверное, как волонтер говорю».

«...я, честно говоря, никаких негативных аспектов не вижу в корпоративном волонтерстве.»

Один из вариантов того, как можно мотивировать волонтеров к участию в корпоративном волонтерстве:

«...Разные категории... Есть категория выпускников, которые уже довольно сытые по пирамиде Маслоу: у них и должность есть, и капитал есть, и признание есть, и семья есть, и они уже понимают, что они сыты и хотят делиться, давать в виде ресурсов: это время, энергия, деньги. Деньги – это понятно, какую-то материальную помощь оказывают, энергия и время – это он своими знаниями готов делиться, менторить, наставничать. Есть другая категория: даже если они не настолько сыты по пирамиде Маслоу, просто сами по себе, у них, как у мать Терезы, такой подход к жизни – всегда помочь ближнему. Вот это мотивирует их. Есть, конечно, категория, которая конкретно любит, даже если у них в разрез время, но они любят признание общественное, и это их двигает, им нравится, что их отмечают, их труды. Мы еще обязательно awards делаем в конце года, награждаем тех, кто волонтерит. И они уже знают, и вот ради признания, их движет признание... Мы даем статуэтки, как на Оскаре там. Даем, там, «мисс филантроп», всякие разные номинации... Казалось бы, пять тысяч статуэтка стоит там, зато это двигает людей, и они ради этой статуэтки, которая торжественно вручается... Хоть он даже по пятьсот тенге сдавал, зато регулярно, – мы помним об этом. Вот это три фактора, которые я увидела среди нашего сообщества».

Уровень развития корпоративного волонтерства в Казахстане был оценен как средний, так как участники посчитали, что волонтерство однозначно прочно вошло в жизни корпоративного сектора, но еще далеко от желаемого уровня, какие бы усилия ни были приложены.

«...а вообще все-таки лучше стало волонтерство у нас, раньше вообще же такой не было культуры. В наши времена, когда мы учились, особо не было такого. Сейчас уже это радует, много организаций, даже вот по серебряному волонтерству у нас достаточно организаций, оказывается, которые пожилых волонтеров вовлекают в волонтерскую деятельность. Знаете, как это их мотивирует, второе дыхание открывает у них...»

«...ну, уровень у нас на самом деле низкий, как бы мы ни старались, как бы мы ни дергали наши организации и НПО, все равно уровень низкий. Волонтерских организаций в нашей области зарегистрировано конкретно всего две, это моя которая, вот мы недавно открылись, а первая, она открылась давно, но по факту она вообще никак и никогда не работала. Вот, ну, НПО, ну, их немного... Немного, так, громко сказано, – их на пальцах одной руки пересчитать, например, да. Во всех областях по-разному обстоят дела, но я сужу о том, о чем я могу судить. То есть у нас их мало, бывает где-то там строчка прописана в уставе о занятии волонтерской деятельностью, но тем не менее, как, ну, как уже практика показывает, не все, что написано в уставе, мы отработываем, и по нему работаем. Написать можно что угодно и много чего, но по факту, может быть, даже мы до этого не дойдем, вот. Поэтому, конечно, уровень развития корпоративного волонтерства в КГУ да на госслужбе, не сказать, что он выше, – просто там иногда, зачастую, это принуждается, ну добровольно-принудительно то есть нужно, и все то есть люди особо не спорят».

Снова были озвучены мысли о том, что в Казахстане нет корпоративного волонтерства.

«На самом деле у нас нет корпоративного волонтерства как такового. Есть социальная ответственность бизнеса, и в рамках своей ответственности бизнес что-то делает. Такого явления в широком плане на самом деле нет. Может, есть, но это компании международные какие-то, которые крупные. Но они это делают, то есть, в рамках ответственности бизнеса, то есть корпоративное волонтерство, чтобы прямо оно на полноценной основе, на постоянной – ну это пока еще такая тема у нас, которую надо вызывать, потому что опять-таки без преференций для бизнесменов этим заниматься никто не будет».

«Мне кажется, корпоративного волонтерства у нас в Казахстане в принципе, вот именно чтобы сотрудники, организации целенаправленно что-то делали, практически нет. Если у нас организации оказывают какую-то помощь, то в основном это благотворительная помощь. Финансы там, продукты, а вот чтобы именно организовать сотрудников, честно говоря, я такого еще не видела у нас. Окей, не по Казахстану, да, а за свой регион только... Есть отдельные компании, там лидеры стремятся, но, опять же, их сотрудники напрямую мало чем задействованы, – они больше все-таки благотворительную часть оказывают. Я знаю, фонд с ними сотрудничает – здесь да, напрямую у нас волонтеры, именно волонтерских организаций, именно работу делают. То есть вот люди любого другого сектора, сотрудники именно, они практически не задействованы».

Однако не все участники настроены негативно, часть людей надеется на позитивное развитие сценария.

«Если действительно начать с самых низов, если действительно взяться за конкретное обучение или правильное понятие давать корпоративному волонтерству, то развитие, конечно, будет. А иначе результатов, я думаю, мы вряд ли добьемся. Усиленное обращение внимания, обучение – и все пойдет, и все будет хорошо».

Одной из главных причин низкого уровня развития корпоративного волонтерства респонденты посчитали отсутствие информационного поля: информация просто не доходит до людей. Соответственно, формируется низкий уровень доверия данным проектам и программам. Участники групповых дискуссий отмечали сомнения и опасения в проектах, в которых предполагается финансовая/материальная помощь/поддержка для людей.

О том, какую выгоду получают волонтеры от корпоративного волонтерства, говорилось неоднократно: мотивация личностного роста, горизонтальное социальное развитие и, соответственно, карьерный и профессиональный рост.

«...Первое – это мотивация личностного роста. То есть в любом случае это нужно сначала куснуть, а вот это первое, да, выгода. А соответственно, вот эта мотивация личностного роста, возможно, дальше – продвижение по карьерной лестнице и так далее. И второй момент – это может быть разработанная, опять же при обучении это можно все давать, разработанная внутри предприятия, какие-то поощрительные моменты для самих волонтеров этого предприятия».

«...перспектива получить хорошее рабочее место как минимум либо рекомендация от руководства предприятия, там, бизнес-структуры какой-то. То есть если это выпускник вуза, какая-то дипломная работа на базе этого предприятия. Ну, то есть преференции в плане учебы и в плане трудоустройства – это основные вещи, которые могли бы стимулировать волонтеров. А если это сотрудники предприятия, то дополнительные

отпуска, премии, ну, там не знаю, чтобы была мотивация участвовать. Потому что надо донести до предприятий, что волонтерская работа в команде, с кем ты работаешь, она дополнительно еще и плюс ко всему является цементирующей вещью для развития неформальных связей внутри коллектива, то есть коллектив более сплоченным становится, ну, это очевидно же. Просто у нас предприятия об этом зачастую не думают, а в крупных предприятия, я вам говорю, у них поставлена молодежная работа очень даже хорошо».

«...помимо личностного, ну по-человечески, что он будет счастлив, мне кажется, тут уже ответ на этот вопрос будет зависеть от условий корпоративного волонтерства внутри каждой организации».

Сводные данные фокус-группы с представителями государственного сектора

Активность представителей государственного сектора в фокус-группах была отмечена как низкая по сравнению с представителями НПО. Участники не проявляли особого желания высказывать свои мысли и давать развернутые ответы на поставленные вопросы. В связи с этим можно говорить о низкой вовлеченности данной категории в проблемы сферы корпоративного волонтерства.

Касательно отличия благотворительности и волонтерства, многие участники отметили, что знакомы с отличиями, однако не всегда могли указать их детально, и чаще всего им необходимы были четкие дефиниции корпоративного волонтерства.

«Я бы не сказала, да, что это больше благотворительность, а вот тут сотрудники занимаются корпоративным волонтерством. То есть у нас есть мероприятия, мы их всегда приглашаем».

Участники отмечали, что государственные служащие в целом заинтересованы в благотворительности, что поощряется руководством в отличие от корпоративного волонтерства, суть которого они не совсем понимали.

«Широко используется благотворительность, на еженедельной основе. Участвуют как МРЦ, так и отдельные волонтеры, заинтересованные в помощи населению, так и волонтерские организации. Вот если волонтерские организации – они уже сотрудничают с предприятиями, и есть взаимодействие в рамках корпоративного волонтерства. Пересекается».

«...благотворительность и корпоративное волонтерство – это были разные вещи, потому что, ну, скажем так, – молодежь хотела корпоративное волонтерство, а благотворительность чуть ли не в каждом учреждении... Ну, благотворительностью занимаются все, а корпоративность только среди молодежи преобладала, и все. Вот мой ответ».

Представители государственного сектора отметили наличие взаимодействия как с бизнес-сектором, так и с неправительственным. Однако характеристики данному взаимодействию дано не было.

«...Я к тому, что с бизнес-сектором у нас были взаимодействия частенько вот именно по субботникам, ну, по таким мероприятиям. А как происходило взаимодействие – мы, да, мы к ним официально с письмом выходили, с официальным письмом».

«...Мы, конечно, как фронт-офис, взаимодействуем с НПО и привлекаем спонсоров для проведения каких-либо акций, мероприятий. Это и есть рассылка в инстаграм, порой и официальные письма, и рассылка по ватсап, сейчас очень актуальна. Проводится большая работа с распространением видео всем организациям, руководителям волонтерских организаций – напрямую отсылают своим волонтерам. Радует, что люди отзываются и готовы сотрудничать. НПО выиграли многие гранты, в рамках которых совместная работа у нас ведется».

Что касается сложностей в работе, то было отмечено влияние пандемии и отсутствие контактов, отсутствие поддержки со стороны предпринимателей, отсутствие временных ресурсов.

«...По поводу сложностей, скорее всего, ну в этом году, мне кажется, многие уже волонтерские организации столкнулись с нынешней ситуацией, да, в связи с последними событиями. В принципе, у нас корпоративное волонтерство в последнее время хорошо развивается».

«Основная проблема у нас с предпринимателями, вообще с корпоративным волонтерством, это наладить контакт. Во-первых, в частности, бывает, что не все предприниматели поддерживают волонтерскую деятельность, потому что они не считают это нужным. В принципе вопрос времени, и вообще встретиться с предпринимателями тяжело, с руководителями-предпринимателями. В частности, мы выходим через письма, но это должны долго ждать. Если нужны какие-то конкретные по срокам акции, хотели бы сотрудничать, – просто у нас идет ожидание, очень большое ожидание по времени. А в принципе, ну вот, нету предпринимателей – так сказать нельзя, потому что много и хорошо помогают, как и городу, так и районским».

Сводные данные фокус-группы с представителями корпоративного сектора

Руководители корпоративных проектов были отмечены как довольно активные участники фокус-групп. Были предложены новые идеи, полезные рекомендации для усиления потенциала корпоративного волонтерства, и в целом было получены инсайты и было заметно полное погружение в тему корпоративного волонтерства.

Так, были описаны обязанности руководителей проектов:

«Могу предлагать и предлагаю какие-то проекты нашим молодым специалистам, потому что их деятельность курирую. А какие-то проекты предлагает руководство, а моя задача – их как-то трансформировать, чтобы они были удобны для исполнения, реализуемы в рамках тех ресурсов, которые у нас имеются».

Указаны пути распространения информации о наличии проектов – СМИ, социальные сети, сарафанное радио, государственные органы:

«О проектах узнаем через соцсети, на сайтах казахстанских».

«Мы можем из разных источников получать информацию о том, кому нужна помощь в данный момент: где-то акиматы нам собирают списки, где-то это просто люди, чьи-то знакомые, кто-то о какой-то беде узнал и сообщил».

«...акиматы дают нам списки, мы по этим спискам сами прорабатываем. Бывает, это рюкзаки, бывает, какие-то школьные наборы, согласно запросу. Также есть у нас и акции, связанные с посадками деревьев, озеленением города, и плюс помощь пенсионерам – это наши одинокие пенсионеры и плюс это пенсионеры внешние, которые живут в наших регионах. То, что касается внешних, – бывает, иногда люди сами (ну, родственники) обращаются, бывает, через соцсети, в инстаграм-дайрект пишут, а бывает, к нам обращается акимат. Бывает, мы сами инициативу проявляем и сами запрашиваем списки. Вот что хотела сказать про наше корпоративное волонтерство, пять проектов, которые ежегодно у нас уже как традиция идут, и повторяются, и все больше и больше оно у нас улучшается».

Участниками были также озвучены критерии вовлечения корпоративных волонтеров:

«...А так вот смотрим на ресурсы, которыми мы располагаем. В первую очередь, чтобы хватило людей на тот или иной проект, потому что у нас работает не так много людей. Плюс это еще оперативный персонал, который ходит сменно, и мы его не всегда можем вовлекать. То есть много таких тонкостей. Или чтобы покрыть какие-то затраты, которые связаны с тем или иным проектом. Либо вот в этом году у нас набирают активность проекты финансовой поддержки, которую оказывают наши сотрудники».

Было замечено некоторое недоверие к представителям сектора НПО со стороны корпоративного, а также озвучена проблема с документами при работе с НПО:

«Мы с ними пару раз сотрудничали, но, к сожалению, все эти НПО, они в любом случае работают на свой кошелек. Они в любом случае имеют с этого какую-то определенную выгоду, ну, то есть у них есть свой интерес».

«Это больше не волонтерская, а спонсорская благотворительная помощь была».

Участниками были перечислены факторы, которые могут повлиять на развитие корпоративного волонтерства в целом: это и поддержка руководства, и сплоченность коллектива, и активность коллектива, а также польза, которую сотрудники получили от волонтерства: общение, лояльность сотрудников, вовлеченность, осознание своей причастности к чему-то большому.

«...мы лучшие стали коммуницировать с людьми, лучше взаимодействовать, узнали людей из других каких-то подразделений, вот, допустим, объединили нас какие-то проекты. Проявление каких-то лидерских качеств и развитие вообще, в принципе людей и каких-то компетенций. Ну, то есть я вот не знаю, это можно просто говорить в принципе, что мы видим».

«Именно лояльность сотрудников, они сами проявляли инициативу для участия. Мне кажется, это важнее чем количество каких-то публикаций и прочее».

«Вовлеченность сотрудников – это то единственное, что мы можем ну не измерить, но заметить точно. Ну и, может быть, подключение других энтузиастов, это

тоже заметно: когда люди приходят, спрашивают и помогают. Грубо говоря, мы своим личным примером показываем, как оно может быть, люди откликаются, и становится корпоративное волонтерство чуть больше, чем было».

«Думаю, самое главное – это то, что приходят люди, у которых есть желание внести какие-нибудь изменения или чем-то помочь. И знаете, для таких людей важна не работа именно, что в отчетность нужно вводить. А именно важно то, что есть люди, которые видят какие-то конкретные проблемы и будут их решать. Я заметил в последнее время самая такая, как сказать, полезная работа – либо по улучшению жизни в обществе, либо по борьбе против каких-либо вещей».

«Ценность именно в сознании, что ты можешь принести пользу, помочь людям, личное удовлетворение от этого и вот сам процесс, когда за тобой идут люди и вместе можно сделать больше, вот».

Одна из важнейших ценностей была названа корпоративным волонтером – тем сотрудником, который так или иначе вовлечен в корпоративное волонтерство:

«Я думаю, что одна из ценностей волонтерства – это цепная реакция. Когда начинает заниматься волонтерством кто-то рядом, кого ты очень хорошо знаешь, это как вирус какой-то, в хорошем понимании. И вот это, наверное, здорово. Особенно когда люди запускают какие-то челленджи, когда передают эстафеты, и вроде бы кто-то, может, и принимает эту эстафету только потому, что надо ответить, но мне все-таки кажется, вот, когда я вижу, что люди принимают эстафету и потом дают ответное слово, что это все-таки искренне. Поэтому, мне кажется, вот в этой цепной реакции тоже ценность есть, большая».

Анализ результатов и выводы по итогам фокус-групп

По результатам анализа фокус-групп сформированное понимание корпоративного волонтерства было отмечено среди представителей НПО, чуть меньше – среди представителей бизнес-сектора, практически отсутствовало – среди представителей госсектора. Респонденты путаются в определении корпоративного волонтерства и благотворительности, что говорит о необходимости проведения информационных работ для формирования правильного и единого понимания термина «корпоративное волонтерство» и особенностей этого явления. Можно использовать сопоставление этих двух явлений для достижения понимания как дефиниции, так и разницы между терминами.

Тот факт, что наблюдались прецеденты интерпретирования благотворительности как корпоративного волонтерства, особенно в рамках Года волонтера, можно говорить о стремлении организаций быть в тренде.

Корпоративное волонтерство, как было выявлено, вводится в организациях, если руководство внедряет эту практику со своей стороны и поддерживает инициативы работников в этом направлении, вплоть до включения корпоративного волонтерства в корпоративную культуру. Отдельно заметим, что такая организация, вопреки стереотипу, обязательно должна быть большого масштаба или иметь международное руководство. Но от масштаба организации и ее задач по развитию корпоративного волонтерства в дочерних предприятиях или филиалах зависит представленность в регионах по стране. Есть общий тренд для корпоративного сектора: развитие корпоративного волонтерства внутри компании и доведение его до должного уровня и развитие корпоративного волонтерства в стране, для обмена опытом с коллегами.

Схожие направления корпоративного волонтерства среди организаций это социальное, экологическое и ЧС-волонтерство. Направление деятельности определяется либо руководителем организации, либо руководителями проектов по корпоративному волонтерству, но инициативные проекты, как правило, поддерживаются.

Есть интерес в налаживании взаимосвязи с государственным сектором, однако не у всех организаций получается выстроить такое партнерство в привычном для бизнес-сектора способе: совместная работа согласно заблаговременно построенному календарному плану с описанием деятельности и работы ответственных сторон.

Бизнес-сектор находит сложным выбор направления корпоративного волонтерства. В идеале бизнес-сектор мог бы исходить из особенностей социальных проблем в регионе или ориентироваться на общие задачи для полноценного вклада в общество, а не для волонтерства ради волонтерства. Компании полагают, что было бы целесообразно сопоставить возможности организации и региональные нужды, продвигать местную активную волонтерскую деятельность, которая была бы одновременно полезной для организации, включая сотрудников, и локального общества.

В этом вопросе необходимо развитие отношений государство – бизнес – НПО. Однако замечено, что бизнес-сектор довольно требователен к представителям НПО и не всегда открыт к сотрудничеству, так как не полностью понимает полезность НПО и взаимодействия с ними. Как результат: отсутствие (а) финансовых средств, (б) понимания специфики НПО не позволяют развить корпоративное волонтерство с этими организациями.

В целом крупные международные организации обладают стандартным набором характеристик, необходимых для успешного развития корпоративного волонтерства в перспективе, в частности: достаточно большой численностью штата, вовлеченностью PR/HR-экспертов, образованностью сотрудников. Однако не все организации закладывают финансовые средства для проведения тренингов, мероприятий или поощрения корпоративных волонтеров как мотивационного инструмента.

Понимание выгод от корпоративного волонтерства было отмечено в каждой испытуемой группе: улучшение имиджа, построение горизонтальных коммуникаций, развитие культуры среди сотрудников и привлекательность для потенциальных работников. Отдельной, личной выгодой для самих корпоративных волонтеров воспринимается способность оказать помощь своим согражданам и внести вклад в развитие общества как его единица, а не только как сотрудник – в обороты компании.

Общие барьеры, выявленные в ходе фокус-групп, это вопрос выделения времени для волонтерства (совмещение рабочих и личных часов); определение инструментов привлечения сотрудников к волонтерской деятельности; внедрение мотивации для поддержки существующих корпоративных волонтеров и привлечения к такой деятельности новых людей из числа сотрудников компании. Отмечается, что и рядовые сотрудники, и руководители проектов по корпоративному волонтерству заинтересованы в проведении обучающих мероприятий.

Корпоративным волонтерам, как и любым другим, необходима мотивация для действия, поддержка во время выполнения работы и поощрение по итогам. Примечательно, что руководство организаций, как правило, понимает необходимость этого и либо разрабатывает методы стимулирования, либо открыто новым практикам, которые способствовали бы комфортной атмосфере для корпоративных волонтеров. Такие акции, как рассылка по корпоративной почте, информационные ролики и баннеры на корпоративных сайтах, являются достаточно привлекательными для сотрудников. К сожалению, определить максимально эффективные методы мотивации не получилось. В практике преобладают такие способы, как проведение мероприятий для корпоративных волонтеров в виде поощрения, определение лучших волонтеров организации, выдача грамот и благодарственных писем.

Рекомендации участников фокус-групп

Представители сектора НПО выделили следующие шаги к развитию корпоративного волонтерства:

- наличие поддержки/мотивации как от работодателей, так и от государства;
- акцент на региональное развитие;
- создание благотворительных фондов в каждом регионе;
- налоговые льготы для социально ответственных компаний;
- внедрение пункта о корпоративном волонтерстве в закон о государственно-частном партнерстве;
- создание критериев для вузов;
- мотивационные программы для волонтеров в каждом регионе;
- форум для волонтеров с мотивационными площадками;
- корпоративные конкурсы среди организаций;
- акцент на социальную ориентированность и социальную ответственность;
- тренд на повышение качества жизни;
- создание имиджа корпоративного волонтерства;
- создание организации, которая бы занималась только развитием корпоративным волонтерством.

Рекомендации от представителей государственного сектора:

- совместные мероприятия и акции различных компаний;
- больше акцента на корпоративное волонтерство;
- агрессивная агитационная работа;
- проведение тренингов.

Руководители корпоративных проектов предложили следующие рекомендации к развитию корпоративного волонтерства:

- больше общедоступной информации о проектах;
- больше информации о том, кто нуждается в помощи;
- планирование и сбор активных сотрудников;
- проведение молодежных советов, профсоюзов;
- создание карты волонтерских организаций;
- проведение системной работы;
- проведение рекламных кампаний на корпоративных страницах;
- уроки по волонтерству для начальной школы;
- создание сайта с легким интерфейсом, поиском программ в каждом регионе.

ОБЩИЕ ДАННЫЕ ПО ИТОГАМ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА

В течение четырех месяцев (с июля по ноябрь 2020 года) проведено 20 экспертных опросов с 20 респондентами. Ответы были переданы респондентами в виде Word/PDF документов в связи с эпидемиологической ситуацией в стране.

Гайд интервью был подготовлен рабочей группой и согласован с заказчиком (приложение 7 – гайд экспертного опроса на русском языке и приложение 8 – гайд экспертного опроса на казахском языке).

Метод экспертного опроса предполагает предоставление респондентами экспертных мнений, позволяющих выяснить отношение участников к тому или иному виду деятельности или продукту этой деятельности. Например, в рамках данного исследования эксперты поделились своей точкой зрения касательно статуса корпоративного волонтерства в настоящее время и перспектив его развития, а также дали свои рекомендации. Ценность полученной таким образом информации состоит в том, что участники, опираясь на свои знания и опыт, могут высказать оценку и предоставить развернутый и качественный ответ. Ответы участников экспертного опроса развернуты и полны, что требуется для качественного метода исследования.

Процесс проведения экспертного опроса сопровождался записью Word/PDF документов. По итогам исследовательских работ все материалы будут предоставлены заказчику на электронном носителе.

Сводные данные экспертного опроса

Оценивая общее развитие корпоративного волонтерства в Казахстане, экспертное сообщество выразило мнение, что в целом динамика социальной ответственности корпоративного сектора показывает устойчивый рост вовлеченности в решение социальных проблем. Однако на данный момент корпоративное волонтерство находится еще в стадии становления.

«...в Казахстане корпоративное волонтерство в зачаточном состоянии, только начинает развиваться это движение. Динамика развития положительная, так как, с одной стороны, в стране очень активно общественность проявляет свою гражданскую позицию, а с другой стороны, государством создаются все условия для развития корпоративного волонтерства».

«В целом корпорации и бизнес-компании охотно и более активно начали участвовать и инициировать подобные благотворительные акции».

«Корпоративное волонтерство набирает хорошие обороты в этом году».

«В Казахстане активно растет количество волонтеров, инициативных групп. Это дает известность волонтерству и прививает понятие волонтерства, что, конечно же, влияет на бизнес»

«На сегодняшний день динамика по корпоративному волонтерству, я лично думаю, положительная по сравнению, например, с 2018–2019 годами. Потому что есть примеры нескольких организаций, которые после осведомления, после того, как узнали, что есть такое понятие, как корпоративное волонтерство, они начали как бы заниматься этим. То есть, например, у меня по моей волонтерской деятельности есть несколько организаций, которые начали заниматься волонтерством в своей организации, в своей рабочей сфере».

Практически все эксперты отмечают, что существует путаница в понимании сути и различий между благотворительной и волонтерской формой социальной помощи и поддержки. Нет единого понимания, подходов, принципов, инструментов, методологии внедрения и работы.

«...к сожалению, в Казахстане многие бизнес-компании путают корпоративное волонтерство с благотворительностью (сбор средств, денег на покупку или решение разовых финансовых проблем у маргинальных слоев общества)».

«Вообще ситуация такая, что бизнес считает свои занятия благотворительностью – корпоративным волонтерством, и вот подмена этих понятий широко распространена. Бóльшее количество... занимаются благотворительностью, но не корпоративным волонтерством».

«...не всегда предприятия знают, как эту социальную ответственность возложить на себя, и тут есть различные фонды, общественные организации, инициативные группы, которые могут помочь в этом направлении».

Большинство экспертов склоняются к мысли, что корпоративное волонтерство (как и благотворительность) пока остается частью культуры международного (западного) менеджмента и присутствует по большей части в компаниях международного масштаба, крупных организациях, холдингах.

«...благотворительность или оказание материальной помощи – это все еще не является корпоративным волонтерством, пока такое понятие все еще ново и есть только у компаний с зарубежной системой управления, где такая культура более привычна».

«На сегодня в большей степени международные компании вовлечены в развитие корпоративного волонтерства. Местные компании подключаются к этому либо несистемно, либо очень малыми темпами».

«Фактически корпоративным волонтерством в основном занимаются международные компании, у которых развитая своя корпоративная культура или где идет “приказ” от головного иностранного офиса или местных госструктур».

«Я думаю, касательно корпоративного волонтерства в целом в городах, где есть какие-то крупные, большие градообразующие предприятия... то они стараются развивать какие-то направления касательно именно корпоративного волонтерства... Мелкие какие-то заводы или фабрики тоже бы приняли участие во всем этом, потому что, я думаю, что это тоже было бы для них интересно, вопрос лишь в том, что нужно показать, как это может работать. Иногда мелким организациям может быть проще организовать».

Оценивая специфику, сходства и различия корпоративного волонтерства в Казахстане и других странах, эксперты указали на формальность и стихийность деятельности в нашей стране, отсутствие системного подхода и пролонгированности проектов. Корпоративное волонтерство представлено либо разовыми стихийными акциями, либо вовсе подменяется благотворительностью. Отмечена узкая направленность волонтерской деятельности: это либо экологическое направление – в компаниях, чья деятельность наносит вред окружающей среде (нефтегазовая отрасль, добывающие и энергетические компании), либо работа с социально уязвимыми группами, опять же чаще благотворительного содержания.

О специфике казахстанского корпоративного волонтерства говорить сложно, так как устойчивое его присутствие действительно есть только в компаниях с иностранным менеджментом.

«Считаю, что Казахстан в вопросе корпоративного волонтерства работает давно, но в форме профсоюзов в организациях... С другими странами если сравнивать, то мы однозначно отстаем в этом вопросе. Нет корпоративного волонтерского духа, а лишь конкретная цель, которую надо выполнить... Просто для галочки провести проект и двигаться в потоке неосознанного волонтерства».

«Очень сильно Казахстан отличается по уровню развития корпоративного волонтерства по сравнению с другими странами. На мой взгляд, в нашей стране нет понимания корпоративного волонтерства (цели, задачи, преимущества и т. д.), поэтому в основном корпоративное волонтерство есть в крупных компаниях, которые созданы и работают по международным стандартам».

«Отличие, наверное, в том, что мы заиклены на социальной адресной помощи. Даже если они так или иначе волонтерят, в основном компании развозят продуктовые наборы в качестве автоволонтеров или же покупают какие-то вещи... Pro bono волонтерство, так скажем, которое очень развито в других странах... вот это у нас не распространено».

«Если сравнивать со странами третьего мира, то наверное в пользу КЗ, если с развитыми странами, то не очень, как и в общем все остальное, включая образование, здравоохранение, элементарно дороги и системы канализации ☺... Наверное, люди еще недостаточно хорошо живут и недостаточно имеют сами, чтобы делиться... В развитых странах – волонтерство как часть жизни, с детских садов, со школьной скамьи. Наших детей можно было бы легко и бесплатно привлекать волонтерить, водить с конвертами по домам престарелых, организовывать походы в школы-интернаты для особенных детей. Хотя много ли особенных детей выходят из дому? Все тут сложно! Нету пандусов, комфортных колясок по возрасту, весу и росту, нету никаких условий ведь».

«Мы не сильно отличаемся от развития корпоративного волонтерства в странах нашего центральноазиатского региона, хотя в последние годы в нашей стране о корпоративном волонтерстве слышно чаще, чем это было раньше. Соседняя Российская Федерация имеет больше практического опыта, что позволяет Казахстану научиться на ошибках в ближней нам стране, а также перенять лучшие практики».

«По динамике волонтерства можно еще сказать, что многочисленные корпорации, которые занимаются волонтерством, оказывая волонтерскую помощь, в основном делают это одноразово. Как бы по типу акций на Новый год или по типу акции на какой-то праздник. Вот это является тем самым одним из таких минусов, что корпорации, выполнив одну функцию, дальше не пытаются что-то продолжить».

«Западные страны (страны ЕС, США, Канада, Австралия) представляют наиболее продвинутое в вопросе развития корпоративного волонтерства практики. Однако... стремясь дойти до их уровня, мы имеем прекрасную возможность не допустить тех ошибок, которые были допущены странами в нашем регионе, так как проблемы и возможности для бизнеса здесь наиболее схожи. Все это позволит выстроить хороший коммуникационный мост между бизнесом, НПО, волонтерским сообществом и государством».

В качестве примера лучших практик, которые могут пригодиться казахстанским компаниям в области корпоративного волонтерства, эксперты выделяют ориентацию на нужды общества и понимание важности именно волонтерского вклада (вместо денежно-

го). Многие эксперты отмечают значимость системного подхода, необходимость неформального признания ценности корпоративного волонтерства для компании, руководства и сотрудников, принцип долгосрочности и преемственности, а также расширение направлений корпоративного волонтерства (особенно в Pro bono), включение в международные проекты.

«В каждой стране есть свои примеры корпоративного волонтерства, и они развиваются согласно внутренним особенностям, ценностям и условиям. Чтобы советовать перенять чей-либо опыт в корпоративном волонтерстве, нужно сначала перенять те ценности и нормы, при которых развивается желание и идеи для корпоративного волонтерства... Каждый хороший проект корпоративного волонтерства рождается от потребностей в социуме, а также желания изменить эту ситуацию, не прибегая только к привлечению денег. В других странах люди давно понимают, что многие социальные проблемы не решаются только деньгами. Когда как в КЗ традиционный бизнес пока понимает под решением только денежные единицы, почему благотворительность наиболее распространена».

«Инициатором развития корпоративного волонтерства выступило руководство компании, при этом сотрудники играют значительную роль в разработке и планировании добровольческой деятельности... Программа развития корпоративного волонтерства направлена на повышение нематериального вклада компании и вовлеченности сотрудников в добровольческую деятельность, переход от разовых пожертвований и акций к проектам с измеримыми результатами и тиражируемой моделью».

«Вообще в целом международные компании, которые находятся на нашей территории, у них есть хорошая практика корпоративного волонтерства. Как пример... сотрудники волонтерят в качестве Pro bono»

Эксперты говорят о важности государственной поддержки волонтерства, в том числе и корпоративного, и об организации прозрачных процессов реализации социальной ответственности компаний.

«В этом году произошел мощный скачок в развитии, когда Президент К. Токаев объявил Год волонтера и призвал сотрудников государственного аппарата и национальных компаний заняться внедрением и развитием корпоративного волонтерства».

«...налоговые преференции для организаций, которые развивают у себя корпоративное волонтерство. Есть различные программы в США – не во всех, кстати, штатах, но большей части, в Нью-Йорке есть однозначно, да. Когда организации, например, по налогам преференция идет или защита этого сотрудника. Он, например, может взять годовой волонтерский отпуск, и у него сохранится место в организации, плюс организация получит для себя дополнительные какие-то бонусы и тот же самый волонтер будет получать некую компенсацию от государства. Мне кажется, это положительная практика».

«...оказание благотворительности организовано не всегда прозрачно и с неверным пониманием об организации подобных процессов. Есть также множество случаев, когда подобные благотворительные действия навязаны со стороны местной власти для решения локальных бюджетных дыр (покупка компьютеров школам, покупка оборудования для социального значения учреждений и т. д). Местные акиматы... таким образом за счет местного и крупного бизнеса или корпораций пытаются закрыть временно социаль-

ные проблемы, которые вообще-то должны решаться системно, и государство на это выделяет регулярно средства. Именно этим казахстанская особенность вовлечения малого и среднего бизнеса, а также корпораций отличается от международной»

Анализ результатов и выводы по итогам экспертного опроса

В целом анализ данных интервью позволяет сделать следующие общие выводы:

- 100 % опрошенных экспертов считают, что развитие корпоративного волонтерства в Казахстане находится на начальном этапе и оценивается как крайне слабое.
- Причем эксперты отмечают, что оценивать здесь важно не только количество компаний, где внедряется корпоративное волонтерство, количество вовлеченных сотрудников или реализованных проектов, но и готовность государственных органов всех уровней поддерживать инициативы по развитию корпоративного волонтерства в компаниях страны и готовность волонтерских организаций оказывать поддержку и помощь в процессе развития корпоративного волонтерства.
- 80 % опрошенных экспертов говорят о недостаточной осведомленности коммерческих организаций о сути и специфике корпоративного волонтерства, путанице с понятиями «волонтерство» и «благотворительность».
- 90 % экспертов отмечают положительную, хотя и медленную динамику развития корпоративного волонтерства в Казахстане. Правда, системный рост наблюдается только в международных организациях и буквально в нескольких отечественных корпорациях. Присутствие корпоративного волонтерства среди средних и малых компаний с отечественным менеджментом встречается крайне редко.
- Ключевыми проблемами в развитии корпоративного волонтерства в Казахстане эксперты называют:
 - низкую осведомленность о сути корпоративного волонтерства и волонтерской деятельности в целом;
 - низкую мотивацию первых руководителей;
 - отсутствие системы государственной поддержки корпоративного волонтерства;
 - незнание и отсутствие инструментов внедрения и организации корпоративного волонтерства на местах;
 - слабое взаимодействие между коммерческим и некоммерческим сектором (причем недостаточная активность наблюдается с обеих сторон);
 - неразвитую культуру волонтерства у населения в целом.

Рекомендации экспертов по развитию корпоративного волонтерства

В области информирования:

- Усилить информирование о волонтерстве как социальном феномене в целом и о корпоративном волонтерстве в частности.
- Показать коммерческим организациям разного уровня (в лице первых руководителей) ценность и выгоды от внедрения корпоративного волонтерства.
- Ознакомить коммерческие организации с принципами, инструментами и практиками внедрения корпоративного волонтерства на системном уровне.
- Усилить освещение в СМИ примеров корпоративного волонтерства (как казахстанских, так и международных практик).

В области государственной поддержки:

- Изучить барьеры в системе налогов и закона для бизнеса, желающего внедрять корпоративное волонтерство.
- Создать благоприятные законодательные и налоговые условия (преференции) для устойчивого развития корпоративного волонтерства.
- Разработать и реализовать государственные программы в поддержку корпоративного волонтерства

Коллаборация:

- Создать коалицию бизнесменов, вовлеченных в развитие корпоративного волонтерства.
- Повысить проактивность НПО через активные предложения бизнесу в области корпоративного волонтерства. По сути, нужно чтобы волонтерские организации обеспечивали коммерческий сектор предложениями.
- Создать единую платформу проектов корпоративного волонтерства, где будут представлены предложения, потребности, нужды для проектов корпоративного волонтерства, лучшие практики, методологическая поддержка и т. д.

ОБЩИЕ ДАННЫЕ ПО ИТОГАМ ИНТЕРВЬЮ

В течение четырех месяцев (с июля по ноябрь 2020 года) проведено 34 интервью с руководителями или представителями компаний бизнес-сектора (34 респондента). Интервью были проведены на платформе ZOOM, ответы на интервью были также переданы респондентами в виде Word/PDF документов в связи с эпидемиологической ситуацией в стране.

Гайд интервью был подготовлен рабочей группой и согласован с заказчиком (приложение 9 – гайд интервью на русском языке и приложение 10 – гайд интервью на казахском языке).

Метод интервью предполагает предоставление объемной информации с детальными данными, что позволяет выяснить отношение участников к тому или иному виду деятельности или продукту этой деятельности. Например, в рамках данного исследования респонденты делились как информацией о корпоративном волонтерстве в организации, так и своей точкой зрения касательно статуса корпоративного волонтерства, замечаний и рекомендаций. Ценность полученной информации состоит в том, что участники могут рассказать о своих практиках и опыте. Ответы участников интервью развернутые и полные, что требуется для качественного метода исследования.

Процесс проведения интервью сопровождался записью Word/PDF документов. По итогам исследовательских работ все материалы будут предоставлены заказчику на электронном носителе.

Сводные данные интервью

Руководители корпоративных волонтерских проектов и первые руководители компаний, в которых присутствует корпоративное волонтерство, ключевыми причинами внедрения корпоративного волонтерства называют, в основном, традицию и опыт головных (часто иностранных) компаний или международные практики социальной ответственности бизнеса в связи со спецификой деятельности. Так, например, добывающие компании, перерабатывающие и объекты энергетики традиционно «заботятся» об экологии, чтобы минимизировать или компенсировать вред, наносимый природе из-за специфики их бизнеса.

«Планируемая зона оказания помощи исходит из анализа потенциальных рисков и угроз, связанных с деятельностью нефтегазодобывающей отрасли.»

«Будучи одним из крупнейших водопользователей, мы стараемся следить за чистотой берегов, насколько это возможно, а также стараемся вовлекать местных жителей.»

При этом руководители проектов по корпоративному волонтерству часто говорят о формальном вовлечении руководства компании или вовсе его отстранении. Проекты выполняются по принципу: «так принято в группе» / «так принято в мире» либо «делайте, как хотите, только чтобы работе не мешало».

«Основную волонтерскую работу нам приходится выполнять в свободное от работы время, а также в выходные и праздничные дни. Поэтому хотелось бы найти понимание у руководства компании в корпоративном волонтерстве и организовать данный процесс так, чтобы была возможность заниматься таким нужным делом не только в свое личное время.»

«Не хватает поддержки со стороны администрации...»

«Необходимо активное вовлечение руководства компании.»

«Самое важное, наверное, это сверху, от топ-менеджмента или от правительства иметь поддержку, чтобы это было просто одобряемо.»

Описывая свой опыт корпоративного волонтерства, практически все респонденты приводят примеры как корпоративного волонтерства, так и благотворительности или некорпоративного волонтерства.

«...сотрудники вовлечены в корпоративное волонтерство уже несколько лет. Основные проекты – проекты по экологии (уборка берегов Иртыша, Бухтарминского водохранилища), помощь малообеспеченным семьям (сбор вещей, игрушек)».

«Субъектами системы волонтерства являются волонтеры из числа населения области (в том числе активисты, студенты и др.)».

«Основным видом деятельности совета молодежи была организация спортивных, культурно-массовых мероприятий, шефство над школами, детскими домами, домами престарелых. Активное участие волонтеры... приняли в мероприятиях по оказанию помощи ветеранам, многодетным семьям, людям, пострадавшим в пожарах, наводнениях. Осуществляется сбор вещей, продуктов, гигиенических средств и т. д. Также на особом внимании находятся ветераны предприятия. Ежегодно помогаем с уборкой снега, разгрузкой угля, проведением мелкого ремонта жилья и т.д.».

«Сотрудники компании оказывали финансовую помощь людям, пострадавшим от пандемии».

«...В поселках, где проживает большинство сотрудников наших станций, мы помогаем пенсионерам и малообеспеченным семьям. Как правило, это ситуативная помощь (к праздникам, событиям). В этом году наши сотрудники оказывали помощь семьям в период пандемии (собирали деньги на продуктовые наборы и развозили их)».

«...все волонтерские проекты откликаются на потребности социума: стараемся помочь донорскому движению, помогаем малообеспеченным семьям с подготовкой детей к школе, обеспечением одеждой и продуктами, занимаемся озеленением и уборкой территорий».

Область оказания помощи в большинстве случаев определяют по запросам самих сотрудников или исходя из проблем региона, озвученных в СМИ.

«Исходим из нужд сотрудников или жителей регионов присутствия, которые выявляются в ходе соцопросов или обращений сотрудников/жителей на предприятие».

«Информацию о том, кому необходима та или иная помощь, мы узнаем из соцсетей, ТВ и радио, а также по личным обращениям наших коллег и граждан города».

При этом практически все респонденты затруднились ответить на вопрос о критериях выбора волонтерских проектов – все происходит ситуативно, стихийно, как реакция на возникший запрос. Или же это традиционные устоявшиеся направления.

«...актуальность, командообразование, наличие финансовых возможностей и желание персонала».

«...в первую очередь, конечно, наши бывшие работники (пенсионеры) – помощь нужна постоянно...»

«...исторически сложились и поддерживаются следующие направления волонтерского движения: социальное волонтерство и экологическое волонтерство».

«Каждый раз по-разному...»

«Не знаю».

Многие руководители организаций и проектов корпоративного волонтерства сказали о том, что сотрудники в целом осведомлены о волонтерстве и корпоративном волонтерстве, и особой разъяснительной работы проводить не приходилось. Однако мы сомневаемся в этих данных, так как у самих руководителей нет четкого понимания специфики волонтерства и, как уже упоминалось, наблюдается смешение его с благотворительной деятельностью.

Говоря о пользе организации от корпоративного волонтерства, руководители отмечали повышение имиджа компании в обществе:

«В целом развитие волонтерства влияет на ценность самой компании как компании, позиционирующей себя как социально и экологически ответственная».

«...от волонтерства, конечно, поднимается имидж самого предприятия в первую очередь...»

А также улучшение в области корпоративной культуры и управления и развития персонала:

«Участие в общественной деятельности позволяет выявлять лидеров, развивать чувство патриотизма, способствует сплочению коллектива и т.п.»

«Люди начали самореализовываться, показывать себя, вышли из зоны комфорта... и некоторые изменили свою сферу деятельности. ...личное развитие, саморазвитие, и это в любом случае плюсы для компании, потому что если развивается сотрудник, то развивается и компания».

«...у волонтеров развиваются коммуникативные и лидерские навыки, за счет неформального общения укрепляются взаимоотношения внутри коллектива, это своего рода социальный тимбилдинг».

Респонденты отмечают рост количества корпоративных волонтеров с течением времени.

«Корпоративное волонтерство повышает лояльность персонала, вовлеченность сотрудников. Сотрудникам приятно работать в компании, которая уделяет внимание и ресурсы социальной ответственности».

«В последнее время количество работников, которые желают стать волонтерами увеличилось».

«Сформировались акции/проекты... которые вошли в корпоративный календарь мероприятий. Все сотрудники знают о проводимых мероприятиях и ждут их. Расширяется круг сотрудников, которые принимают участие в волонтерских мероприятиях».

«...при необходимости участия – с каждым разом количество работников, желающих принять участие, увеличивается».

Стоит отметить, что в большинстве организаций инициативной группой является совет молодежи, при этом руководители проектов стараются привлекать к волонтерству студентов и молодых и не акцентируют внимание на участии в корпоративном волонтерстве представителей других возрастных групп.

«Основными задачами проекта является создание базы данных волонтеров из числа студентов и местного населения».

«Основные каналы информации: регулярные встречи со студентами».
«Больше молодежи участвуют в корпоративном волонтерстве».

«Мотивация участия молодежи в добровольческой деятельности».

Но привлечение молодых сотрудников к волонтерству положительно сказывается на человеческом и трудовом капитале организации.

«Кроме того, в настоящее время при наборе сотрудников отмечается, что в компании, в которых есть и активно работает корпоративное волонтерство, охотней трудоустраивается молодежь».

«Укрепление корпоративной культуры, продвижение молодых активистов по карьерной лестнице».

Красной нитью в ответах респондентов проходит запрос на господдержку корпоративного волонтерства:

«Считаем, что для развития волонтерства необходимы изменения и дополнения в нормативные законодательные акты...»

«...нужно содействие со стороны государства».

«...оказание поддержки организациям и волонтерам от государства...»

«Необходимо государству больше обращать внимание на волонтерское движение».

«Нужен прозрачный рынок возможностей для волонтерства, законодательно и по налогам».

Анализ результатов и выводы по итогам интервью

Анализ интервью руководителей проектов корпоративного волонтерства и представителей топ-менеджмента позволил нам выделить несколько вариантов реализации социальной ответственности, принимаемой за корпоративное волонтерство.

1. Организация четко понимает различия между формами реализации социальной ответственности, верно понимает специфику корпоративного волонтерства. Системно реализует проекты корпоративного волонтерства. Эффективно использует инструменты вовлечения и мотивации корпоративных волонтеров.

Среди наших респондентов было только три таких организации (холдинги или группы компаний, в которые входит несколько организаций). Всегда в таких компаниях есть специальный отдел или даже организация внутри холдинга, которая отдельно занимается корпоративным волонтерством.

2. Участие сотрудников организации в сторонних волонтерских проектах (организованных региональными НПО). Такое участие может быть индивидуальным или групповым. Организация расценивает личное волонтерство своих сотрудников как корпоративное.

3. Оказание ситуативной разовой помощи в своем регионе на основании запросов извне (обращения сотрудников, населения, местных НПО, местных государственных органов) без разделения на благотворительную и волонтерскую деятельность – таких организаций большинство. Этими вопросами, как правило, занимаются профсоюзы или инициативные группы сотрудников.

4. Оказание финансовой помощи в осуществлении волонтерских проектов сторонним организациям (спонсорство волонтерских инициатив) также иногда засчитывают как корпоративное волонтерство.

В целом анализ данных интервью позволяет сделать следующие общие выводы.

Корпоративное волонтерство присутствует в основном в компаниях с иностранным менеджментом как часть корпоративной культуры холдингов либо как часть социально ответственного бизнеса в организациях, традиционно по всему миру заботящихся об уменьшении или компенсации вредных последствий своих производств (нефтегазовая отрасль, добывающие и энергетические компании, табачные и алкогольные компании).

Руководители проектов по корпоративному волонтерству в большинстве своем не разграничивают корпоративное волонтерство и благотворительную деятельность (скорее, не понимают разницы и специфики).

Инициация проектов корпоративного волонтерства и благотворительной деятельности происходит ситуативно, стихийно, как реакция на возникший запрос. Системы в подходах, планировании и развитии корпоративного волонтерства не наблюдается.

Руководители компаний редко по-настоящему вовлечены в корпоративное волонтерство, скорее формально.

Рекомендации по итогам интервью

В области информирования:

- усилить информирование о волонтерстве как социальном феномене в целом и о корпоративном волонтерстве в частности. Внести ясность и разделить понятия «волонтерство», «корпоративное волонтерство» и «благотворительность»;
- показать коммерческим организациям разного уровня (в лице первых руководителей) ценность и выгоды от внедрения корпоративного волонтерства. Важность вовлечения в процесс именно руководства в компании как идейных вдохновителей;
- ознакомить коммерческие организации с принципами, инструментами и практиками внедрения корпоративного волонтерства на системном уровне.

В области государственной поддержки:

- создать благоприятные законодательные и налоговые условия (преференции) для устойчивого развития корпоративного волонтерства;
- разработать и реализовать государственные программы в поддержку корпоративного волонтерства;
- ввести систему государственного страхования волонтеров, действующих в направлении ЧС-волонтерства.

Коллаборация:

- создать единую платформу проектов корпоративного волонтерства, где будут представлены предложения, потребности, нужды для проектов корпоративного волонтерства, лучшие практики, методологическая поддержка и т. д.;
- усилить волонтерскую культуру в целом по стране, сформировать стимулы для участия граждан в волонтерской деятельности (социфты, обучение и т. д.);
- создать группу экспертов-консультантов в области корпоративного волонтерства;
- наладить взаимодействие коммерческого сектора с волонтерскими организациями.

Общие данные по итогам социологического опроса

В течение трех месяцев (с августа по ноябрь 2020 года) провели социологический опрос респондентов. Анонимный опрос был проведен через платформу Qualtrics в связи с эпидемиологической ситуацией в стране.

Гайд интервью был подготовлен рабочей группой и согласован с заказчиком (приложения 11–13 – гайд анкет на русском языке и приложения 14–16 – гайд анкет на казахском языке).

Вопросы для социологического опроса были подготовлены рабочей группой и согласованы с заказчиком (приложения 1–3 – опросы).

Методология социологического опроса представляет собой анонимный опрос среди рядовых сотрудников бизнес-сектора, руководителей, курирующих волонтерские проекты/инициативы, и сектора НПО на предмет взаимодействия и отношения к корпоративному волонтерству в целом. Так, например, в рамках данного опроса респонденты ответили на наиболее важные вопросы в сфере корпоративного волонтерства и взаимодействия с сектором НПО. Дизайн опроса состоял из закрытых и открытых вопросов, что позволило избежать ограниченности в ответах респондентов, однако преимущественно были закрытые вопросы, нацеленные на количественные показатели. Ценность полученной информации состоит в том, что можно составить среднестатистический портрет волонтера в компании, которая занимается корпоративным волонтерством. Более того, анонимное исследование позволяет понять недостатки программ корпоративного волонтерства самих компаний и выработать решения для их устранения.

Процесс проведения исследования сопровождался непосредственным взаимодействием с компаниями, занимающимися волонтерством.

Сводные данные социологического опроса

В эмпирическом исследовании представителей корпоративного волонтерства приняло участие самое большое количество человек (более 350 человек, или 72 % всех респондентов), что обосновано их исполнительской деятельностью в рамках корпоративного волонтерства. Рядовые сотрудники или руководители отделений/средний менеджмент зачастую задействованы в корпоративном волонтерстве в качестве исполнителей.

В анкете для корпоративных волонтеров участвовали 360 человек.

Из них 60 % – женщины (216) и 40 % – мужчины (144).

327 человек (87,7 %) отвечали на вопросы на русском языке и 33 человека (12,3 %) – на казахском.

Места проживания большинства участников – крупные города: Нур-Султан – 24,1 % (87 человек), Алматы – 22,2 % (80 человек), Актобе – 13,3 % (35 человек), Павлодар – 10,3 % (27 человек), Караганда – 6 % (16 человек) и Жезказган – 5 % (13 человек). В итоге 72,1 % (194) участников из больших городов, а 27,9 % (75) из маленьких городов и поселков.

При оценивании возможности участвовать в оказании волонтерской помощи вне своей организации: безусловно допускают – 124 человека (46,3 %), скорее допускают – 106 человек (39,5 %), скорее исключают – 13 человек (4,9 %), безусловно исключают – 4 человека (1,5 %), затруднился ответить – 21 человек (7,8 %).

Так, можно предположить, что более 85 % респондентов имеют желание быть волонтерами вне зависимости от формата (корпоративное или личное волонтерство), имеют устойчивую мотивацию к волонтерской деятельности (*таблица 1*).

При первичном анализе удалось установить усредненный портрет респондента в данной категории опроса – это замужняя женщина 26–35 лет, с детьми до 18 лет и средним уровнем достатка (денег хватает на одежду, но не на покупку крупной бытовой техники), уделяющая волонтерской деятельности несколько часов в месяц. Примечательно, что женщины (87 %) в целом допускают волонтерство вне своей компании в два раза чаще, чем мужчины (45 %), вследствие чего можно заключить, что женщины в целом занимаются волонтерством больше, чем мужчины (*таблицы 2, 3 и 4*). Скорее всего, в этом портрете, равно как в понимании термина корпоративного волонтерства, преобладает влияние мегаполисов, так как большинство респондентов из Нур-Султана или Алматы.

Часто для респондентов понятие корпоративного волонтерства является смежным с понятием благотворительности. В рамках данного исследования можно выделить две основные причины. Первая – ассоциация со словом «волонтер» оказалась во многих случаях оказалась близка к понятию благотворительности, поэтому компании, занимающиеся благотворительностью, понимают это как волонтерство. Однако в рамках данного исследования стоит понимать, что социальный феномен корпоративного волонтерства включает в себя намного больше направлений, нежели корпоративно-социальная ответственность компаний перед гражданами.

Подавляющее большинство (74 % опрошенных) сотрудников участвуют в сборе денег или вещей, что и считают волонтерской деятельностью. Более половины из них никогда не видели конечного бенефициара (56 % опрошенных). Компаративно в вопросе об участии в корпоративных проектах намного меньше людей, напрямую участвовавших в проектах корпоративного волонтерства в своих компаниях. Это объясняется тем, что в этих компаниях волонтерские проекты как таковые в понимании сотрудников отсутствуют либо незаинтересованностью сотрудников в конкретных проектах. Оба варианта правдоподобны, потому что и количество проектов корпоративного волонтерства среди компаний очень маленькое, о чем будет говориться дальше, но даже если они есть – зачастую их инициирует и разрабатывает топ-менеджмент компаний, руководясь своими суждениями.

Если говорить о мотивации сотрудников, участвующих в волонтерских проектах, то более 64 % делают это из-за положительных эмоций и способности учиться чему-то новому. Говоря о ценностях, большинство опрошенных (61 %) считают, что это одинаково важно для них и для общества.

Чуть более 10 % респондентов проходили обучающие тренинги по волонтерству, остальные же 90 % либо проходили где-то сами без помощи компании, либо не проходили вообще.

Таблица 1.
Допускаете ли Вы для себя возможность
участвовать в оказании волонтерской помощи
вне своей организации?



Таблица 2. Гендер и возраст

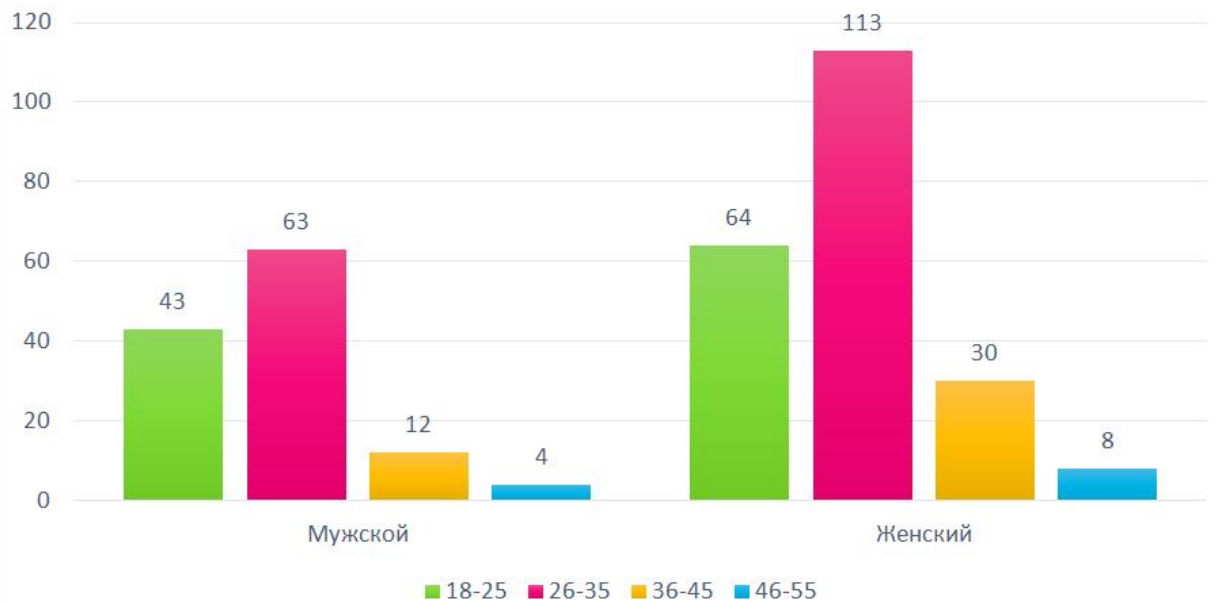
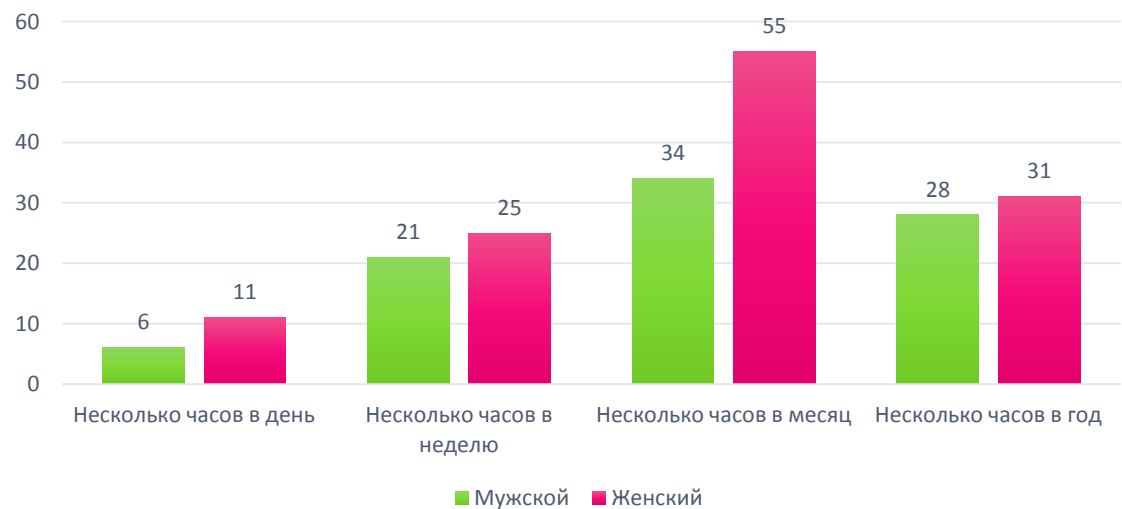


Таблица 3. Гендер и семейное положение



Таблица 4. Гендер и время, уделенное волонтерству



Анализ анонимного опроса руководителей, курирующих корпоративное волонтерство

В эмпирическом исследовании приняло участие 27 человек (из них 24 на русском языке и 3 на казахском). Исходя из первичного анализа анкет, получился достаточно обширный датасет, которые можно увидеть далее.

Значительная часть опрошенных принадлежит к возрастной категории от 36 до 45 лет – 10 человек (43,5 %), что соответствует интуитивному возрасту руководителей в Казахстане. Большинство руководителей, напрямую работающих по направлению корпоративного волонтерства и организующие мероприятия, заняты либо в HR-департаменте, либо департаментах, связанных с социальными вопросами.

Почти все респонденты, точнее 91,3 % (23 чел.), имеют высшее образование, полученное в местном университете, остальные (4 чел.) учились в зарубежных вузах.

47,8 % (11 чел.) являются специалистами, 21,7 % (5 чел.) занимают позицию заместителя начальника отдела, 13 % (3 чел.) являются главными специалистами и начальниками департамента. Важная ремарка касательно данного пункта – скорее всего, даже будучи специалистами, сотрудники могут курировать корпоративное волонтерство, так как данная деятельность не всегда напрямую связана с деятельностью компании.

Количество работников в опрошенных компаниях варьируется от 30 до 18 000 человек. Большинство респондентов (56,5 % – 13 чел.) имеют опыт работы больше пяти лет.

В корпоративном волонтерстве основными обязанностями являются поиск идеи, инициация волонтерского проекта, составление отчета и контроль процесса (50 % – 13 чел.).

Социальные сети (69,2 % – 18 чел.) являются главным источником получения информации касательно необходимой помощи.

Самыми главными критериями для большинства являются помощь по социальной потребности (69,2 % – 18 чел.) и привязка к датам (61,5 % – 16 чел.).

19 респондентов (73,1 %) ответили, что их корпоративное волонтерство ориентировано на социальное волонтерство, вторым по популярности является эковолонтерство (61,5 % – 16 чел.), меньше всего популярно IT- и международное волонтерство (3,8 % – 1 чел.).

Волонтерство имеет локальный масштаб, где сотрудники проявляют инициативу, преимущественно ориентируясь на ситуацию. 16 человек (59,2%) отметили важность инициативности сотрудников при наборе в проекты корпоративного волонтерства.

В основном отзывы о корпоративном волонтерстве положительные.

14 респондентов (53,8 %) отметили, что корпоративное волонтерство несет ценность как для общества, так и для самой компании, поэтому они планируют продолжать такую деятельность (40,7% – 11 человек).

Несмотря на желание сотрудников участвовать в корпоративном волонтерстве, в компаниях отсутствуют тренинги (только 19 % – 4 чел. ответили, что проходили тренинги).

90 % – 18 человек ответили, что компания готова предоставить им материальные ресурсы и оплатить дни отсутствия на работе (44,4% – 12 человек).

При выборе работы с НПО компании уделяют особое внимание прошлым взаимодействиям (44,4% – 12 человек).

Компании заинтересованы в получении помощи со стороны экспертов по волонтерству (65 % – 13 чел.) и госорганов (50 % – 10 чел.), но не уверены в заинтересованности в получении помощи со стороны НПО. Зачастую это связано не самой большой представленностью НПО в информационном поле самих компаний. Основная причина – разность деятельности организаций.

Исходя из вторичного анализа анкет руководителей направления корпоративного волонтерства и проводя корреляции между вопросами о стаже работы в компании и частотой проведения корпоративных мероприятий, можно установить, что наибольшая частота (раз в квартал), исключая ситуативные мероприятия, наблюдается у сотрудников, которые проработали в данных компаниях больше пяти лет (*таблица 5*). Это, в свою очередь, предполагает, что чем больше человек, курирующий вопрос корпоративного волонтерства, работает в компании, тем больше он пытается систематизировать эту деятельность.

Более того, анкета руководителей подтверждает слова их подчиненных касательно реализации проектов. Так, зачастую проекты планирует и следит за их реализацией средний менеджмент (руководители департаментов), тогда как рядовые сотрудники обычно являются исполнителями. Высшее руководство инициирует и утверждает план действий (*таблица 6*).

Ответы на открытый вопрос о поощрении корпоративных волонтеров показывают, что на материальные поощрения приходится 36 %, нематериальные – 64 % случаев. К материальным относятся краткосрочные блага, такие как дополнительные отпускные дни, грамоты и благодарственные письма. Нематериальными, но в то же время полезными в долгосрочной перспективе являются продвижение в карьере вследствие добавления в кадровый резерв, развитие социального капитала самих сотрудников.

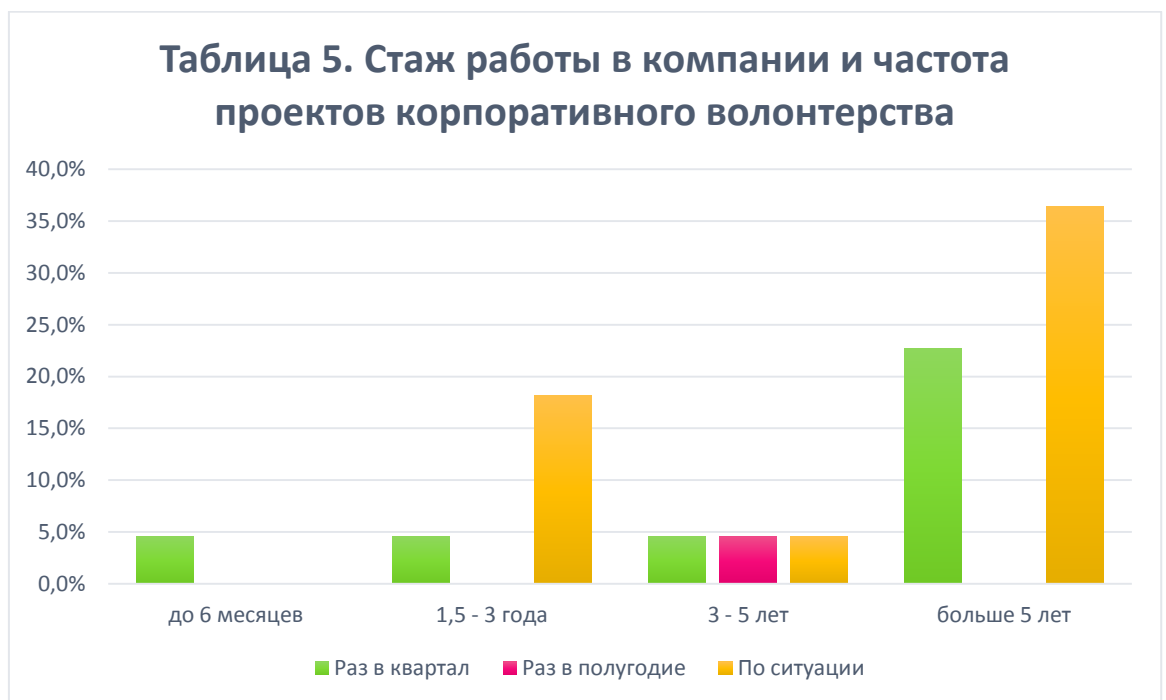
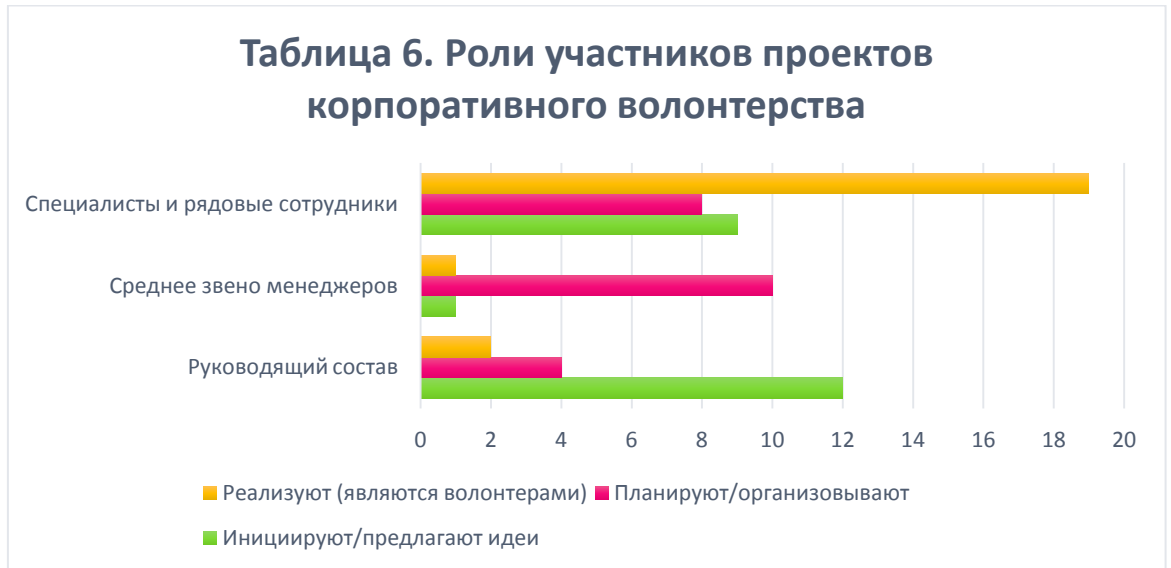


Таблица 6. Роли участников проектов корпоративного волонтерства



Анализ анонимного опроса представителей сектора НПО

В эмпирическом сборе данных неправительственного сектора участвовало всего 75 человек (русскоязычная группа – 66 чел., казахоязычная группа – 9 чел.).

У более чем половины (*таблица 7*) представителей НПО был опыт сотрудничества с бизнес-сектором в области корпоративного волонтерства (59,4 % и 44,5 % соответственно).

Почти в 70 % случаев представители НПО считают, что взаимодействие в сфере корпоративного волонтерства должно осуществляться в виде предоставления материальных и финансовых ресурсов, остальные же полагают, что необходимо непосредственное участие в проектах сотрудников компании в качестве волонтеров. Примечательно, что респонденты, которые ответили, что компании должны предоставлять именно финансовые и материальные блага, как раз-таки чаще и получали отказы, тогда как представители НПО, которые предлагали непосредственное участие сотрудников компании, получали отказ намного реже в процентном соотношении (*таблица 8*).

Из 48 человек подтвердивших свое участие в проектах с корпоративным сектором более половины ответило, что осуществляли и администрировали сами проект. Другая же половина респондентов ответила, что осуществляли и администрировали проект. Более того, исходя из анализа ответов руководителей корпоративного волонтерства в компаниях и ответов самих корпоративных волонтеров, можно увидеть, что эти проекты действительно реализовывались совместно с этими компаниями.

Количество привлеченных корпоративных волонтеров варьируется от 1 до 300, проекты в основном длились больше несколько недель (57,1 % респондентов).

Освещение этих проектов в большинстве случаев (60 %) было со стороны НПО, однако были и проекты (достаточно масштабные), освещавшиеся со стороны компаний и государственных СМИ.

В заключительном вопросе (*таблица 9*) о согласии или несогласии с некоторыми утверждениями о взаимодействии с НПО наблюдается позитивная обратная связь касательно этого взаимодействия: 72 % респондентов полностью согласны, что участие корпоративных волонтеров было эффективным, 67 % респондентов ответили, что корпоративные волонтеры были достаточно компетентными и имели необходимые навыки, 75 % респондентов ответили, что участие в корпоративной волонтерской деятельности повлияло на самих волонтеров, уровень их знаний/экспертизы/практических навыков.

Таблица 7. Был ли у Вас опыт сотрудничества с бизнес-сектором в области корпоративного волонтерства?

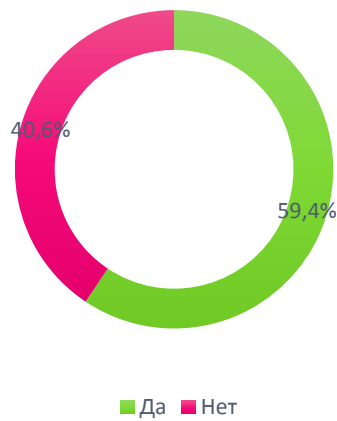


Таблица 8. Соотношение числа отказов и типа ожидаемой от организации помощи

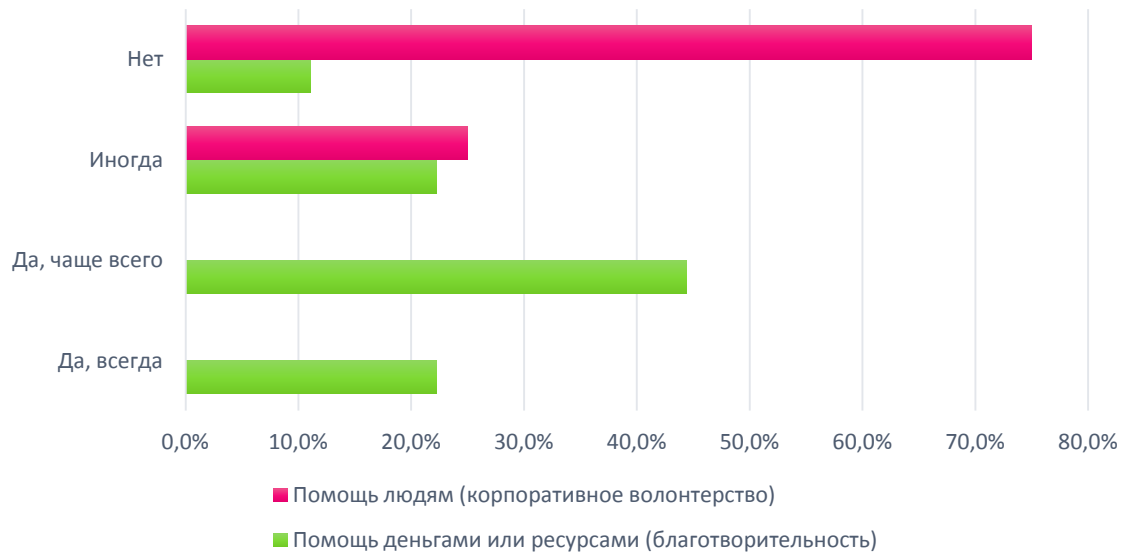
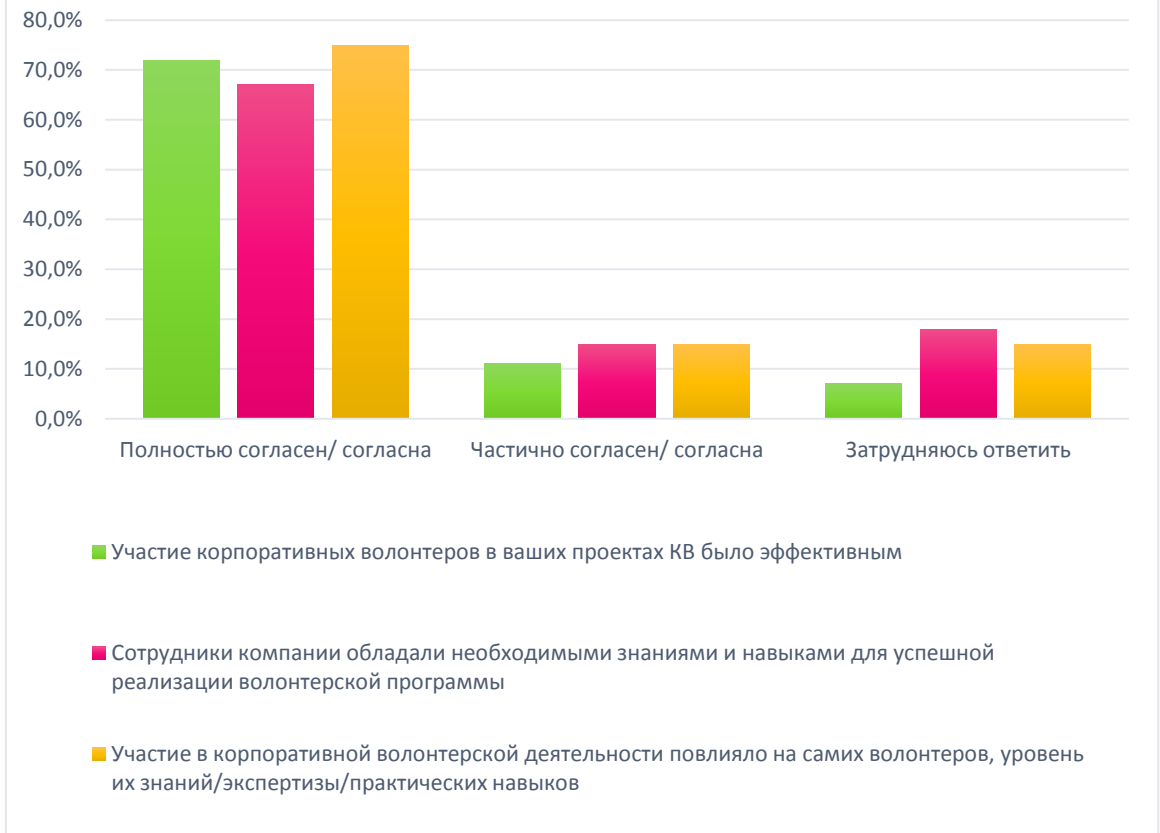


Таблица 9. Мнение НПО об участии корпоративных волонтеров



Анализ результатов и выводы по итогам социологического опроса

Исходя из поставленных задач, главные результаты данного исследования можно разделить на шесть основных групп.

1. Анализ сформированности и единообразия в понимании термина «корпоративное волонтерство», а также принципов и стандартов данного социального феномена.

Из всех опрошенных респондентов только порядка 15 % понимают социальный феномен и могут отличить корпоративное волонтерство от благотворительной деятельности компании/сотрудника.

2. Определение представленности корпоративного волонтерства в Казахстане.

Анализ компаний, которые на данный момент вовлечены в корпоративное волонтерство, показал, что только некоторые из них действительно практикуют и внедряют стандарты корпоративного волонтерства, но и те делают это только на начальной стадии. Из ответов руководителей и НПО сектора становится видно, что это связано с отсутствием мотивации и четких целей от руководства.

Из трендов и тенденций развития корпоративного волонтерства можно отдельно выделить мотивацию некоторых сотрудников, которые проявляют инициативу и занима-

ются волонтерством в свободное время. В основном в эту категорию попадают люди от 18 до 25 лет, без семьи и со средним уровнем достатка.

3. Определение портрета компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство.

Определяя обобщенный портрет компаний, вовлеченных и/или благоприятных для развития корпоративного волонтерства, можно выделить несколько критериев:

- выстроенная корпоративная культура, способствующая пониманию большинством сотрудников, что и для чего делается;
- личная мотивация сотрудников, сильный HR/HRD-департамент компании;
- присутствие про-активных или пассионарных личностей, способных собственным примером заражать идеей волонтерства также и других сотрудников;
- наличие четкого и понятного плана действий касательно корпоративного волонтерства.

Стихийное волонтерство и благотворительность есть во всех опрошенных организациях, однако единого разработанного и детального документа, регулирующего корпоративное волонтерство, во многих компаниях нет. Скорее всего, это можно объяснить самим восприятием понятия волонтерства как чего-то добровольного, непринудительного. Безусловно, желание участвовать в волонтерском движении должно исходить от самих сотрудников. Однако, как показывают исследования¹¹, от систематической работы компании зависит очень многое: личная заинтересованность сотрудников, эффективность оказанной помощи, улучшение социальной репутации компании¹² и другие показатели.

4. Социально-демографический портрет корпоративного волонтера.

В рамках определения общего набора демографических и социальных характеристик и личностных качеств людей, вовлеченных в волонтерскую деятельность корпоративного типа, был проведен анализ ответов всех респондентов. Подробнее рассмотрено в каждом из пунктов анализа.

5. Выявление эффективных методов и инструментов привлечения персонала к корпоративному волонтерству.

Среди казахстанских компаний, которые в настоящее время только стоят у истоков культуры корпоративного волонтерства, можно выделить те, которые активно ведут деятельность именно в рамках корпоративного волонтерства. Из применяемых в этих компаниях методов: про-активные менеджеры создают благоприятные условия для развития корпоративного волонтерства. Из инструментов – проведение профессиональных обучающих семинаров, возможность организации поощрительных мероприятий вроде ежегодного слета волонтеров.

6. Выявление взаимодействия компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство.

Определяются четыре основные категории: НПО, бенефициары, СМИ и другие компании.

При анализе взаимодействия компаний с сектором НПО прослеживается незаинтересованность бизнес-сектора. Некоторые компании создают при своем управлении НПО,

¹¹ Lorenz, Christian & Gentile, Gian-Claudio & Wehner, Theo. (2011). How, why, and to what end? Corporate volunteering as corporate social performance. *Int. J. of Business Environment*. 4. 183–205. 10.1504/IJBE.2011.040174.

¹² Plewa, Carolin & Conduit, Jodie & Quester, Pascale & Johnson, Claire. (2014). The Impact of Corporate Volunteering on CSR Image: A Consumer Perspective. *Journal of Business Ethics*. 127. 10.1007/s10551-014-2066-2.

которые и реализуют проекты, однако они отвечают больше запросам корпоративной социальной ответственности, нежели корпоративному волонтерству.

Если говорить о бенефициарах волонтерской деятельности компаний, то основной целевой аудиторией являются социально уязвимые слои населения. Однако стоит отметить несистематичность этой деятельности, потому что в основном компании работают не с инициативой систематизации, но с запросами этой целевой группы. Возможно, спрос населения намного больше возможностей, однако при систематизации и рациональном распределении ресурсов блага, поступающие бенефициарам, могли бы стать гораздо больше.

СМИ в Казахстане в основном работают за счет государственных денег и у них есть уже прописанные медиа-планы. Однако из-за отсутствия и финансовых, и системных решений для волонтерской деятельности, мероприятия зачастую освещаются на бесплатной основе, если имеют широкий масштаб (региональный или республиканский)

К сожалению, в рамках этого опроса не было примеров взаимодействия с другими компаниями, осуществляющими корпоративное волонтерство.

Данный отчет был подготовлен на основе трех видов анализа: первичного, вторичного и корреляционного.

Важная ремарка: данный опрос очень сложно считать статистически достоверным, так как в целом нет еще целостного и устоявшегося социального феномена корпоративного волонтерства, и представленность организаций, вовлеченных в корпоративное волонтерство, крайне мала.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ИТОГАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Обобщая данные и выводы, полученные из анализа опросов, анкетирования и интервью всех групп респондентов можно сделать ряд заключений.

Сформированность и единообразие в понимании термина «корпоративное волонтерство». Единые принципы и стандарты работы в сфере корпоративного волонтерства

На сегодняшний момент говорить о сформированности и единообразии в понимании термина «корпоративное волонтерство» преждевременно. Непонимание и расхождение в трактовке присутствует на всех уровнях (топ-менеджмент, руководители проектов корпоративного волонтерства, корпоративные волонтеры, рядовые сотрудники), даже в организациях, заявляющих о присутствии корпоративного волонтерства. Также с терминологией есть недопонимание и среди представителей сектора НПО.

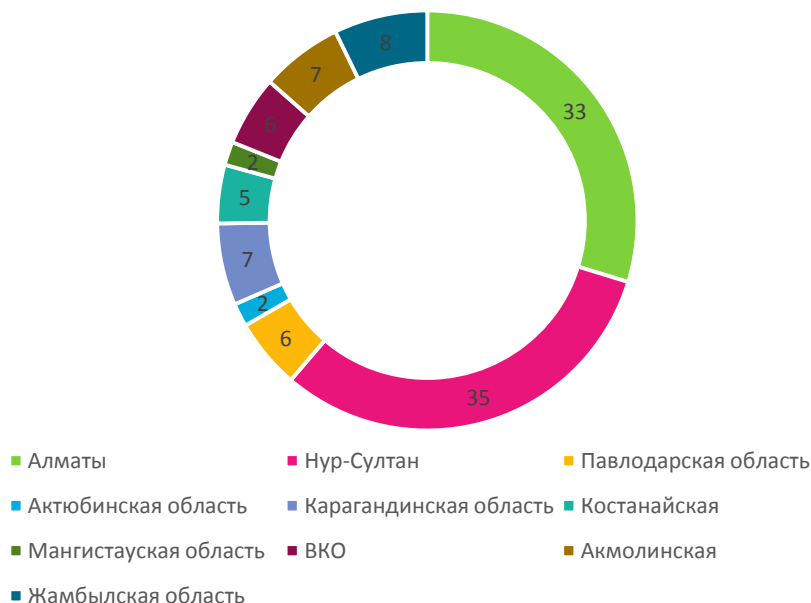
Чаще всего понятие «корпоративное волонтерство» путают с понятием «благотворительность», подменяя как названия, так и реальную деятельность.

Единых стандартов, принципов или подходов к данному социальному феномену в большинстве организаций также не существует. Все организации на территории Казахстана действуют в отношении корпоративного волонтерства по-разному, опираясь на различные источники и примеры (прямой перенос от головных компаний, внутренний опыт своих сотрудников – волонтеров, ситуативное реагирование на внешние запросы и пр.).

Представленность корпоративного волонтерства в Казахстане

Всего в нашем исследовании приняло участие более 100 различных компаний, которые были причастны к развитию корпоративного волонтерства. В опросе участвовали более 400 корпоративных волонтеров, 70 представителей НПО и более 30 руководителей, курирующих корпоративное волонтерство (таблица 10).

Таблица 10. Компании, вовлеченные в корпоративное волонтерство, по регионам



На сегодняшний день можно говорить о становлении практики корпоративного волонтерства. Пока еще уровень его развития по стране среди коммерческого сектора явно недостаточен. Процент компаний, в которых внедрено корпоративное волонтерство, крайне низок. К сожалению, в данный момент у нас нет статистических данных о том, сколько организаций в целом зарегистрированы в регионах и сколько развивают корпоративное волонтерство.

В корпоративное волонтерство вовлечены преимущественно представители крупного бизнеса определенной направленности. Малый и средний бизнес практически не вовлечен.

Тем не менее наблюдается общая тенденция развития корпоративного волонтерства. Практически все опрошенные организации заинтересованы в развитии этой деятельности, увеличении числа волонтеров, переходе от ситуативного к системному управлению процессами корпоративного волонтерства. Требуется лишь помощь, поддержка и содействие со стороны государства, волонтерских организаций, бизнес-сектора и экспертного сообщества.

Портрет компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство

На данный момент корпоративное волонтерство в различной форме встречается в организациях следующего типа:

- компании с иностранным менеджментом, где это часть корпоративной культуры, привнесенной из-за рубежа;
- холдинги, где есть требования или традиции головной компании;
- организации, традиционно по всему миру заботящиеся об уменьшении или компенсации вредных последствий своих производств (нефтегазовая отрасль, добывающие и энергетические компании, табачные и алкогольные компании), что является частью социальной ответственности бизнеса.

По результатам исследования мы выделили следующие формы реализации социальной ответственности, принимаемой за корпоративное волонтерство:

- организация четко понимает различия между формами реализации социальной ответственности, верно понимает специфику корпоративного волонтерства. Системно реализует проекты корпоративного волонтерства. Эффективно использует инструменты вовлечения и мотивации корпоративных волонтеров;
- организация расценивает личное волонтерство своих сотрудников как корпоративное. Сотрудники участвуют в сторонних волонтерских проектах (организованных региональными НПО). Такое участие может быть индивидуальным или групповым;
- оказание ситуативной разовой помощи в своем регионе на основании запросов извне (обращения сотрудников, населения, местных НПО, местных государственных органов), без разделения на благотворительную и волонтерскую деятельность – таких организаций большинство. Этими вопросами, как правило, занимаются профсоюзы или инициативные группы сотрудников;
- оказание финансовой помощи в осуществлении волонтерских проектов сторонним организациям (спонсорство волонтерских инициатив) также иногда засчитывают как корпоративное волонтерство.

Наиболее популярные направления волонтерства среди организаций это социальное, экологическое и ЧС-волонтерство.

Низкая вовлеченность бизнес-сектора во многом связана с недостаточной осведомленностью о самом феномене корпоративного волонтерства, путях внедрения и выгодах корпоративного волонтерства для организации.

Еще одним серьезным барьером в развитии корпоративного волонтерства является низкая заинтересованность и вовлеченность топ-менеджмента компаний.

Недостаточным является и взаимодействие волонтерских организаций с бизнес-сектором.

Также явным барьером в развитии корпоративного волонтерства в казахстанских организациях различной направленности, размера и формы, является неготовность правовой и налоговой систем.

Социально-демографический портрет корпоративного волонтера

На сегодняшний момент в корпоративное волонтерство больше вовлечены люди, обладающие следующими характеристиками: 26–35-летние мужчины и женщины (женщины преобладают), с детьми до 18 лет и средним уровнем достатка (денег хватает на одежду, но не на покупку крупной бытовой техники), уделяющие волонтерской деятельности несколько часов в месяц.

В процессе общения с респондентами явно прослеживалось, что в большинстве организаций инициативной группой является совет молодежи, при этом руководители проектов стараются привлекать к волонтерству студентов и молодых и не акцентируют внимание на участии в такой деятельности представителей других возрастных групп. На этом основании можно сказать, что корпоративное волонтерство и волонтерство в целом расценивается респондентами исключительно как молодежная деятельность.

Эффективные методы и инструменты привлечения персонала к корпоративному волонтерству (вовлечение, мотивация, стимулирование и поощрение)

На данный момент комплексные методы и инструменты привлечения персонала к корпоративному волонтерству (вовлечение, мотивация, стимулирование и поощрение) есть только в нескольких компаниях из числа опрошенных.

Как ключевые факторы и принципы вовлечения персонала в корпоративное волонтерство называются:

- системность в подходе и последовательность в организации;
- вовлеченность и интерес топ-менеджмента компании;
- тесная взаимосвязь с корпоративной культурой;
- широкий выбор вариантов участия (гибкие графики, разнообразие форм и направлений);
- внутренние преференции для корпоративных волонтеров;
- широкое привлечение к проектам корпоративного волонтерства референтных групп сотрудников (вовлекают друзей и семьи);
- постоянная работа над повышением ценности корпоративного волонтерства, донесение смыслов.

При этом все опрошенные организации заинтересованы в новых и эффективных методах привлечения и мотивирования сотрудников в рамках корпоративного волонтерства.

Особенности взаимодействия компаний, вовлеченных в корпоративное волонтерство, с другими участниками волонтерской деятельности

На данный момент взаимодействие между участниками волонтерской деятельности носит фрагментарный локальный характер, поэтому делать общие выводы, характеризующие ситуацию по стране, не представляется возможным.

Следует отметить, что, безусловно, при налаженном взаимодействии волонтерской организации или НПО с компанией, качество реализуемых волонтерских проектов значительно повышается.

Одна из ключевых проблем в вопросах взаимодействия между бизнес-сектором, волонтерскими организациями (НКО, НПО) и бенефициарами – в отсутствии тех самых единых механизмов реализации корпоративного волонтерства. Нет закрепления на законодательном уровне, нет единой системы информирования, платформы для выстраивания коммуникаций. Вся работа строится на инициативах отдельных людей или групп.

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ И ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА ПО ИТОГАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Опираясь на полученные результаты были сформулированы следующие рекомендации:

1. Необходимо сформировать единое понимание термина «корпоративное волонтерство». Выработать единые принципы и стандарты работы в сфере корпоративного волонтерства.

В законе о волонтерстве необходимо закрепить понятие «корпоративное волонтерство».

Важно выработать и внести в закон единые принципы и стандарты работы в сфере корпоративного волонтерства. Это нужно сделать не формально, а внимательно изучив потребности и нужды всех заинтересованных лиц и возможности государства, создать реально работающие механизмы и процедуры.

Данную работу важно выделить в отдельный проект, в рабочую группу которого включить компании-флагманы в сфере корпоративного волонтерства, представителей волонтерских организаций, ведущих системную работу в области развития волонтерства, представителей государственного сектора, заинтересованных в развитии корпоративного волонтерства.

2. Необходимо обеспечить информационную поддержку бизнес-организаций, заинтересованных в развитии корпоративного волонтерства в своей компании.

Важно повысить осведомленность топ-менеджмента компаний различного уровня, масштаба и направленности бизнеса о возможностях и выгодах корпоративного волонтерства, эффективных путях, подходах и методах системной работы в области корпоративного волонтерства.

Необходимо показать, что корпоративное волонтерство доступно любой компании, независимо от направленности бизнеса, регионального расположения, типа управления, доступных средств и прочих факторов, через осведомленность о различных формах и способах реализации корпоративной волонтерской деятельности.

3. Необходимо обеспечить государственную поддержку корпоративного волонтерства.

Требуется создать благоприятные условия для развития корпоративного волонтерства: внести изменения в законодательную и налоговую системы, создать преференции для бизнес-организаций, реализующих корпоративное волонтерство.

Важно поддерживать корпоративное волонтерство через реализацию соответствующих государственных программ.

Следует ввести систему государственного страхования волонтеров, действующих в направлении ЧС-волонтерства.

4. Необходимо консолидировать положительный опыт и успешные практики привлечения персонала к корпоративному волонтерству.

Нужно создать диалоговую площадку, позволяющую компаниям, представителям волонтерских организаций и экспертам в области волонтерства обмениваться опытом, знаниями и идеями по практике внедрения, развития и организации корпоративного волонтерства; оказывать им практическую помощь и поддержку.

5. Необходимо обеспечить доступ к информации, важной для эффективной реализации корпоративного волонтерства.

Следует создать единую платформу, позволяющую всем заинтересованным группам (бизнес-сектор, НПО, волонтерские организации, бенефициары, государственный сектор, СМИ) обмениваться важной информацией (предложения, потребности, нужды, лучшие практики, методологическая поддержка и т.д.) и налаживать взаимодействие в области корпоративного волонтерства.

ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИТОГАМ КОНФЕРЕНЦИИ ГРАНТОВОГО ПРОЕКТА «ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ПРАКТИК КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА И ПРОВЕДЕНИЕ КОНФЕРЕНЦИИ»

В рамках конференции были проведены три секции, в которых приняли участие представители бизнес сектора, государственных органов и представители НПО.

В процессе работы секций участники делились опытом и своим взглядом на проблему развития корпоративного волонтерства (КВ) в Казахстане. Основные тезисы приведены в Приложениях (приложения 17-19 на русском, 20-22 на казахском). Также в ходе обсуждения были собраны рекомендации по развитию КВ:

1. Разработать внутренние стандарты по работе в сфере КВ

Участники сессий высказали потребности понять, как им еще развивать социальную политику, каковы возможности волонтерства, и как организовать работу на системном уровне. На данный момент работа не стандартизирована, не структурирована – все делается стихийно, как реакция на локальные нужды.

2. Наладить сотрудничество с региональными НПО

Есть прямой запрос на сотрудничество с волонтерскими организациями и экспертами в части передачи зарубежного опыта, экспертного мнения, «правильного» развития КВ. Есть потребность в экспертных советах по развитию КВ – участники ожидали этого в рамках данной конференции. Важно чтобы активные системно работающие НПО помогли, курировали работу по КВ.

3. Создать единые актуальные базы бенефициаров

Участники часто оказывались в ситуации, когда для осуществления адресной помощи запрашивали контакты нуждающихся граждан или семей в госорганах или НПО (у НПО данные тоже обычно от местных государственных органов), но по приезду обнаруживали людей «явно не бедных». Такая ситуация дискредитирует работу НПО, государственной местной власти и систему помощи в целом.

4. Признание КВ во внешней среде на национальном уровне

Участники сказали о важности придания статуса КВ на законодательном уровне. Необходимость разработки и реализации государственных программ поддержки и лояльности, возможности государственного премирования и наград в этой области.

5. Создать систему обмена опытом и наращивания компетенций в сфере КВ

Важно создать возможности и условия для обучения (тренинги, стажировки), обмена опытом (конференции, форумы, участие в международных проектах по КВ) и коллаборации (единая платформа, встречи, механизмы взаимодействия).

6. Создание условий для развития КВ со стороны государства

Участники говорили о потребности в поддержке государства. Эта поддержка может носить различные формы:

- Закрепление статуса Корпоративного волонтерства в Законе о волонтерстве.
- Закрепление статуса, ответственности и полномочий для волонтеров ЧС.
- Внесение изменений в Национальный план обеспечения готовности и действий к ликвидации разливов нефти на море, внутренних водоемах и в предохранительной

зоне РК. А также в территориальные/региональные планы обеспечения готовности и действий к ликвидации разливов нефти на море, внутренних водоемах и в предохранительной зоне РК (более подробно данная рекомендация описана в приложении 18).

- Внедрение механизмов регулирования обложений для налогообложения компаний, реализующих КВ.

7. Рекомендуемые следующие шаги

Рабочая и экспертная группа проекта по итогам проведенного исследования, конференции и опираясь на экспертный опыт в сфере волонтерства в целом, и корпоративного волонтерства в частности, предлагает в целях развития КВ в Казахстане и формирования единых принципов и стандартов в области КВ, в ближайший год инициировать следующие проекты:

- **Внесение дополнений в закон о волонтерстве**
Важно закрепить статус Корпоративного волонтерства на уровне закона.
- **Разработка единых подходов и стандартов внедрения и развития КВ.**
На наш взгляд должны быть разработаны и внесены следующие ключевые моменты:
 - Единая формулировка (и понимание) термина «Корпоративное волонтерство», прописаны отличия от благотворительной деятельности и корпоративной социальной ответственности.
 - Принципы корпоративной волонтерской деятельности.
 - Направления КВ.
 - Возможности и выгоды КВ (для общества, для компании, для государства).
 - Формы реализации КВ в организациях различного типа.
 - Критические требования и условия для успешности внедрения КВ.
 - Алгоритмы организации работы.
 - Возможности сотрудничества с НПО сектором.
 - Ключевые инструменты по работе с персоналом в рамках КВ (вовлечение, мотивация, обучение, развитие корпоративной культуры, формирование команд КВ).

8. Создание справочного пособия для организаций различного типа по внедрению и развитию Корпоративного волонтерства.

Эти восемь шагов, на наш взгляд, станут логическим продолжением системной работы по развитию корпоративного волонтерства в Казахстане, так успешно стартовавшей в «Год волонтера», объявленный президентом РК К.К. Токаевым.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Вопросы для фокус-группы корпоративных волонтеров

1. Что для Вас корпоративное волонтерство и что оно Вам лично дает? Произошли ли изменения в Вашей жизни, в профессиональных навыках, в другом?
2. Появились ли у Вас личные инициативы, которые Вы бы хотели реализовать? Схожи ли они с текущим/прошедшим проектом? Какие? Как компания (руководство) поддерживает Вашу волонтерскую деятельность?
3. Как Вы думаете, что есть самое ценное в волонтерстве как в социальном явлении (какие ценности оно несет)? Насколько Ваше мнение о волонтерстве поменялось в рамках корпоративного волонтерства?
4. В процессе своей волонтерской деятельности с какими проблемами и трудностями Вы сталкиваетесь (говоря о взаимодействии и организационных деталях)?
5. Какие рекомендации/пожелания есть у Вас по развитию корпоративного волонтерства для компаний, которые собираются им заниматься?

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Вопросы для фокус-группы представителей НПО

1. По каким критериям Вы выбираете компании для сотрудничества по корпоративному волонтерству?
2. По каким критериям компании выбирают сотрудничать с НПО или нет?
3. С какими трудностями Вы сталкиваетесь при сотрудничестве с компаниями в рамках корпоративного волонтерства?
4. Имеет ли программа, реализованная усилиями корпоративных волонтеров, какие-то побочные (неожиданные) эффекты, позитивные или негативные?
5. Если Вы получали отказы бизнес-сектора в сотрудничестве, чем это было аргументировано?
6. Как Вы думаете, какую выгоду получают или могли бы получать компании от участия в корпоративном волонтерстве?
7. Что бы Вы могли порекомендовать для развития корпоративного волонтерства в стране?
8. Как Вы оцениваете уровень развития корпоративного волонтерства в Казахстане?
9. Как Вы думаете, какую выгоду получают или могли бы получать волонтеры от участия в корпоративном волонтерстве?

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Вопросы для фокус-группы руководителей проектов корпоративного волонтерства

1. Каковы Ваши обязанности в данном проекте?
2. Из каких источников вы получаете информацию о волонтерской деятельности, о возможности поучаствовать в каком-либо проекте?
3. Приходится ли Вам разъяснять понятие, смысл и ценности волонтерства сотрудникам?
4. На какую сферу ориентируется большая часть корпоративной волонтерской деятельности вашей компании?
5. По каким критериям Вы определяете направление деятельности корпоративного волонтерства в Вашей компании, возможность участия в проекте?
10. По каким критериям Вы отбираете сотрудников для проектов корпоративного волонтерства?
11. Кто в вашей компании курирует волонтерские инициативы?
12. Как Вы думаете, по какой причине у Вас не было опыта сотрудничества с НПО в области корпоративного волонтерства?
13. Как Вы думаете, какие факторы влияют на деятельность корпоративного волонтерства?
14. Что влияет на частоту реализации проектов корпоративного волонтерства?
15. Была ли польза от корпоративного волонтерства, которую Вы ранее не ожидали?
16. Какие качественные/количественные изменения произошли в компании с внедрением корпоративного волонтерства?
17. По каким критериям Вы выбираете НПО и принимаете решение о сотрудничестве по корпоративному волонтерству?
18. С какими трудностями Вы сталкиваетесь при сотрудничестве с НПО в рамках корпоративного волонтерства?
19. Какие инструменты мотивации Вы используете по отношению к вашим корпоративным волонтерам?
20. Какую именно информацию Вы бы хотели получать от экспертов по волонтерству?
21. Какую именно помощь по корпоративному волонтерству Вы бы хотели получать со стороны НПО?
22. Какую именно информацию и помощь по корпоративному волонтерству Вы бы хотели получать со стороны государственных органов?
23. Как Вы думаете, какие факторы больше всего влияют на деятельность корпоративного волонтерства?
24. В процессе своей волонтерской деятельности с какими проблемами и трудностями Вы сталкиваетесь (говоря о взаимодействии с госорганами, НПО, учреждениями и др. и об организационных деталях)?
25. Какие рекомендации/пожелания есть у Вас по развитию корпоративного волонтерства для компаний, которые собираются им заниматься?

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Корпоративті волонтерлар үшін фокус-топқа арналған сұрақтар

1. Компания (басшылық) Сіздің волонтерлік қызметіңізді қалай қолдайды?
2. Сіз үшін КВ деген не және тікелей сізге не береді? (өміріңізде өзгерістер болды ма– кәсіби дағдылар, т.б.). Жүзеге асырғыңыз келген жеке бастамаларыңыз пайда болды ма? Бастамаларыңыз қазіргі/өткен жобаларға ұқсас па? Қандай?
3. Сіздің ойыңызша, волонтерліктің қоғамдық құбылыс ретінде қандай құндылығы бар? (қандай құндылықтарға ие)
4. КВ-мен айналысайын деп жатқан компанияларға КВ-ны дамыту бойынша қандай ұсынысыңыз/тілегіңіз бар?
5. Волонтерлік қызмет барысында қандай мәселелер мен қиындықтарға тап болдыңыз? (өзара қарым-қатынас және ұйымдастыру мәселесі) (мем.органдар, ҮЕҰ, мекемелер, т.б.)
6. Корпоративті волонтерлік тәжірибесі аясында волонтерлік туралы ойыңыз қаншалықты өзгерді?

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

ҮЕҰ өкілдері үшін фокус-топқа арналған сұрақтар

1. ҚВ бойынша серіктестік үшін компанияларды қандай критерийлермен таңдайсыздар?
2. Компаниялар ҮЕҰ-мен серіктестікті қандай критерийлер бойынша таңдайды немесе ондай жоқ па?
3. ҚВ аясында компаниялармен серіктестік құруда қандай қиындықтарға тап боласыздар?
4. Корпоративтік волонтерлермен жүзеге асқан бағдарламалардың қандай да болсын жанама, жақсы немесе жаман әсері бар ма?
5. Егер осы уақытқа дейін бизнес-сектор сіздермен серіктестіктен бас тартқан жағдайлар болған болса, олар бұл әрекеттерін қалай негіздей алды?
7. Сіздің ойыңызша, компаниялар корпоративті волонтерлікке қатысу арқылы қандай пайда тауып жатыр немесе таба алар еді?
8. Еліміздегі корпоративті волонтерлікті дамыту үшін қандай ұсынысыңыз бар?
9. Қазақстандағы корпоративті волонтерліктің даму деңгейін қалай бағалайсыз?
10. Сіздің ойыңызша, волонтерлар корпоративті волонтерлікке қатысу арқылы қандай пайда тауып жатыр немесе таба алар еді?

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

КВ жобаларының жетекшілері үшін фокус-топқа арналған сұрақтар

1. Бұл жобадағы сіздің жауапкершілігіңіз қандай?
2. Волонтерлік қызмет пен жобаға қатысу мүмкіндігі туралы ақпаратты қандай дереккөздерден аласыздар?
3. Қызметкерлерге волонтерлік ұғымын, түсінігін және құндылығын түсіндіруге тура келеді ме?
4. Сіздің компанияңыздағы КВ қызметінің көп бөлігі қай салаға бағытталған?
5. Сіздің компанияңыздағы КВ қызметінің бағыты мен жобаға қатысу мүмкіндігін қандай критерийлер бойынша анықтайсыздар?
6. КВ жобалары үшін қызметкерлерді қандай критерийлер бойынша іріктейсіздер?
7. Сіздің компанияңызда волонтерлік бастамаларға кім жетекшілік етеді?
8. КВ саласында компанияңызда ҮЕҰ-мен серіктестіктің болмау себебі неде деп ойлайсыз?
9. Сіздің ойыңызша, КВ қызметіне қандай факторлар әсер етеді?
11. КВ жобаларының іске асу жиілігіне не әсер етеді?
12. Корпоративті волонтерлік сіз күтпеген пайданы әкелген жағдайлар болды ма?
13. КВ енгізгеннен соң, компанияда қандай сандық және/немесе сапалық өзгерістер орын алды?
14. Қандай критерийлер бойынша сіздер ҮЕҰ-ны таңдап, КВ бойынша серіктесу туралы шешімге келесіздер?
15. КВ аясында ҮЕҰ-мен серіктес болған кезде қандай қиындықтарға тап боласыз?
16. Корпоративті волонтерлерге қатысты қандай ынталандыру құралдарын қолданасыз?
17. Волонтерлік саласындағы сарапшылардан нақты қандай ақпарат алғыңыз келеді?
18. ҮЕҰ тарапынан КВ бойынша нақты қандай көмек алғыларыңыз келеді?
19. Мемлекеттің органдар тарапынан КВ бойынша нақты қандай көмек және ақпарат алғыларыңыз келеді?
20. Сіздің ойыңызша, КВ қызметіне қандай факторлар көбірек әсер етеді?
21. Волонтерлік қызмет барысында қандай мәселелер мен қиындықтарға тап болдыңыздар? (өзара қарым-қатынас және ұйымдастыру мәселесі) (мем. органдар, ҮЕҰ, мекемелер, т.б.)
22. КВ қызметімен айналысайын деп жатқан компанияларға КВ-ны дамытуға қатысты қандай ұсынысыңыз/тілегіңіз бар?

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

Вопросы для фокус-групп/интервью международных экспертов по корпоративному волонтерству

1. Как Вы думаете, какова общая ситуация по корпоративному волонтерству в Казахстане? Какая динамика существует (положительная/негативная) на сегодняшний день? Почему?
2. Как Вы думаете, если сравнивать уровень развития корпоративного волонтерства Казахстана с другими странами – как сильно мы отличаемся? Чем именно и почему?
3. Есть ли какие-то лучшие мировые практики корпоративного волонтерства, на которые бы Вы посоветовали обратить внимание казахстанским организациям?
4. Что бы Вы порекомендовали для развития корпоративного волонтерства в Казахстане исходя из своего опыта?
5. Как бы Вы оценили корпоративное волонтерство в Казахстане?
6. Есть ли у Вас рекомендации для развития корпоративного волонтерства?
7. Как Вы думаете, компании каких отраслей активнее всего вовлечены в корпоративное волонтерство? Почему это происходит?
8. По Вашему мнению, почему организации из других секторов также активно не вовлечены в корпоративное волонтерство?
9. Как Вы думаете, представители каких отраслей могли бы быть вовлечены в корпоративное волонтерство? Какие компании могли бы использовать международный опыт и внедрить в свою практику?

ПРИЛОЖЕНИЕ 8

КВ бойынша сарапшылар үшін сұхбатқа арналған сұрақтары

1. Сіздің ойыңызша, Қазақстанда КВ-ның жалпы жағдайы қандай? Қазіргі таңда оның динамикасы (оң/теріс) қандай? Не себепті?
2. Сіз қалай ойлайсыз, егер Қазақстандағы КВ-ның даму деңгейін басқа елдермен салыстырсақ, біз қаншалықты дамығанбыз/артта қалдық? Нақты қай жағынан және неге?
3. Қазақстандық бастамаларға ұстануды кеңес беретіндей КВ-ның ең мықты деген қандайда бір әлемдік практикасы бар ма?
4. Өз тәжірибеңізге сүйене отырып, Қазақстандағы корпоративті волонтерлікті дамыту үшін не ұсынар едіңіз?
5. Қазақстандағы корпоративті волонтерлікке қандай баға бересіз?
6. Корпоративті волонтерлікті дамыту бойынша ұсыныстарыңыз бар ма?
7. Сіздің ойыңызша, қай саладағы компаниялар КВ қызметіне белсене ат салысады? Неліктен бұлай болып жатыр?
8. Сіздің ойыңызша, басқа сектордағы ұйымдар неге корпоративті волонтерлікке белсене қатыспайды?
9. Сіздің ойыңызша, қай салалардың өкілдері ат салыса алады? Қандай компаниялар халықаралық тәжірибені қолданып, өз тәжірибесіне енгізе алар еді?

ПРИЛОЖЕНИЕ 9

Вопросы для интервью с руководителями компаний

До проведения интервью необходимо собрать следующую информацию:

- возраст респондента;
- образование;
- сфера деятельности компании;
- количество сотрудников;
- стаж работы.

Список открытых вопросов для интервью:

1. Расскажите, пожалуйста, об опыте корпоративного волонтерства в Вашей компании. Как долго у вас существуют проекты корпоративного волонтерства? Кто был инициатором проектов?
2. Какие проекты были у вас инициированы? Как вы находите площадки (зону оказания помощи) для корпоративного волонтерства?
3. Какие каналы информации используете?
4. По каким критериям определяете направление деятельности корпоративного волонтерства в вашей компании, возможность участия в проекте?
5. Приходилось ли вам разъяснять понятие, смысл и ценности корпоративного волонтерства сотрудникам? Насколько ваши сотрудники были в курсе корпоративного волонтерства?
6. Какую пользу вы получили от проекта корпоративного волонтерства? Была ли от корпоративного волонтерства такая польза, которую вы ранее не ожидали?
7. Какие качественные и/или количественные изменения произошли в компании с внедрением корпоративного волонтерства?
8. Расскажите, пожалуйста, о Вашем личном опыте в волонтерстве (если он был)? Что Вас мотивирует?
9. Ваши рекомендации/пожелания по развитию корпоративного волонтерства: какие условия необходимы для развития корпоративного волонтерства в Казахстане?

ПРИЛОЖЕНИЕ 10

Компания басшыларымен сұхбат үшін сұрақтар

Сұхбат алу үшін келесі ақпараттарды жинау керек:

- респонденттің (жауап беруші) жасы;
- білімі;
- компанияның қызмет ету саласы;
- қызметкерлер саны;
- жұмыс өтілімі (тәжірбиесі).

Сұхбат үшін ашық сұрақтар тізімі:

1. Сіздің компанияңыздағы корпоративті волонтерлік тәжірбиесі туралы айтып беріңізші. Сіздер корпоративті волонтерлік идеясына қалай келдіңіздер? Компанияңыз онымен қанша уақыттан бері айналысып келеді?
2. Корпоративтік волонтерлік үшін алаңды (көмек көрсету аймағын) қалай табасыздар, ақпараттың қандай каналын қолданасыздар?
3. Сіздің компанияңыздағы КВ қызметінің бағыты мен жобаға қатысу мүмкіндігін қандай критерийлер бойынша анықтайсыздар?
4. Қызметкерлерге КВ ұғымын, түсінігін және құндылығын түсіндірген кездеріңіз болды ма? Сіздің қызметкерлеріңіз КВ туралы қаншалықты хабардар еді?
6. КВ жобасынан қандай пайда алдыңыздар?
7. Корпоративті волонтерлік сіз күтпеген пайданы әкелген жағдайлар болды ма?
8. КВ енгізгеннен соң, компанияда қандай сандық және/немесе сапалық өзгерістер орын алды?
9. Сіздің компанияңыздың соңғы волонтерлік қызмет тәжірбиесі туралы айтып өтсеңіз.
10. Жеке волонтерлік тәжірбиеніз туралы айта кетсеңіз (егер бар болса). Сізді не ынталандырды?
11. Корпоративті волонтерліктің дамуына қатысты ұсынысыңыз/тілегіңіз: Қазақстандағы корпоративті волонтерліктің дамуы үшін қандай жағдайлар қажет?

ПРИЛОЖЕНИЕ 11

Анкеты для корпоративных волонтеров

Ссылка:

https://qfreeaccountssjc1.az1.qualtrics.com/jfe/form/SV_aVOcY1e63vg9gl7

Здравствуйтесь!

Спасибо за уделенное время, Ваши ответы помогут нам изучить положительный опыт корпоративного волонтерства в Казахстане. Напоминаем, что вся предоставленная Вами частная информация будет сохранена в строгой конфиденциальности.

Для экономии Вашего времени мы ввели сокращение КВ – Корпоративное Волонтерство.

** Звездочкой отмечены поля, обязательные для заполнения.*

РАЗДЕЛ № 1. СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ БЛОК ВОПРОСОВ

Вопрос № 1

Укажите, в какой компании Вы работаете.

Вопрос № 2

Укажите Ваш пол.

Мужской

Женский

Вопрос № 3

Сколько полных лет Вам исполнилось?

18–25

26–35

36–45

46–55

56–65

Старше 65

Вопрос № 4

Укажите место проживания (населенный пункт), где Вы живете в настоящее время.

Вопрос № 5

Укажите Ваше семейное положение.

Женат/замужем

Холост/не замужем

Разведен/разведена

Вдовец/вдова

Живем вместе, но в официальном браке не состоим

Отказ от ответа

Вопрос № 6

Укажите, пожалуйста, есть ли у Вас дети до 18 лет.

Да

Нет

Вопрос № 7

Укажите уровень Вашего образования.

Неполное среднее (не окончена средняя школа)

Среднее общее (окончена средняя школа)

Среднее специальное

Незаконченное высшее (обучение в вузе без получения диплома)

Высшее (местный университет)

Высшее (международный университет)

Вопрос № 8

Укажите, пожалуйста, Вашу должность.

Специалист/рядовой сотрудник

Руководитель подразделения/средний менеджмент

Руководитель, зам. руководителя предприятия/топ-менеджмент

Вопрос № 9

Выберите наиболее точный ответ, который соответствует вашему материальному положению (без учета возможности получения кредита).

Денег не хватает даже на питание

На питание денег хватает, но не хватает на покупку одежды и обуви

На покупку одежды и обуви денег хватает, но не хватает на покупку бытовой техники

Денег вполне хватает на покупку крупной бытовой техники, но мы не можем купить новую машину

Денег хватает на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира, дом

Материальных затруднений не испытываем, при необходимости могли бы приобрести квартиру, дом

РАЗДЕЛ № 2. ОСНОВНОЙ БЛОК ВОПРОСОВ**Вопрос № 10**

Допускаете ли Вы для себя возможность участвовать в оказании волонтерской помощи вне своей организации?

Безусловно допускаю

Скорее допускаю

Скорее исключаю

Безусловно исключаю

Затрудняюсь ответить

Вопрос № 11

Поясните, почему (комментарий к вопросу № 10)? (возможно несколько вариантов ответов)

Это важно для меня

Это важно для моей компании

Это важно для общества

Это важно для страны

Не знаю, как заниматься волонтерством самостоятельно

Занимаюсь этим только в рамках основной трудовой деятельности
Мне это неинтересно

Вопрос № 12

Доводилось ли Вам принимать участие в корпоративных волонтерских мероприятиях, организованных вашей компанией за последний год? Как именно Вы участвовали? (возможно выбрать несколько вариантов)

- Не принимал(а) участия
- Предложил(а) идею и организовывал(а) волонтерскую акцию
- Принимал(а) личное участие в волонтерских акциях
- Принимал(а) личное участие вместе с членами моей семьи
- Принимал(а) личное участие вместе с друзьями, не являющимися работниками компании
- Затрудняюсь ответить

Вопрос № 13

Сколько времени Вы уделяете волонтерской деятельности в рамках проекта КВ?

- Несколько часов в день
- Несколько часов в неделю
- Несколько часов в месяц
- Несколько часов в год

Вопрос № 14

Пожалуйста, опишите все причины, которые лучше всего описывают, почему лично Вы участвуете в мероприятиях КВ (возможно выбрать несколько вариантов)

- В этой деятельности участвуют мои руководители
- Потому что мои коллеги тоже участвуют в этой деятельности
- Эта деятельность улучшает мои отношения с коллегами по работе
- Нравятся поощрения со стороны компании
- Эта деятельность может помочь мне в карьере
- Это позволяет мне научиться чему-то новому
- Эта деятельность важна для компании
- Это соответствует моим религиозным принципам
- Потому что обладаю специальными знаниями и умениями, важными для решения проблем
- Это интересно и нужно для личной самореализации
- Я получаю положительные эмоции, удовлетворение
- Я хочу помочь конкретным людям
- Это хорошая форма проведения досуга
- Моя семья, родственники поддерживают меня в этом
- Считаю эту деятельность своим моральным долгом
- Эта деятельность важна для развития моей страны
- Ничего из перечисленного
- Затрудняюсь ответить
- Другое

Вопрос № 15

Проходили (проходите) ли Вы подготовительные мероприятия для корпоративного волонтерства? Какие?

Вопрос № 16

Если говорить в целом – каким проблемам, каким задачам и направлениям были посвящены мероприятия КВ, в которых Вы принимали участие за последний год?

Волонтерство в медицине (добровольная деятельность в сфере здравоохранения, призванная повысить качество медицинской помощи на всех ее этапах)

Экологическое волонтерство (добровольная деятельность, направленная на сохранение окружающей среды)

Социальное волонтерство (добровольная деятельность, направленная на помощь следующим категориям граждан: дети, нуждающиеся в особом внимании государства, пожилые люди, ветераны, люди с особыми потребностями)

Медиа-волонтерство (добровольная деятельность по информационному освещению социальных проектов, популяризации волонтерского движения)

Событийное волонтерство (добровольная деятельность на спортивных, социокультурных, образовательных и иных мероприятиях местного, регионального, республиканского и международного уровня)

Волонтерство с животными (добровольная деятельность, направленная на защиту и помощь животным)

ЧС-волонтерство (добровольная деятельность в области защиты населения и территорий от ЧС, содействия службам экстренного реагирования в профилактике и ликвидации ЧС, популяризации культуры безопасности среди населения)

Культурное волонтерство (добровольная деятельность, направленная на сохранение и продвижение культурного достояния, создание атмосферы открытости и доступности культурных пространств, формирование культурной идентичности, популяризацию культурной сферы среди молодежи и сохранение исторической памяти)

Спортивное волонтерство (добровольная деятельность, направленная на пропаганду здорового образа жизни, спорта, профилактику негативных проявлений, вредных привычек)

Pro bono волонтерство (оказание профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям на безвозмездной основе)

Онлайн-волонтерство (онлайн-волонтерство, кибер-волонтерство, цифровое волонтерство, е-волонтерство, тип волонтерской деятельности, которая осуществляется дистанционно с помощью Интернета)

Этно-волонтерство (участие в укреплении мира, дружбы и согласия между народами, предотвращении социальных, межнациональных, межконфессиональных, межэтнических, религиозных конфликтов)

IT-волонтерство (высокотехнологичная помощь некоммерческим организациям, благотворительным фондам и другим социальным проектам, связанная с дизайном, созданием и продвижением сайтов, разработкой приложений и тому подобными вещами)

Международное волонтерство (участие в международных волонтерских программах с целью объединения людей из разных стран с общим интересами для распространения идей мира и национальной терпимости посредством получения интернационального обмена)

Вопрос № 17

Как компания (руководство) поддерживает Вашу волонтерскую деятельность?

Благодарим Вас за участие в нашем исследовании и развитии волонтерской деятельности в Казахстане!

Ваше мнение было очень важно для нас.

ПРИЛОЖЕНИЕ 12

Вопросы для анкеты для руководителей проектов по корпоративному волонтерству

Ссылка:

<https://docs.google.com/forms/d/1vINEBo0EZvOIFV04pH1rpp19Exlsgc-4xrp5H5IcrGM/edit>

Здравствуйтесь!

Спасибо за уделенное время, Ваши ответы помогут нам изучить положительный опыт корпоративного волонтерства в Казахстане. Напоминаем, что вся предоставленная Вами частная информация будет сохранена в строгой конфиденциальности.

Для экономии Вашего времени мы ввели сокращение КВ – Корпоративное Волонтерство.

** Звездочкой отмечены поля, обязательные для заполнения.*

РАЗДЕЛ № 1. СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ БЛОК ВОПРОСОВ

Вопрос № 1

Укажите, пожалуйста, Ваш возраст.

18–25 лет

26–35 лет

36–45 лет

46–55 лет

56–65 лет

Старше 65 лет

Вопрос № 2

Укажите, пожалуйста, Ваше образование.

Среднее общее (окончена средняя школа)

Среднее специальное

Незаконченное высшее (обучение в ВУЗе без получения диплома)

Высшее (местный университет)

Высшее (международный университет)

Вопрос № 3

Какую должность Вы занимаете?

Специалист

Главный специалист

Заместитель начальника отдела

Начальник отдела

Заместитель начальника департамента

Начальник департамента

Не являюсь сотрудником компании (стажер, практикант, интерн и тд)

Вопрос № 4

Какое количество сотрудников в вашей компании?

Вопрос № 5**Какое подразделение компании Вы представляете?****Вопрос № 6****Как долго Вы работаете на Вашей позиции?**

до 6 месяцев

6 месяцев – 1,5 года

1,5–3 года

3–5 лет

больше 5 лет

РАЗДЕЛ № 2. ОСНОВНОЙ БЛОК ВОПРОСОВ**Вопрос № 7****Каковы Ваши обязанности в проекте КВ? (возможно выбрать несколько вариантов)**

Поиск идеи, инициация волонтерского проекта

Отслеживание социальных запросов

Поиск площадок для КВ

Организация и планирование процесса (график, ответственности, сроки, ресурсы)

Подбор и отбор волонтеров

Коммуникация и договоренности между всеми сторонами, вовлеченными в процесс КВ

Общая координация корпоративной волонтерской деятельности

Контроль процесса (график, ответственности, сроки, ресурсы)

Освещение мероприятий

Составление отчета для руководства

Составление отчета для общественности

Обучение корпоративных волонтеров

Вопрос № 8**Из каких источников Вы получаете информацию о волонтерской деятельности, о возможности поучаствовать в каком-либо проекте? (возможно выбрать несколько вариантов)**

НПО, внешние волонтеры

Гос органы

СМИ

Запрос от самих бенефициаров

«Сарафанное радио»

От бизнес-партнеров

От сотрудников

Социальные сети

Вопрос № 9**Какова была готовность сотрудников компании к участию в КВ?**

	Полностью согласен/согласна	Частично согласен/согласна	Затрудняюсь ответить	Не совсем согласен/согласна	Совсем не согласен/согласна
Мне приходилось разъяснять понятие, смысл и ценности волонтерства сотрудникам					
Сотрудники были изначально согласны принять участие в проекте КВ					
Сотрудники были изначально готовы (имели достаточно знаний и навыков) к реализации деятельности КВ					

Вопрос № 10**По каким критериям Вы определяете направление деятельности КВ в Вашей компании, возможность участия в проекте? (возможно выбрать несколько вариантов)**

Бизнес-интерес (совпадение по направлению деятельности, целевой аудитории и др.)

Миссия компании

Социальные потребности

Выбор на уровне головной компании

По ситуации

По возможности

Привязываем к официальным датам и праздникам (1 июня помогаем детям, 9 мая – ветеранам и пр.)

Вопрос № 11**На какую сферу ориентируется бóльшая часть корпоративной волонтерской деятельности Вашей компании? (возможно выбрать несколько вариантов)**

Волонтерство в медицине (добровольная деятельность в сфере здравоохранения, призванная повысить качество медицинской помощи на всех ее этапах)

Экологическое волонтерство (добровольная деятельность, направленная на сохранение окружающей среды)

Социальное волонтерство (добровольная деятельность, направленная на помощь следующим категориям граждан: дети, нуждающиеся в особом внимании государства, пожилые люди, ветераны, люди с особыми потребностями)

Медиа-волонтерство (добровольная деятельность по информационному освещению социальных проектов, популяризации волонтерского движения)

Событийное волонтерство (добровольная деятельность на спортивных, социокультурных, образовательных и иных мероприятиях местного, регионального, республиканского и международного уровня)

Волонтерство с животными (добровольная деятельность, направленная на защиту и помощь животным)

ЧС-волонтерство (добровольная деятельность в области защиты населения и территорий от ЧС, содействия службам экстренного реагирования в профилактике и ликвидации ЧС, популяризации культуры безопасности среди населения)

Культурное волонтерство (добровольная деятельность, направленная на сохранение и продвижение культурного достояния, создание атмосферы открытости и доступности культурных пространств, формирование культурной идентичности, популяризацию культурной сферы среди молодежи и сохранение исторической памяти)

Спортивное волонтерство (добровольная деятельность, направленная на пропаганду здорового образа жизни, спорта, профилактику негативных проявлений, вредных привычек)

Pro bono волонтерство (оказание профессиональной помощи благотворительным, общественным и иным некоммерческим организациям на безвозмездной основе)

Онлайн волонтерство (онлайн-волонтерство, кибер-волонтерство, цифровое волонтерство, e-волонтерство – тип волонтерской деятельности, которая осуществляется дистанционно с помощью Интернета)

Этно-волонтерство (участие в укреплении мира, дружбы и согласия между народами, предотвращении социальных, межнациональных, межконфессиональных, межэтнических, религиозных конфликтов)

IT-волонтерство (высокотехнологичная помощь некоммерческим организациям, благотворительным фондам и другим социальным проектам, связанная с дизайном, созданием и продвижением сайтов, разработкой приложений и тому подобными вещами)

Международное волонтерство (участие в международных волонтерских программах с целью объединения людей из разных стран с общими интересами для распространения идей мира и национальной терпимости посредством получения интернационального обмена)

Вопрос № 12

Какой масштаб Вашей корпоративной волонтерской деятельности?

Локальный масштаб (пример – одна/несколько площадок в городе)

Региональный масштаб (пример – одна/несколько площадок в области)

Национальный масштаб

Международный масштаб

Вопрос № 13

Какой из предложенных типов корпоративного волонтерства больше всего относится к Вашей компании?

Волонтерство, инициируемое руководством компании

Волонтерство, инициируемое сотрудниками

Волонтерство, инициируемое головной компанией (если компания международная)

Волонтерство, инициируемое НПО

Вопрос № 14

Как часто Ваша компания реализует корпоративные волонтерские проекты?

Раз в неделю

Раз в квартал

Раз в полугодие

Раз в год

По ситуации

Вопрос № 15

Какое количество сотрудников вовлечено в КВ?

Вопрос № 16

Какие инструменты мотивации Вы используете по отношению к Вашим корпоративным волонтерам?

Вопрос № 17

По каким критериям Вы отбираете сотрудников для КВ проектов? (возможно выбрать несколько вариантов)

Инициатива сотрудника (принимают участие все, кто желает)

Принимают участие лучшие работники (знак поощрения)

Обязательное количество сотрудников для проекта КВ от каждого подразделения

Конкурс на участие в проекте КВ

Рекомендации руководителей на участие определенных сотрудников в проекте
 Рекомендации HR-службы на участие определенных сотрудников в проекте

Вопрос № 18

Какие сотрудники Вашей компании больше всего задействованы в волонтерских инициативах?

	Руководящий состав	Среднее звено менеджеров	Специалисты и рядовые сотрудники
Инициатируют/предлагают идеи			
Планируют/организуют			
Реализуют (являются волонтерами)			

Вопрос № 19

Кто в Вашей компании курирует волонтерские инициативы?

Руководитель проектов по КВ
 Руководство
 Никто
 По ситуации (стихийно)

Вопросы № 20

Какого рода выгоду Ваша компания ожидает от проектов? (возможно выбрать несколько вариантов)

Это важно для общества (КВ несет социальную ценность)
 Это важно для сотрудников (КВ несет частную некорпоративную ценность)
 Это важно для компании (КВ несет внутреннюю корпоративную ценность)
 Это важно для наших продуктов и услуг нашей компании (КВ несет имиджевую ценность)
 Это важно для потенциальных инвестиций (КВ несет финансовую и инвестиционную ценность)

Вопрос № 21

Насколько Ваша компания достигла ожидаемой выгоды?

	1 (не достигли)	2	3	4	5 (достигли в полной мере)	Не вошло в ожидания
Это важно для общества (КВ несет социальную ценность)						
Это важно для сотрудников (КВ несет частную некорпоративную ценность)						
Это важно для компании (КВ несет внутреннюю корпоративную ценность)						
Это важно для наших продуктов и услуг нашей компании (КВ несет имиджевую ценность)						
Это важно для потенциальных инвестиций (КВ несет финансовую и инвестиционную ценность)						

Вопрос № 22

Участие в корпоративной волонтерской деятельности положительно повлияло на сотрудников, на уровень их знаний/экспертизы/практических навыков

Совсем не согласен/а	1	2	3	4	5	Полностью согласен/а

Вопрос № 23

Был ли у Вас опыт сотрудничества с НПО в области КВ?

Да
Нет

Вопрос № 24

Кто был инициатором данного сотрудничества?

Вы (представители компании)
НПО

Вопрос № 25

Кто администровал проект?

Вы (представители компании)
НПО
Совместное управление

Вопрос № 26

**По каким критериям Вы выбираете НПО и принимаете решение о сотрудничестве по КВ?
(возможно выбрать несколько вариантов)**

Стаж работы НПО
Узнаваемость и имидж НПО
Прошлый опыт взаимодействия НПО
Сторонние рекомендации

Вопрос № 27

По какой причине у Вас не было опыта сотрудничества с НПО в области КВ?

Не было потребности
Сотрудничество не получилось
Другое

Вопрос № 28

Есть ли в компании план или стратегия по развитию КВ?

Да
Нет

Вопрос № 29

Как часто обновляется план или стратегия по развитию КВ?

1 раз в месяц
1 раз в полгода
1 раз в год
Обновления еще не было
По мере необходимости
Другое

Вопрос № 30

Есть ли в компании политика КВ (документ)?

Да
Нет
Затрудняюсь ответить

Вопрос № 31

Собирается ли Ваша компания продолжать свою корпоративную волонтерскую деятельность в будущем?

- Да, это в приоритете
- Да, но это не в приоритете
- Еще не решили
- Нет, не продолжим

Вопрос № 32

Почему (комментарий к вопросу № 31)?

Вопрос № 33

Как Вы думаете, какие факторы больше всего влияют на КВ деятельность?

- Внешние
- Внутренние

Вопрос № 34

Проводятся ли в Вашей компании тренинги и обучение волонтерской деятельности?

- Да, всегда
- Иногда
- Редко
- Нет

Вопрос № 35

Если да, то какие именно тренинги? (Если Ваш ответ «нет» на предыдущий вопрос, выберите вариант «Не проводятся»)

- Тренинги по повышению общих навыков (soft skills)
- Тренинги специфических навыков для волонтерской деятельности
- Тренинги по волонтерству
- Не проводятся

Вопрос № 36

Оплачивает ли (готова ли) Ваша компания (руководство) дни отсутствия Вас на рабочем месте в связи с осуществлением волонтерской деятельности (оказанию помощи)?

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить
- Не соответствует нашей ситуации

Вопрос № 37

Готова ли компания предоставить свои материальные ресурсы (компьютер, транспорт, средства индивидуальной защиты, оплату билетов, гостиницы при необходимости и пр.) для волонтерской деятельности?

- Да
- Нет
- Не требуется для нашей деятельности КВ

Вопрос № 38

Покрывает ли Ваша медицинская страховка возможные увечья/болезни и пр. в результате волонтерской деятельности (например, при ЧС)?

Да

Нет

Не требуется для нашей деятельности КВ

Вопрос № 39

Освещаете ли Вы в СМИ или на собственных информационных ресурсах КВ деятельность Вашей компании?

Да, всегда

Иногда

Редко

Нет

Вопрос № 40

Сообщали ли Вы своим заинтересованным сторонам (инвесторам, вкладчикам, партнерам) о том, что занимаетесь волонтерской деятельностью?

Да, всегда

Иногда

Редко

Нет

Вопрос № 41

Заинтересованы ли Вы в получении дополнительной информации о КВ и помощи со стороны экспертов по волонтерству?

Да

Нет

Возможно

Затрудняюсь ответить

Вопрос № 42

Заинтересованы ли Вы в получении помощи по КВ со стороны НПО?

Да

Нет

Возможно

Затрудняюсь ответить

Вопрос № 43

Заинтересованы ли Вы в получении помощи по КВ со стороны государственных органов?

Да

Нет

Возможно

Затрудняюсь ответить

Благодарим Вас за участие в нашем исследовании и развитии волонтерской деятельности в Казахстане!

Ваше мнение было очень важно для нас.

ПРИЛОЖЕНИЕ 13

Анкеты для представителей НПО (перед участием в фокус-группах)

Ссылка:

https://qfreeaccountssjc1.az1.qualtrics.com/jfe/form/SV_3y1edBKE7RDLjPT

Здравствуйте!

Спасибо за уделенное время, Ваши ответы помогут нам изучить положительный опыт корпоративного волонтерства в Казахстане. Напоминаем, что вся предоставленная Вами частная информация будет сохранена в строгой конфиденциальности.

Для экономии Вашего времени мы ввели сокращение КВ – Корпоративное Волонтерство.

**Звездочкой отмечены поля, обязательные для заполнения.*

РАЗДЕЛ № 1

Вопрос № 1

Адрес электронной почты

Вопрос № 2

Был ли у Вас опыт сотрудничества с бизнес сектором в области КВ?

Да (переход к разделу № 3)

Нет (переход к разделу № 2)

После ответа «Да» респондент переходит к разделу № 3, затем по порядку к разделам № 4, 5, 6.

После ответа «Нет» респондент переходит к разделу № 2, затем к разделу № 6.

РАЗДЕЛ № 2

Вопрос № 3

По какой причине у Вас нет опыта сотрудничества?

Не было необходимости

Предлагали сотрудничество, но получили отказ

Вопрос № 4

Каким Вы видите сотрудничество с бизнес-сектором?

Помощь деньгами или ресурсами (благотворительность)

Помощь людям (корпоративное волонтерство)

РАЗДЕЛ № 3

Вопрос № 5

Какие выгоды для Вашей организации принесло сотрудничество в рамках КВ? (возможно выбрать несколько вариантов)

Знание, навыки для оказания услуг НПО

Дополнительные рабочие часы

Освещение деятельности НПО

Дополнительное финансирование для проектов НПО

Вопрос № 6**Кто был инициатором данного сотрудничества?**

Вы (НПО)

Представители компании

Вопрос № 7**Кто администрировал проект?**

Вы (НПО)

Представители компании

Совместное управление

Вопрос № 8**Сколько совместных проектов по КВ ведете/вели?**

1

2-5

больше 5

РАЗДЕЛ № 4. СОВМЕСТНЫЕ ПРОЕКТЫ С КОМПАНИЯМИ В РАМКАХ КВ**Вопрос № 9****Укажите название проекта****Вопрос № 10****Укажите название компании-партнера****Вопрос № 11****Количество привлеченных корпоративных волонтеров (сколько человек представителей компании партнера участвовало в проекте)?****Вопрос № 12****Укажите длительность проекта**

Несколько недель

Несколько месяцев

До 1 года

Больше 1 года

Несколько лет

Вопрос № 13**Укажите, насколько Вы согласны со следующими утверждениями**

	Полностью согласен/ согласна	Частично согласен/ согласна	Затрудняюсь ответить	Частично не согласен/ согласна	Полностью не согласен/ согласна
Участие корпоративных волонтеров в ваших проектах КВ было эффективным					
Сотрудники компании обладали ли необходимыми знаниями и навыками для успешной реализации волонтерской программы					
Участие в корпоративной волонтерской деятельности повлияло на самих волонтеров, уровень их знаний/экспертизы/практических навыков					

Вопрос № 14

**Как освещалась данная волонтерская деятельность? Чья инициатива? Кто освещал?
(возможно выбрать несколько вариантов)**

- Освещали мы как НПО
- Освещала компания
- Освещали СМИ
- Освещали государственные службы

Вопрос № 15

Есть ли у Вас еще проекты по КВ, который Вы вели или ведете?

- Да (переход к разделу № 5)
- Нет (переход к разделу № 6)

После ответа «Да» респондент переходит к разделу № 5.

После ответа «Нет» респондент переходит к разделу № 6.

РАЗДЕЛ № 5. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ С КОМПАНИЯМИ В РАМКАХ КВ**Вопрос № 16**

Укажите название проекта

Вопрос № 17

Укажите название компании-партнера

Вопрос № 18

Количество привлеченных корпоративных волонтеров (сколько человек представителей компании партнера участвовало в проекте)?

Вопрос № 19

Укажите длительность проекта

- Несколько недель
- Несколько месяцев
- До 1 года
- Больше 1 года
- Несколько лет

Вопрос № 20

Укажите, насколько Вы согласны со следующими утверждениями

	Полностью согласен/ согласна	Частично согласен/ согласна	Затрудняюсь ответить	Частично не согласен/ согласна	Полностью не согласен/ согласна
Участие корпоративных волонтеров в ваших проектах КВ было эффективным					
Сотрудники компании обладали необходимыми знаниями и навыками для успешной реализации волонтерской программы					
Участие в корпоративной волонтерской деятельности повлияло на самих волонтеров, уровень их знания/экспертиза/практические навыки					

Вопрос № 21

**Как освещалась данная волонтерская деятельность? Чья инициатива? Кто освещал?
(возможно выбрать несколько вариантов)**

- Освещали мы, как НПО
- Освещала компания
- Освещали СМИ
- Освещали государственные службы

РАЗДЕЛ № 6**Вопрос № 22**

Получали ли Вы отказы бизнес-сектора в сотрудничестве с Вами?

- Да, всегда
- Да, чаще всего
- Иногда
- Редко
- Нет

Благодарим вас за участие в нашем исследовании и развитии волонтерской деятельности в Казахстане! Ваше мнение было очень важно для нас.

ПРИЛОЖЕНИЕ 14

Корпоративті волонтерларға арналған сауалнама

Ссылка:

https://qfreeaccountssjc1.az1.qualtrics.com/jfe/form/SV_aVOcY1e63vg9gl7

Сәлеметсіз бе!

Уақыт бөлгеніңіз үшін рахмет! Сіздің жауабыңыз Қазақстандағы корпоративті волонтерліктің оң тәжірибиесін зерттеуге көмектеседі. Барлық жеке ақпарат қатаң түрде құпия сақталатынын ескертеміз.

Сіздің уақытыңызды үнемдеу үшін біз «КВ»-«Корпоративті волонтерлік» қысқартуын енгіздік.

**Жұлдызшалы сұрақтарды толтыру міндетті*

№ 1 БӨЛІМ. СҰРАҚТАРДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ДЕМОГРАФИЯЛЫҚ БЛОГІ

Сұрақ № 1

Жұмыс жасайтын компанияңызды көрсетіңіз.

Сұрақ № 2

Жынысыңызды көрсетіңіз

Ер

Әйел

Сұрақ № 3

Қанша жасқа толдыңыз?

18-25

26-35

36-45

46-55

56-65

65-тен жоғары

Сұрақ № 4

Қазіргі уақытта тұрып жатқан тұрғылықты мекенжайыңызды (елді мекен) көрсетіңіз.

Сұрақ № 5

Отбасылық жағдайыңызды көрсетіңіз

Үйленгенмін/ тұрмыстамын

Бойдақпын/ тұрмыста емеспін

Ажырасқанмын

Әйелім қайтыс болған/ күйеуім қайтыс болған

Бірге тұрамыз, алайда заңды некелескен жоқпыз.

Жауаптан бас тарту

Сұрақ № 6

18 жасқа толмаған балаларыңыз бар ма?

Иә

Жоқ

Сұрақ № 7**Білім деңгейіңізді көрсетіңіз.**

Аяқталмаған орта (орта мектебін бітірмеген)

Орта жалпы (орта мектебін бітірген)

Орта арнайы

Аяқталмаған жоғары (ЖОО-да оқыдым, бірақ диплом алмадым)

Жоғары (жергілікті университет)

Жоғары (халықаралық университет)

Сұрақ № 8**Лауазымыңызды көрсетуіңізді сұраймыз.**

Маман/қатардағы қызметкер

Бөлім басшысы/ Орта менеджмент

Мекеме басшысы, басшысының орынбасары/ Топ менеджмент

Сұрақ № 9**Өз материалдық жағдайыңызға барынша сәйкес келетін жауапты таңдаңыз. (несие алу мүмкіндігін есепке алмағанда)**

Ақша тіпті азық-түлікке жетпейді

Азық-түлікке ақша жеткілікті, алайда киім-кешек, аяқ киімдер алуға жетпейді

Киім-кешек, аяқ киім алуға ақша жеткілікті, алайда тұрмыстық техника алуға жеткіліксіз.

Ірі тұрмыстық техника алуға қаражат жетеді, бірақ жаңа көлік ала алмаймыз.

Қаражат бәріне жеткілікті, бірақ пәтер, үй секілді қымбат заттарды ала алмаймыз.

Материалдық қиындықтар туындамайды, қажет болса пәтер не үйді ала аламыз.

РАЗДЕЛ № 2. СҰРАҚТАРДЫҢ НЕГІЗГІ БЛОГІ**Сұрақ № 10****Өз ұйымыңыздан тыс волонтерлік көмек көрсетуге қатысуға мүмкіндігіңіз бар ма?**

Әрине бар

Бар деп айта аламын

Жоқ секілді

Нақты жоқ

Жауап беруге қиналамын

Сұрақ № 11**Неге екенін түсіндіріңіз (№ 10-сұраққа қатысты)****(бірнеше жауапты таңдай аласыз)**

Бұл мен үшін өте маңызды

Бұл менің компаниям үшін өте маңызды

Бұл қоғам үшін маңызды

Бұл мемлекет үшін маңызды

Волонтерлікпен өзім қалай айналысатынымды білмеймін

Өз еңбек қызметімнің аясында ғана айналысамын

Маған қызық емес

Сұрақ № 12**Соңғы жылы сіздің компанияңыз ұйымдастырған волонтерлік іс-шараларға қатыстыңыз ба? Кім ретінде қатыстыңыз? (бірнеше жауапты таңдай аласыз)**

Қатыспадым

Идея ұсындым және волонтерлік акцияны ұйымдастырдым

Волонтерлік акцияларға жеке өзім қатыстым.

Отбасыммен бірге қатыстым.

Компания қызметкерлері болып табылмайтын достарыммен бірге қатыстым.

Жауап беруге қиналамын

Сұрақ № 13**КВ жобасы аясында волонтерлік қызметке қанша уақыт көңіл бөлесіз?**

Күніне бірнеше сағат
 Аптасына бірнеше сағат
 Айына бірнеше сағат
 Жылына бірнеше сағат

Сұрақ № 14**КВ іс-шараларына не себепті қатысатыныңызды барынша дұрыс сипаттайтын барлық себептерді жазуыңызды өтінемін. (бірнеше жауап таңдай аласыз)**

Менің басшыларым осы қызметпен айналысуда.
 Себебі, менің әріптестерім осы қызметпен айналысады.
 Бұл қызмет жұмыстағы әріптестеріммен қарым-қатынасымды жақсартады.
 Компания тарапынан көтермелеуі ұнайды.
 Бұл қызмет мансабыма көмектесе алады
 Жаңа дүниелер үйренуге мүмкіндік береді
 Бұл қызмет компания үшін маңызды
 Менің діни принциптеріме сәйкес келеді
 Себебі, мәселенің шешімін табуға көмектесетін маңызды арнайы білімім мен қабілеттерім бар.
 Бұл қызық әрі жеке дамуыма көмектеседі.
 Мен өзімді жақсы сезінемін әрі өз ісіме қанағаттанамын
 Мен нақты бір адамдарға көмектескім келеді.
 Бұл бос уақытыңды өткізудің жақсы жолы
 Менің жанұям, туыстарым мені қолдайды.
 Бұл қызметті өзімнің ақылақтық (моральді) міндетім деп ойлаймын.
 Бұл қызмет елімнің дамуы үшін маңызды.
 Көрсетілгендердің ешқайсысы емес
 Жауап беруге қиналамын
 Басқа

Сұрақ № 15**Сіз корпоративті волонтерлікке дайындық шараларына қатыстыңыз (қатысасыз) ба? Қандай?****Сұрақ № 16****Жалпы алғанда, өткен жылы сіз қатысқан КВ іс-шаралары қандай проблемалар, міндеттер мен бағыттарға арналды?**

Медицинадағы волонтерлік (барлық кезеңдегі медициналық көмектің сапасын арттыруға бағытталған денсаулық сақтау саласындағы ерікті қызмет)
 Экологиялық волонтерлік (қоршаған ортаны сақтауға бағытталған ерікті қызмет)
 Әлеуметтік волонтерлік (Азаматтардың келесі категорияларына көмек көрсетуге бағытталған ерікті қызмет: мемлекеттің ерекше назарын қажет ететін балалар, қарт кісілер, ардагерлер, ерекше қажеттіліктері бар адамдар)
 Медиа волонтерлік (әлеуметтік жобалар туралы ақпаратпен қамтуға, волонтерлар қозғалысын кеңінен насихаттауға бағытталған ерікті қызмет)
 Оқиғалық волонтерлік (жергілікті, аймақтық, республикалық және халықаралық деңгейдегі спорттық, әлеуметтік-мәдени, білім беру және басқа да іс-шаралардағы ерікті қызмет)
 Жануарларға қатысты волонтерлік (жануарларды қорғауға және көмектесуге бағытталған ерікті қызмет)
 ТЖ волонтерлік (халықты және аумақтарды төтенше жағдайлардан қорғау, төтенше жағдайлардың алдын алу және жою кезіндегі жедел әрекет ету қызметіне көмек көрсету, халық арасында қауіпсіздік мәдениетін насихаттау саласындағы ерікті қызмет)
 Мәдени волонтерлік (мәдени мұраны сақтау мен дәріптеуге, мәдени кеңістіктің ашықтығы мен қол жетімділігіне ие болатын атмосфераны құруға, мәдени бірыңғайлықты қалыптастыруға,

жастар арасында мәдени саланы кеңінен таратуға және тарихи жадты сақтауға бағытталған ерікті қызмет)

Спорттық волонтерлік (салауатты өмір салтын, спортты насихаттауға, жағымсыз көріністер мен жаман әдеттерді алдын алуға бағытталған ерікті қызмет)

Pro bono волонтерлік (қайырымдылық, қоғамдық және басқа да коммерциялық емес ұйымдарға қайтарымсыз негізде кәсіби көмек көрсету)

Онлайн волонтерлік (онлайн-волонтерлік, кибер волонтерлік, цифрлі (сандық) волонтерлік, е-волонтерлік– интернеттің көмегімен қашықтықтан көмек көрсететін волонтерлік қызметтің түрі)

Этно-волонтерлік (әлеуметтік, этникааралық, конфессияаралық, этносаралық және діни қақтығыстарды алдын алуға, халықтар арасындағы татулықты, достық пен келісімді нығайтуға қатысу)

IT волонтерлік (коммерциялық емес ұйымдарға, қайырымдылық қорларына және басқа да әлеуметтік жобаларға дизайн саласына бағытталған көмекті көрсету, веб-сайттар жасау және дамыту, қосымшаларды жасау және сол сияқты жоғары технологиялық көмек көрсету)

Халықаралық волонтерлік (Ұлтаралық алмасу арқылы бейбітшілік пен ұлттық төзімділік идеяларын тарату үшін түрлі мемлекеттердегі ортақ мүддесі бар адамдарды біріктіру мақсатында халықаралық волонтерлік бағдарламаларға қатысу)

Сұрақ № 17

Компания (Басшылық) сіздің волонтерлік қызметіңізді қалай қолдайды?

Біздің зерттеуімізге және Қазақстандағы волонтерлік қызметті дамытуға ат салысқаныңыз үшін алғысымызды білдіреміз!

Сіздің ойыңыз біз үшін өте маңызды.

ПРИЛОЖЕНИЕ 15

КВ-ға қатысты жобалардың жетекшілеріне арналған сауалнама сұрақтары

Ссылка:

<https://docs.google.com/forms/d/1vINEBo0EZvOIFV04pH1rpp19Exlsgc-4xrp5H5IcrGM/edit>

Сәлеметсіз бе!

Уақыт бөлгеніңіз үшін рахмет! Сіздің жауабыңыз Қазақстандағы корпоративті волонтерліктің оң тәжірибиесін зерттеуге көмектеседі. Барлық жеке ақпарат қатаң түрде құпия сақталатынын ескертеміз.

Сіздің уақытыңызды үнемдеу үшін біз «КВ»-«Корпоративті волонтерлік» қысқартуын енгіздік.

**Жұлдызшалы сұрақтарды толтыру міндетті*

БӨЛІМ № 1. СҰРАҚТАРДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ДЕМОГРАФИЯЛЫҚ БЛОГІ

Сұрақ № 1

Өз жасыңызды көрсетіңіз

18-25 жас

26-35 жас

36-45 жас

46-55 жас

56-65 жас

65 жастан жоғары

Сұрақ № 2

Білім деңгейін көрсетіңіз

Аяқталмаған орта (орта мектебін бітірмеген)

Орта жалпы (орта мектебін бітірген)

Аяқталмаған жоғары (ЖОО-да оқыдым, бірақ диплом алмадым)

Жоғары (жергілікті университет)

Жоғары (халықаралық университет)

Сұрақ № 3

Лауазымыңыз қандай?

Маман

Бас маман

Бөлім басшысының орынбасары

Бөлім басшысы

Департамент басшысының орынбасары

Департамент басшысы

Компания қызметкері емеспін (тағылымгер, практикант, интерн және т.б.)

Сұрақ № 4

Сіздің компанияңызда қанша қызметкер бар?

Сұрақ № 5

Сіз компанияның қай бөлімінің өкілісіз?

Сұрақ № 6**Бұл лауазымда қанша уақыттан бері жұмыс жасаудасыз?**

- 6 айға дейін
- 6 ай – 1,5 жыл
- 1,5 – 3 жыл
- 3 – 5 жыл
- 5 жылдан көп

БӨЛІМ № 2. СҰРАҚТАРДЫҢ НЕГІЗГІ БЛОГІ**Сұрақ № 7****КВ жобасындағы сіздің жауапкершілігіңіз қандай? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)**

- Идея іздеу, волонтерлік жобаларды бастау
- Әлеуметтік сұраныстарды бақылау
- КВ үшін алаң іздеу
- Процессті бақылау және жоспарлау (кесте, жауапкершіліктер, тапсыру уақыты, ресурстар)
- Волонтерларды жинау және іріктеу
- КВ процесіне қатысатын барлық тараптардың арасында байланыс пен келісім орнату
- КВ қызметін жалпы үйлестіру
- Процессті бақылау (кесте, жауапкершіліктер, тапсыру уақыты, ресурстар)
- Іс-шараларды жариялау
- Басшылық үшін есеп дайындау
- Әлеумет үшін есеп дайындау
- Корпоративті волонтерларды оқыту

Сұрақ № 8**Волонтерлік қызмет пен кез-келген жобаға қатысу мүмкіндігі туралы ақпаратты қандай дереккөздерден аласыз? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)**

- ҮЕҰ, сырттағы волонтерлар
- Мемлекеттік ұйымдар
- БАҚ
- Бенефициарлардың өздерінен сұраныс
- "Сарафан радиосы"
- Бизнес-әріптестерден
- Қызметкерлерден
- Әлеуметтік желілер

Сұрақ № 9**Компания қызметкерлері КВ-ға қатысуға қаншалықты дайын?**

	Толықтай келісемін	Жартылай келісемін	Жауап беруге қиналамын	Жартылай келіспеймін	Толықтай келіспеймін
Маған қызметкерлерге волонтерлік ұғымын, мәні мен құндылықтарын түсіндіруге тура келді					
Қызметкерлер бастапқыда КВ жобасына қатысуға келісті					
Қызметкерлер бастапқыда КВ қызметін жүзеге асыруға дайын болды (жеткілікті білімі мен дағдылары бар)					

Сұрақ № 10

Сіздің компанияңыздағы КВ қызметінің бағытын, жобаға қатысу мүмкіндігін анықтау үшін қандай критерийлерді қолданасыз? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

Бизнес-қызығушылық (қызметтің/ мақсатты аудиторияның бағытына сәйкес келеді, т.б.)

Компанияның миссиясы

Әлеуметтік қажеттіліктер

Бас компанияның деңгейінде таңдалады

Жағдайға байланысты

Мүмкіндікке байланысты

Ресми күндер мен мерекелерге байланысты болады (1-маусым балаларға, 9-мамыр– ардагерлерге көмектесеміз, т.б.)

Сұрақ № 11

Сіздің компанияңыздың корпоративті волонтерлік қызметінің көп бөлігі қай салаға бағытталған? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

Медицинадағы волонтерлік (барлық кезеңдегі медициналық көмектің сапасын арттыруға бағытталған денсаулық сақтау саласындағы ерікті қызмет)

Экологиялық волонтерлік (қоршаған ортаны сақтауға бағытталған ерікті қызмет)

Әлеуметтік волонтерлік (Азаматтардың келесі категорияларына көмек көрсетуге бағытталған ерікті қызмет: мемлекеттің ерекше назарын қажет ететін балалар, қарт кісілер, ардагерлер, ерекше қажеттіліктері бар адамдар)

Медиа волонтерлік (әлеуметтік жобалар туралы ақпаратпен қамтуға, волонтерлар қозғалысын кеңінен насихаттауға бағытталған ерікті қызмет)

Оқиғалық волонтерлік (жергілікті, аймақтық, республикалық және халықаралық деңгейдегі спорттық, әлеуметтік-мәдени, білім беру және басқа да іс-шаралардағы ерікті қызмет)

Жануарларға қатысты волонтерлік (жануарларды қорғауға және көмектесуге бағытталған ерікті қызмет)

ТЖ волонтерлік (халықты және аумақтарды төтенше жағдайлардан қорғау, төтенше жағдайлардың алдын алу және жою кезіндегі жедел әрекет ету қызметіне көмек көрсету, халық арасында қауіпсіздік мәдениетін насихаттау саласындағы ерікті қызмет)

Мәдени волонтерлік (мәдени мұраны сақтау мен дәріптеуге, мәдени кеңістіктің ашықтығы мен қол жетімділігіне ие болатын атмосфераны құруға, мәдени бірыңғайлықты қалыптастыруға, жастар арасында мәдени саланы кеңінен таратуға және тарихи жадты сақтауға бағытталған ерікті қызмет)

Спорттық волонтерлік (салауатты өмір салтын, спортты насихаттауға, жағымсыз көріністер мен жаман әдеттерді алдын алуға бағытталған ерікті қызмет)

Pro bono волонтерлік (қайырымдылық, қоғамдық және басқа да коммерциялық емес ұйымдарға қайтарымсыз негізде кәсіби көмек көрсету)

Онлайн волонтерлік (онлайн-волонтерлік, кибер волонтерлік, цифрлі (сандық) волонтерлік, е-волонтерлік– интернеттің көмегімен қашықтықтан көмек көрсететін волонтерлік қызметтің түрі)

Этно-волонтерлік (әлеуметтік, этникааралық, конфессияаралық, этносаралық және діни қақтығыстарды алдын алуға, халықтар арасындағы татулықты, достық пен келісімді нығайтуға қатысу)

IT волонтерлік (коммерциялық емес ұйымдарға, қайырымдылық қорларына және басқа да әлеуметтік жобаларға дизайн саласына бағытталған көмекті көрсету, веб-сайттар жасау және дамыту, қосымшаларды жасау және сол сияқты жоғары технологиялық көмек көрсету)

Халықаралық волонтерлік (Ұлтаралық алмасу арқылы бейбітшілік пен ұлттық төзімділік идеяларын тарату үшін түрлі мемлекеттердегі ортақ мүддесі бар адамдарды біріктіру мақсатында халықаралық волонтерлік бағдарламаларға қатысу)

Сұрақ № 12

Сіздің корпоративті волонтерлік қызметіңіздің ауқымы қандай?

Жергілікті ауқымда (мысалы – қаладағы бір/бірнеше алаң)

Аймақтық ауқымда (мысалы – облыстағы бір/бірнеше алаң)

Ұлттық ауқымда

Халықаралық ауқымда

Сұрақ № 13

Ұсынылған КВ түрлерінің қайсысы Сіздің компанияңызға жақынырақ келеді?

Компания басшылығы бастаған волонтерлік

Қызметкерлер бастаған волонтерлік

Бас компания бастаған волонтерлік (егер халықаралық компания болса)

ҮЕҰ бастаған волонтерлік

Сұрақ № 14

Сіздің компанияңыз КВ жобаларын қаншалықты жиі жүзеге асырады?

Аптасына бір рет

Үш айда бір рет

Жарты жылда бір рет

Жылына бір рет

Жағдайға байланысты

Сұрақ № 15

Қанша қызметкер КВ-ға жұмылдырылған?

Сұрақ № 16

Корпоративті волонтерлеріңізге қатысты қандай ынталандыру құралдарын қолданасыз?

Сұрақ № 17

КВ жобалары үшін қызметкерлерді қандай критерийлер бойынша іріктейсіз? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

Қызметкердің бастамасы (қатысуға ниет білдіргенің бәрі де қатысады)

Үздік қызметкерлер қатысады (көтермелеу белгісі)

Әр бөлімнен КВ жобасы үшін міндетті қызметкерлер саны

КВ жобасына қатысу үшін конкурс

Жобаға белгілі бір қызметкерлердің қатысуы туралы жетекшілердің ұсынысы

Жобаға белгілі бір қызметкерлердің қатысуы туралы кадр бөлімінің ұсынысы

Сұрақ № 18

Сіздің компанияңыздың қай қызметкерлері волонтерлік бастамаларға көбірек қатысады?

	Басшылық құрамы	Менеджерлердің орта буыны	Мамандар мен қатардағы қызметкерлер
Бастамашылық етеді/ идеялар ұсынады			
Жоспарлайды/ұйымдастырады			
Жүзеге асырады (волонтерлар болып табылады)			

Сұрақ № 19

Сіздің компанияңызда кім волонтерлік бастамаларға жетекшілік етеді?

КВ бойынша жобалардың жетекшілері

Басшылық

Ешкім

Жағдайға байланысты

Сұрақ № 20

Сіздің компанияңыз жобалардан қандай пайда күтеді? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

Бұл қоғам үшін маңызды (КВ қоғамдық маңызға ие)

Бұл қызметкерлер үшін маңызды (КВ жартылай корпоративті құндылыққа ие)

Бұл компания үшін маңызды (КВ ішкі корпоративті құндылыққа ие)

Бұл компаниямыздың тауарлары мен қызметі үшін маңызды (КВ имидждік құндылыққа ие)

Бұл әлеуетті инвестициялар үшін маңызды (КВ қаржылық және инвестициялық құндылыққа ие)

Сұрақ № 21

Компанияңыз күтілетін нәтижеге қаншалықты жете алды?

	1 (жетпеді)	2	3	4	5 (толыққанды жетті)	Күтілмеді
Бұл қоғам үшін маңызды (КВ қоғамдық маңызға ие)						
Бұл қызметкерлер үшін маңызды (КВ жартылай корпоративті құндылыққа ие)						
Бұл компания үшін маңызды (КВ ішкі корпоративті құндылыққа ие)						
Бұл компаниямыздың тауарлары мен қызметі үшін маңызды (КВ имидждік құндылыққа ие)						
Бұл әлеуетті инвестициялар үшін маңызды (КВ қаржылық және инвестициялық құндылыққа ие)						

Сұрақ № 22

Корпоративті волонтерлік іс-шараларға қатысу қызметкерлерге және олардың білім деңгейіне/ сараптауына / тәжірбиелік дағдыларына жағымды әсер етті.

Мүлдем келіспеймін	1	2	3	4	5	Толыққанды келісемін

Сұрақ № 23

КВ саласындағы ҮЕҰ-мен серіктестікте тәжірбиеніз болды ма?

Иә

Жоқ

Сұрақ № 24

Бұл серіктестіктің бастамашысы кім болды?

Сіз (Компания өкілдері)

ҮЕҰ

Сұрақ № 25

Жобаны кім басқарды?

Сіз (Компания өкілдері)

ҮЕҰ

Ортақ басқару

Сұрақ № 26

Қандай критерийлер бойынша ҮЕҰ-ны тандап, КВ бойынша серіктестік туралы шешімді қабылдайсыз? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

ҮЕҰ еңбек өтілімі

ҮЕҰ танымалдығы мен имиджі

ҮЕҰ-мен бірге бұрын жұмыс жасауы

Өзгелердің ұсыныстары

Сұрақ № 27**КВ саласындағы ҮЕҰ-мен серіктесу тәжірбиесінің болмау себебі неде?**

- Қажеттілік болмады
- Серіктестік мүмкін болмады
- Өзге

Сұрақ № 28**Компанияда КВ дамыту жоспары немесе стратегиясы бар ма?**

- Иә
- Жоқ

Сұрақ № 29**КВ дамыту жоспары немесе стратегиясы қаншалықты жиі жаңартылады?**

- Айына 1 рет
- Жарты жылда 1 рет
- Жылына 1 рет
- Жаңарту әлі болмады
- Қажеттілікке байланысты
- Өзге

Сұрақ № 30**Компанияңызда КВ саясаты (құжат) бар ма?**

- Иә
- Жоқ
- Жауап беруге қиналамын

Сұрақ № 31**Сіздің компанияңыз болашақта корпоративті волонтерлік қызметін жалғастырады ма?**

- Иә, бұл өте маңызды
- Иә, алайда өте маңызды емес
- Әлі шешпедік
- Жоқ, жалғастырмаймыз

Сұрақ № 32**Неліктен (Сұрақ № 31-ге комментарий)?****Сұрақ № 33****Сіздің ойыңызша, КВ қызметіне қандай факторлар әсер етеді?**

- Сыртқы
- Ішкі

Сұрақ № 34**Сіздің компанияңыз волонтерлерге арналған тренингтер мен оқытулар өткізеді ме?**

- Иә, әрқашан
- Кейде
- Сирек
- Жоқ

Сұрақ № 35

«Иә» болған жағдайда, нақты қандай тренингтер? (Егер алдыңғы сұраққа жауабыңыз «жоқ» болса, «өткізілмейді» жауабын таңдаңыз.)

- Жалпы дағдыларды (soft skills) арттыру бойынша тренингтер
- Волонтерлік қызмет үшін арнайы дағдылар тренингтері
- Волонтерлік туралы тренингтер
- Өткізілмейді

Сұрақ № 36

Сіздің компанияңыз (басшылығыңыз) волонтерлік қызметті (көмек көрсетуді) жасауыңызға байланысты сіздің жұмыс орнында болмаған күндеріңіз үшін төлем жасайды ма (төлем жасауға дайын ба)?

- Иә
- Жоқ
- Жауап беруге қиналамын
- Біздің жағдайымызға сәйкес келмейді

Сұрақ № 37

Компания өзінің материалдық ресурстарын (компьютер, көлік, жеке қорғану құралдары, билеттерге ақы төлеу, қонақүйлер және т.б.) волонтерлік қызметке беруге дайын ба?

- Иә
- Жоқ
- Біздің ҚВ қызметімізге қажет емес

Сұрақ № 38

Сіздегі медициналық сақтандыру волонтерлік қызмет нәтижесінде (мысалы, төтенше жағдай кезінде) туындауы мүмкін жарақаттарды/ауруларды және т.б. жабуы мүмкін бе?

- Иә
- Жоқ
- Біздің ҚВ қызметімізге қажет емес

Сұрақ № 39

Сіз өз компанияңыздың ҚВ қызметін БАҚ немесе жеке ақпараттық ресурстарға жариялайсыз ба?

- Иә, әрқашан
- Кейде
- Сирек
- Жоқ

Сұрақ № 40

Сіз мүдделі тұлғаларға (инвесторлар, салымшылар, серіктестер) волонтерлік қызметпен айналысатыныңыз туралы хабарлайсыз ба?

- Иә, әрқашан
- Кейде
- Сирек
- Жоқ

Сұрақ № 41

Волонтерлік саласындағы мамандар тарапынан ҚВ туралы қосымша ақпарат пен көмек алу Сізді қызықтырады ма?

- Иә
- Жоқ
- Жауап беруге қиналамын

Сұрақ № 42

ҮЕҰ тарапынан ҚВ бойынша көмек алу Сізді қызықтырады ма?

Иә

Жоқ

Жауап беруге қиналамын

Сұрақ № 43

Мемлекеттік органдар тарапынан ҚВ бойынша көмек алу Сізді қызықтырады ма?

Иә

Жоқ

Жауап беруге қиналамын

*Біздің зерттеуімізге және Қазақстандағы волонтерлік қызметті дамытуға ат салысқаныңыз үшін алғысымызды білдіреміз!
Сіздің ойыңыз біз үшін өте маңызды.*

ПРИЛОЖЕНИЕ 16

ҮЕҰ өкілдеріне арналған сауалнама (фокус-топқа қатыспастан бұрын)

Ссылка:

<https://docs.google.com/forms/u/0/d/1QNTLMX3fWII8WimhqZ-Ew300q7MjLb1iKjXxLMDfL5E>

Сәлеметсіз бе!

Уақыт бөлгеніңіз үшін рахмет! Сіздің жауабыңыз Қазақстандағы корпоративті волонтерліктің оң тәжірбиесін зерттеуге көмектеседі. Барлық жеке ақпарат қатаң түрде құпия сақталатынын ескертеміз.

Сіздің уақытыңызды үнемдеу үшін біз «КВ»-«Корпоративті волонтерлік» қысқартуын енгіздік.

**Жұлдызшалы сұрақтарды толтыру міндетті*

БӨЛІМ № 1

Сұрақ № 1

электронды пошта адресі

Сұрақ № 2

КВ саласында бизнес сектормен серіктесуде тәжірбиеңіз бар ма?

Иә (Бөлім № 3-ке өту)

Жоқ (Бөлім № 2-ге өту)

«Иә» жауабынан соң, респондент бөлім № 3-ке өтеді, одан соң ретімен– Бөлім № 4, № 5, № 6.

«Жоқ» жауабынан соң, респондент Бөлім № 2-ге, кейін Бөлім № 6-ға өтеді.

БӨЛІМ № 2

Сұрақ № 3

Не себепті сізде серіктестік тәжірбиесі жоқ?

Қажеттілігі болмады

Серіктестікті ұсынды, бірақ бас тартылды

Сұрақ № 4

Бизнес сектормен серіктестікті қалай елестетесіз?

Ақшалай немесе ресурстық көмек (қайырымдылық)

Адамдарға көмек (корпоративті волонтерлік)

БӨЛІМ № 3

Сұрақ № 5

КВ аясындағы серіктестік сіздің ұйымызға қандай пайда әкелді? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

ҮЕҰ қызметін көрсетуде білім мен дығдылар

Қосымша жұмыс сағаты

ҮЕҰ қызметін жарыққа шығару

ҮЕҰ жобалары үшін қосымша қаржыландыру

Сұрақ № 6**Бұл серіктестіктің инициаторы (бастаушысы) кім болды?**

Сіз (ҮЕҰ)

Компания өкілдері

Сұрақ № 7**Жобаны кім басқарды?**

Сіз (ҮЕҰ)

Компания өкілдері

Ортақ басқару

Сұрақ № 8**КВ бойынша қанша ортақ жобаларды жүргіздіңіз/жүргізудесіз?**

1

2-5

5-тен көп

БӨЛІМ № 4. КВ АЯСЫНДА КОМПАНИЯЛАРМЕН ОРТАҚ ЖОБАЛАР**Сұрақ № 9****Жоба атауын енгізіңіз****Сұрақ № 10****Серіктес компанияның атын енгізіңіз****Сұрақ № 11****Жұмылдырылған корпоративті волонтерлер саны (жобаға серіктес компанияның қанша өкілі қатысты)?****Сұрақ № 12****Жобаның ұзақтығын көрсетіңіз**

Бірнеше апта

Бірнеше ай

1 жылға дейін

1 жылдан көп

Бірнеше жыл

Сұрақ № 13**Келесі тұжырымдармен қаншалықты келісетініңізді көрсетіңіз**

	Толық келісемін	Жартылай келісемін	Жауап беруге киналамын	Жартылай келіспеймін	Толық келіспеймін
КВ жобаларына корпоративті волонтерлардың қатысуы тиімді болды					
Компания қызметкерлері волонтерлік бағдарламаларды сәтті жүзеге асыру үшін қажетті білім мен дағдыларға ие болды					
Корпоративті волонтерлікке қатысу волонтерлардың өздеріне, олардың біліміне / сараптауына/ тәжірбиелік дағдыларына әсер етті					

Сұрақ № 14

Бұл волонтерлік қызметті кім жарыққа шығарды? Кімнің бастамасы? Кім жарыққа шығарды? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

- ҮЕҰ ретінде біз жарыққа шығардық
- Компания жарыққа шығарды
- БАҚ жарыққа шығарды
- Мемлекеттік қызмет жарыққа шығарды

Сұрақ № 15

Сіз жүргізген немесе жүргізетін КВ бойынша тағы да жобаларыңыз бар ма?

- Иә (Бөлім № 5-ке өту)
- Жоқ (Бөлім № 6-ға өту)

*Респондент «Иә» жауабынан соң Бөлім № 5-ке өтеді.
Респондент «Жоқ» жауабынан соң Бөлім № 6-ға өтеді.*

БӨЛІМ № 5. КВ АЯСЫНДА КОМПАНИЯЛАРМЕН ҚОСЫМША ЖОБАЛАР**Сұрақ № 16**

Жоба атауын енгізіңіз

Сұрақ № 17

Серіктес компанияның атын енгізіңіз

Сұрақ № 18

Жұмылдырылған корпоративті волонтерлер саны (жобаға серіктес компанияның қанша өкілі қатысты)?

Сұрақ № 19

Жобаның ұзақтығын көрсетіңіз

- Бірнеше апта
- Бірнеше ай
- 1 жылға дейін
- 1 жылдан көп
- Бірнеше жыл

Сұрақ № 20

Келесі тұжырымдармен қаншалықты келісетініңізді көрсетіңіз

	Толық келісемін	Жартылай келісемін	Жауап беруге қиналамын	Жартылай келіспеймін	Толық келіспеймін
КВ жобаларына корпоративті волонтерлардың қатысуы тиімді болды					
Компания қызметкерлері волонтерлік бағдарламаларды сәтті жүзеге асыру үшін қажетті білім мен дағдыларға ие болды					
Корпоративті волонтерлікке қатысу волонтерлардың өздеріне, олардың біліміне / сараптауына/ тәжірбиелік дағдыларына әсер етті					

Сұрақ № 21

Бұл волонтерлік қызметті кім жарыққа шығарды? Кімнің бастамасы? Кім жарыққа шығарды? (бірнеше жауапты белгілей аласыз)

- ҮЕҰ ретінде біз жарыққа шығардық
- Компания жарыққа шығарды
- БАҚ жарыққа шығарды
- Мемлекеттік қызмет жарыққа шығарды

БӨЛІМ № 6**Сұрақ № 22**

Бизнес сектор тапарынан сізбен серіктестік орнатудан бас тартқан жағдайлар болды ма?

- Иә, әрқашан
- Иә, жиі
- Кейде
- Сирек
- Жоқ

Біздің зерттеуімізге және Қазақстандағы волонтерлік қызметті дамытуға ат салысқаныңыз үшін алғысымызды білдіреміз!

Сіздің ойыңыз біз үшін өте маңызды.

ПРИЛОЖЕНИЕ 17

Конференция грантового проекта «Исследование положительных практик корпоративного волонтерства и проведение конференции»

Секция: «Развитие корпоративной культуры (корпоративного волонтерства) в холдинге»
Дата: 25.11.2020

Участники:

- **Международный тренер: Кайша Атаханова**, Директор программы «Партнерство для Инноваций Р4И», Ассоциация развития гражданского общества.
- **Тренер-консультант: Азиза Мухаметова**, Менеджер по грантам, Ассоциация развития гражданского общества.
- **Асель Кадыржанова**, Менеджер по социальному обеспечению ТОО «Евразийская Группа».
- **Кужаев Нурлан**, Руководитель по социальным проектам ТОО «Евразийская Группа».
- **Абдыкалыков Шаттык**, Менеджер по молодёжной политике ТОО «Евразийская Группа».
- **Ескендиоров Канат**, Ивент-менеджер ТОО «Евразийская Группа».
- **Адилъ Упабеков**, Член Региональной палаты Атамекен по Карагандинской области ТОО «Qazaq National Product».

Озвученные тезисы

В ходе работы участников сессионного зала «ЧС Социальное волонтерство» были озвучены следующие тезисы и информация:

1. Представители «Евразийской Группы» ERG рассказали о своем опыте реализации социальной ответственности через социальноориентированную деятельность. Отдельно корпоративное волонтерство внутри социальной ответственности и социальной политики в компании не выделяется. Выделялось только последние год-два. При этом в примерах приводится благотворительность. Например, работа по благоустройству регионов, моногородов, где живут работники и их семьи, помощь больницам в период ЧП.
2. Главным инициатором социальных проектов внутри Компании является Совет Молодежи. Члены Совета Молодежи также вовлечены в проекты вне Компании.
3. Ключевой волонтерский проект «Наурыз – месяц добрых дел» – это КВ в чистом виде.
4. Представители «Qazaq National Product» (QNP) начали свою социальную деятельность в период ЧП – это была инициатива «снизу» от самих сотрудников. Была оказана помощь в обеспечении больниц, детского дома и нескольких семей СИЗами, антисептиками, продовольственными наборами. Силами сотрудников была проведена акция дезинфекции – КВ.
5. Планируют внедрять социальную ответственность как одну из ценностей Компании.
6. Представитель КИОР задала три вопроса участникам – представителям бизнеса:
 - Выделяется ли отдельный бюджет на развитие КВ?
 - Какой процент вовлеченных сотрудников?
 - Каике методы мотивации сотрудников вы применяете?
7. Представитель Совета Молодежи отвечает: отдельного бюджета на КВ нет, т.к. нет отдельного направления. Есть бюджет на проекты Совета Молодежи. В качестве мотивации применяют методы немонетарной мотивации – в частности, система внутреннего статуса, внутренние награды, поддержка и признание руководства компании. Также работает система «социального лифта» – продвижение «по заслугам».

Далее велась работа в **jamboard** по предложенным вопросам.

Ниже приведены ответы, полученные в ходе обсуждения:

1. В чем главное отличие волонтерской деятельности от благотворительности в компании?

- Благотворительность всегда связана с бюджетом, например адресная помощь, а волонтерство – человеческий ресурс. Причем сотрудник тратит свое личное время, свободное от работы. Когда сотрудник оказывает личный вклад – например елка желаний.
- Фандрайзинг, профессиональные навыки. Волонтерство – действия сотрудников, а благотворительность – направлена на решение проблем «внешних» людей.
- Особой разницы нет – главное помощь людям, особых различий нет. Нет потребности разделять...

2. Что необходимо для того, чтобы инициировать и внедрить корпоративный добровольческий проект в компании?

- На примере одного кейса: сначала определить целевую аудиторию, затем изучить потребности бенефициара, создание идеи, информационно-коммуникационный канал и донесение смысла идеи, создание пространства и условий для сотрудников, совместное «празднование» результата, выход в традиции (комплементация опыта).
- В конце года можно награждать волонтеров – тем самым вовлекать новых сотрудников.

3. С какими вызовами сталкиваются компании при формировании/реализации добровольческих инициатив/проектов в компании? Как их можно преодолеть?

- Отсутствие коммуникаций и взаимодействия с госорганами на местах.
- Отсутствие базы данных или информации о бенефициаров, официальные данные от НПО или госорганов иногда недостоверны.
- Потребительское отношение населения..
- Реализация волонтерства по остаточному принципу из-за занятости основным функционалом.
- Необходима правовая основа для корпоративной волонтерской деятельности.
- Внутренняя политика и процедуры по КВ.
- Включить КВ как одну из ценностей компании.

4. Какие условия, подходы, инструменты и мотивации могут лучше всего способствовать формированию корпоративной культуры волонтерства и благоприятного климата внутри компании?

- Нематериальная мотивация, признание заслуг.
- Влияние на карьерный рост.
- Часть показателей КРІ (спорный инструмент может выступать как давление и противоречить принципу добровольности).

5. Какие стратегические шаги необходимо предпринять, чтобы внедрить корпоративную культуру волонтерства в компании, и поднять ее на новый качественный уровень развития корпоративной социальной ответственности?

- Принятие политики.
- Приверженность руководителя.
- Вовлечение сотрудников.
- Разработка планов работы в данном направлении и закрепление волонтерства в структуре организации в целях обеспечения системности.
- Корпоративная культура волонтерства должна стать частью политики корпоративной социальной ответственности.
- Постоянные меседжи как внутри компании, так и за ее пределами.

6. Какие внешние (законодательные, налоговые, коллобаративные связи/платформы и др.) условия необходимы чтобы создать благоприятную среду для устойчивого развития КВ в Казахстане?

- Признание во внешней среде на национальном уровне.
- Правительственные награды.
- Нет необходимости законодательного регулирования вопроса. Это может негативно сказаться на данном направлении.
- Открытие на базе единой платформы Qazvolunteer.kz раздела по КВ.
- Нарращивание потенциала через обмен опытом, тренинги и стажировки (внутри страны и за рубежом).

Озвученные в ходе сессии рекомендации:

1. Представители «Евразийской Группы» ERG сказали о потребности понять, как им еще развивать социальную политику, возможности волонтерства.
2. Прямой запрос на сотрудничество с волонтерской организацией и экспертами, в части передачи зарубежного опыта, экспертного мнения, «правильного» развития КВ.
3. Есть потребность в экспертных советах по развитию КВ – участники ожидали этого в рамках данной конференции.
4. Необходимы стандарты по работе в сфере КВ.

ПРИЛОЖЕНИЕ 18

Конференция грантового проекта «Исследование положительных практик корпоративного волонтерства и проведение конференции»

Секция: «ЧС и экологическое направления в корпоративном волонтерстве»

Дата: 25.11.2020

Участники:

- **Модератор: Алия Сагингалиева**, Эксперт ОЮЛ «Национальная волонтерская сеть».
- **Бердигулова Ботагоз Сарсенбековна**, Руководитель управления административной работы комитета экологического регулирования и контроля, Министерство экологии, геологии и природных ресурсов.
- **Салтанат Касымбекова**, Главный менеджер по экологии, KMG Systems and Services.
- **Екатерина Селиванова**, Эколог Усть-Каменогорской ГЭС.
- **Елдос Абаканов**, Заместитель председателя правления «Ассоциация экологических организаций Казахстана», Амбассадор BIRGEMIZ: Taza Alem (на согласовании).
- **Кирилл Осин**, Руководитель НПУ «Эко-Мангыстау».
- **Динара Садвакасова**, Председатель РОО «Единая детско-юношеская организация «Жас Ұлан».
- **Дмитрий Иоффе**, Создатель проекта «Чистые игры», РФ.

Озвученные тезисы

В ходе работы участников сессионного зала № 1 «ЧС и экологическое направления в корпоративном волонтерстве» были озвучены следующие тезисы и информация:

1. Бердигулова Ботагоз озвучила, что на сегодняшний день в Казахстане, в частности в направлении экологии, волонтерство развивается активно. Экологическое волонтерство – это один из интересных и доступных видов добровольческой деятельности. Министерство экологии, геологии и природных ресурсов РК активно проводит различные акции и мероприятия, направленные на вовлечение волонтеров в работу по очистке природных объектов от мусора, внедрения культуры сепаративного сбора мусора среди компаний и граждан, проведение конкурсов «Зеленый офис», создание коалиции за зеленую экономику, проведение рейдов в зонах рекреации, запуск горячей линии в целях оперативного реагирования на поступающие от граждан вопросы по нарушениям экологических норм и т.д.

- Основной вопрос, требующий внимания со стороны корпоративного волонтерства – это развитие экологического сознания у граждан.

2. Салтанат Касымбекова, Главный менеджер по экологии, KMG Systems and Services, озвучила, что корпоративный сектор также самостоятельно проводит активную работу по развитию волонтерской деятельности. Например, компания KMG Systems and Services, активно реализует проект, связанный с ликвидацией аварийных разливов нефти в Северо-Каспийском регионе. Привлекаются волонтеры как корпоративные, так и обычные граждане, студенты ВУЗов и т.д.

В данном направлении совместно с ДЧС реализуется Программа подготовки волонтеров при ликвидации аварийных разливов нефти. Проводится обучение по таким направлениям как: основы ликвидации разливов нефти, действия при спасении птиц, основы личной безопасности волонтера, основы управления отходами, действия при спасении тюленей.

Озвучены такие вопросы, требующие решения:

- Необходимо внесение изменений в Национальный план обеспечения готовности и действий к ликвидации разливов нефти на море, внутренних водоемах и в предохранительной зоне РК, а также в территориальные/региональные планы

обеспечения готовности и действий к ликвидации разливов нефти на море, внутренних водоемах и в предохранительной зоне РК, в части:

- Закрепления требований к обучению волонтеров при ЧС.
 - Закрепления участков и сфер деятельности, на которых могут быть использованы волонтеры.
 - Закрепления классификации волонтеров.
 - Внесения информации о добровольческих организациях.
 - Возможности изъятия редких видов животных из среды обитания для реабилитации.
- Разработка/доработка поддерживающих и сопутствующих документов:
 - План по спасению животных.
 - Руководство управления волонтерами при ЧС, и в частности при ликвидации аварийных разливов нефти.
 - План мероприятий по ликвидации аварийных разливов нефти с использованием волонтерских организаций.

3. Елдос Абаканов, Заместитель председателя правления Ассоциации экологических организаций Казахстана, озвучил, что они также активно реализуют серию проектов, как с привлечением корпоративных волонтеров, так и индивидуальных волонтеров. Создано мобильное приложение «Стоп мусор», взято шефство над клубами и активно ведется работа с университетами с целью вовлечения молодежи в экологические инициативы.

- От ассоциации есть пожелание – регламентировать и закрепить статус волонтера, чтобы наделить его полномочиями совершать базовые процессуальные действия в отношении нарушителей.
- Также есть необходимость в регламентации вопросов, связанных с оказанием волонтерами помощи красно-книжным животным.

4. Динара Садвакасова РОО «Единая детско-юношеская организация «Жас Ұлан» договорились о проведении международных «чистых игр» с Дмитрием Иоффе, создателем проекта «Чистые игры», РФ. Пока не ясны сроки проведения. В ходе сессии коллеги презентовали свои проекты и акции. Дополнительных вопросов и предложений озвучено не было.

5. Екатерина Селиванова, Эколог Усть-Каменогорской ГЭС и Кирилл Осин, Руководитель НПУ «Эко-Мангыстау» также презентовали свои инициативы. Дополнительных вопросов и предложений озвучено не было.

ПРИЛОЖЕНИЕ 19

Конференция грантового проекта

«Исследование положительных практик корпоративного волонтерства и проведение конференции»

Секция: «Социальное направление в корпоративном волонтерстве»

Дата: 25.11.2020

Участники:

- **Модератор: Адиль Кусманов**, Консультант Экспертно-аналитическая группа Центр анализа и мониторинга социально-экономических реформ при Президенте РК.
- **Роза Джугинисова**, Эксперт Управление по вопросам благотворительности и волонтерства Министерство информации и общественного развития РК.
- **Анар Жумагулова**, CSR менеджер Beeline Казахстан.
- **Светлана Нищенко**, PR специалист АЭС УГЭС/ШГЭС.
- **Мириана Абдуханова**, Координатор проекта E Tutor, ОО «Ассоциация Выпускников Назарбаев Университета «NU Alumni».
- **Валерий Митрофаненко**, Основатель «Ассоциация добровольческих движений стран СНГ», РФ.
- **Григорий Ли**, Руководитель Координационный центр добровольцев «Komanda SOS».
- **Куралай Жаркымбаева**, Президент ОФ «Best for kids».

Озвученные тезисы

Обсуждая социальное направление в сфере корпоративного волонтерства, каждый из участников выступил с небольшой презентацией своей деятельности в рамках данного направления, и представил свои основные рекомендации и пожелания. Тезисно можно выделить несколько основных идей и рекомендаций:

1. Для эффективной мотивации сотрудников нельзя допускать отношения из разряда «инициатива наказуема» и делать исполнителями только нижестоящий менеджмент и рядовых сотрудников. Необходимо примером вышестоящих руководителей мотивировать сотрудников на волонтерскую деятельность.
2. При зарождении истоков корпоративной культуры обязательно нужно учитывать волонтерские проекты как основу корпоративного активизма в компаниях, так как этот инструмент позволяет мотивировать самих сотрудников и укреплять командный дух.
3. Необходимо поддерживать систематичность и регулярность событий для лучшего эффекта корпоративного волонтерства.
4. Проработка финансового и социального законодательства из лучших практик волонтерства. Например, дополнительные отпускные дни для тех, кто участвует в волонтерской деятельности.
5. Обязательная заинтересованность бизнеса, как одного из основных факторов. Для этого нужны дополнительные механизмы регулирования облегчений для налогообложения компаний, задействованных в КВ.
6. Начинать необходимо с очень простых идей и отслеживать их имплементацию, так как проблем с самими предложениями обычно не возникает. В связи с этим эффективно будет регулярно получать обратную связь от сотрудников, начиная с самых простых уровней менеджмента с целью выявить единообразие понимания идеи проекта корпоративного волонтерства.

ПРИЛОЖЕНИЕ 20

«Корпоративті волонтерліктің оң тәжірибесін зерттеу мен конференция өткізу» грант жобасының конференциясы

Секция: «Холдингтегі корпоративті мәдениетті (корпоративті волонтерлікті) дамыту»
Уақыты: 25.11.2020

Қатысушылар:

- **Халықаралық жаттықтырушы: Кайша Атаханова**, «P4I Инновацияға арналған әріптестік» бағдарламасының директоры, Азаматтық қоғам дамуының ассоциациясы»
- **Кеңесші-жаттықтырушы: Азиза Мухаметова**, Гранттар бойынша менеджер, Азаматтық қоғам дамуының ассоциациясы.
- **Асель Кадыржанова**, «Евразийская группа» ЖШС әлеуметтік қамтамасыздандыру бойынша менеджер.
- **Кужаев Нурлан**, «Евразийская группа» ЖШС әлеуметтік жобалар бойынша жетекшісі.
- **Абдыкалыков Шаттық**, «Евразийская Группа» ЖШС жастар саясаты бойынша менеджер.
- **Ескендиоров Канат**, «Евразийская Группа» ЖШС ивент-менеджері.
- **Адилъ Упабеков**, «Qazaq National Product» ЖШС Қарағанды облысы бойынша Атамекен Өңірлік палатасының мүшесі

Айтылған тезистер

«ТЖ Әлеуметтік волонтерлік» сессия залына қатысушылардың жұмысы барысында келесі тезистер мен ақпарат айтылды:

1. ERG-дің "Евразийская группа" өкілдері әлеуметтік жауапкершілікті әлеуметтік бағдарланған қызмет арқылы іске асыру тәжірибесі туралы айтып берді. Компаниядағы әлеуметтік жауапкершілік пен әлеуметтік саясат аясында корпоративті волонтерлік өз алдына бөлек ерекшеленбейді. Соңғы бір-екі жылда ғана ерекшеленді. Соның өзінде корпоративті волонтерлік деп қайырымдылық жұмыстары келтірілген. Мысалы, жұмысшылар мен олардың отбасылары тұратын аймақтарды, моноқалаларды абаттандыру, төтенше жағдай кезінде ауруханаларға көмек көрсету.
2. Компания ішіндегі әлеуметтік жобалардың басты қозғаушысы Жастар Кеңесі болып табылады. Сонымен қатар, Жастар Кеңесінің мүшелері Компаниядан тыс жобаларға да қатысады.
3. «Наурыз – қайырымды істер айы» негізгі волонтерлік жобасы – таза корпоративті волонтерлікке жатады.
4. «Qazaq National Product» (QNP) өкілдері ТЖ кезеңінде өздерінің әлеуметтік қызметін бастады – бұл қызметкерлердің өздері бастаған бастама болатын. Ауруханаларды, балалар үйлері мен бірнеше отбасыларды ЖҚҚ-мен, антисептиктермен, азық-түлік жиынтықтарымен қамтамасыздандыруға көмек берді. Қызметкерлер күшімен дезинфекциялау акциясы өткізілді.
5. Әлеуметтік жауапкершілікті Компания құндылығының бірі ретінде енгізу жоспарлануда.
6. ҚҚДИ өкілі қатысушы бизнес өкілдеріне үш сұрақ қойды:
 - Корпоративті волонтерлікті дамыту үшін бөлек қаржы бөліне ме?
 - Жұмылдырылған қызметкерлер пайызы қанша?
 - Қызметкерлерді ынталандырудың қандай тәсілдерін қолданасыз?
7. Жастар кеңесінің өкілі: Корпоративті волонтерліктің жеке бағыты болмағандықтан жеке бюджет жоқ. Жастар кеңесінің жобаларына бюджет бар. Мотивация ретінде монетарлық емес ынталандыру әдістері қолданылады, атап айтқанда, ішкі мәртебе жүйесі, ішкі марапаттар, компания басшылығының қолдауы мен құрметі. Сондай – ақ, «әлеуметтік лифт» жүйесі, яғни, «еңбегі бойынша» көтеру жұмыс істейді деп жауап берді.

Одан әрі ұсынылған мәселелер бойынша jamboard-та жұмыс жүргізілді.

Төменде талқылау кезінде алынған жауаптар берілген:

1. Компаниядағы волонтерлік қызмет пен қайырымдылықтың басты айырмашылығы неде?

- Қайырымдылық әрдайым бюджетпен байланысты, мысалы, атаулы көмек, ал волонтерлік ол – адам ресурсы. Сонымен қатар, қызметкер жұмыстан тыс жеке уақытын жұмсайды. Мысалы, қызметкер тілектер шыршасы секілді жеке үлес қосқан кезде волонтерлік болады.
- Фандрайзинг, кәсіби дағдылар. Волонтерлік – қызметкерлердің іс-әрекеті, ал қайырымдылық - "сыртқы" адамдардың проблемаларын шешуге бағытталған.
- Аса бір айырмашылық жоқ – бастысы адамдарға көмектесу. Екі бөлек қарастырудың қажеті жоқ...

2. Компанияда корпоративті еріктілік жобасын енгізіп, бастау үшін не қажет?

- Бір кейстің мысалында: алдымен мақсатты аудиторияны анықтау, содан кейін бенефициардың қажеттіліктерін зерттеу, идея құру, ақпараттық-коммуникациялық арна және идеяның мағынасын жеткізу, қызметкерлер үшін кеңістік пен жағдай жасау, нәтижені бірлесіп "атап өту", дәстүрге айналдыру (тәжірибені толықтыру).
- Жыл соңында волонтерлерді марапаттау арқылы жаңа қызметкерлерді тарту.

3. Компанияда ерікті бастамаларды/жобаларды қалыптастыру/іске асыру кезінде компаниялар қандай қиындықтарға тап болады? Оларды қалай жеңуге болады?

- Жергілікті жерлерде мемлекеттік органдармен коммуникациялардың және өзара іс-қимылдың болмауы.
- Бенефициарлар туралы деректер базасының немесе ақпараттың болмауы, ҮЕҰ немесе Мемлекеттік органдардың ресми деректері кейде дұрыс емес болады.
- Халықтың тұтынушылық қарым-қатынасы..
- Негізгі функционалды жұмыстан босамауға байланысты волонтерлікті немқұрайды іске асыру.
- Корпоративті волонтерлік қызмет үшін құқықтық негіз қажет.
- Корпоративті волонтерлік бойынша ішкі саясат және рәсімдер керек.
- Корпоративті волонтерлікті компания құндылықтарының бірі ретінде қосу.

4. Компания ішінде волонтерліктің корпоративтік мәдениетін және қолайлы ахуалды қалыптастыруға қандай шарттар, тәсілдер, құралдар мен уәждемелер жақсы ықпал ете алады?

- Материалдық емес мотивация, сіңірген еңбегін құрметтеу.
- Мансаптық өсуге әсері.
- КРІ көрсеткіштерінің бөлігі (даулы құрал қысым ретінде әрекет ете алады және еріктілік принципіне қайшы келеді).

5. Компанияда волонтерліктің корпоративтік мәдениетін енгізу және оны корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті дамытудың жаңа сапалы деңгейіне көтеру үшін қандай стратегиялық қадамдар жасау қажет?

- Саясатты қабылдау.
- Басшының міндеттемесі.
- Қызметкерлерді тарту.
- Осы бағыттағы жұмыс жоспарларын әзірлеу және жүйелілікті қамтамасыз ету мақсатында ұйым құрылымында волонтерлікті бекіту.
- Волонтерліктің корпоративтік мәдениеті корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік саясатының бір бөлігі болуға тиіс.
- Компания ішінде де, одан тыс жерлерде де тұрақты хабарламалар.

6. Қазақстанда корпоративтік еріктіліктің тұрақты дамуына қолайлы орта құру үшін қандай сыртқы (заңнамалық, салықтық, коллаборативті байланыстар/платформалар және т. б.) жағдайлар қажет?

- Ұлттық деңгейде сыртқы ортада құрмет көрсету.
- Мемлекеттік марапаттар.
- Мәселені заңнамалық реттеудің қажеті жоқ. Бұл осы бағытқа теріс әсер етуі мүмкін.
- Qazvolunteer.kz бірыңғай платформа базасында корпоративті волонтерлік бойынша бөлім ашу.
- Тәжірибе алмасу, тренингтер мен тағылымдамалар арқылы (ел ішінде және шетелде) әлеуетті арттыру.

Сессия барысында айтылған ұсынымдар:

1. ERG-дің "Евразийская группа" өкілдері әлеуметтік саясатты, волонтерлік мүмкіндіктерді тағы қалай дамыту керектігін түсіну қажеттігін айтты.
2. Волонтерлік ұйым мен сарапшылармен ынтымақтастықта корпоративті волонтерліктің "дұрыс" дамуы бойынша шетелдік тәжірибелерге, сараптамалық пікірлерге тікелей сұрау салу.
3. Корпоративті волонтерлікті дамыту бойынша сараптамалық кеңестердің қажеттіліктері бар-қатысушылар осы конференция аясында сарапшылардан кеңестер күтті.
4. Корпоративті волонтерлік саласындағы жұмыс бойынша стандарттар қажет.

ПРИЛОЖЕНИЕ 21

«Корпоративті волонтерліктің оң тәжірибесін зерттеу мен конференция өткізу» грант жобасының конференциясы

Секция: «ТЖ және корпоративті волонтерліктегі экологиялық бағыт»

Уақыты: 25.11.2020

Қатысушылар:

- **Модератор: Алия Сагингалиева**, «Ұлттық волонтерлік желі» ЗТБ сарапшысы.
- **Бердигулова Ботагөз Сарсенбековна**, Экология, геология және табиғи ресурстар Министрлігінің экологиялық реттеу және бақылау комитетінің әкімшілік жұмыстары басқармасының басшысы.
- **Салтанат Қасымбекова**, KMG Systems and Services, экология бойынша бас менеджері.
- **Екатерина Селиванова**, Өскемен ГЭС экологы.
- **Елдос Абаканов**, «Қазақстанның экологиялық ұйымдары Ассоциациясы» басқармасы басшысының орынбасары, BIRGEMIZ: Taza Alem Амбассадоры (келісілуде).
- **Кирилл Осин**, «Эко-Маңғыстау» YEM басшысы.
- **Динара Садвақасова**, «Жас Ұлан» бірыңғай балалар мен жасөспірімдер ұйымы» РҚБ төрағасы.
- **Дмитрий Иоффе**, «Чистые игры» жобасын құрушы, РФ.

Айтылған тезисы

№ 1 сессия залындағы «ТЖ және корпоративтік волонтерліктегі экологиялық бағыт» жұмысы барысында қатысушылар келесі тезистер мен ақпараттарды айтты:

1. Бердигулова Ботагөз бүгінгі таңда Қазақстанда, атап айтқанда экология бағытындағы волонтерлік қызмет белсенді дамып келе жатқанын айтты. Экологиялық волонтерлік - бұл ерікті қызметтің қызықты және қол жетімді түрлерінің бірі. ҚР экология, геология және табиғи ресурстар министрлігі волонтерлерді табиғи нысандарды қоқыстан тазарту, компаниялар мен азаматтар арасында қоқысты сепарациялық жинау мәдениетін енгізу, "Жасыл кеңсе" конкурстарын өткізу, жасыл экономика үшін коалиция құру, рекреация аймақтарында рейдтер жүргізу, азаматтардан келіп түсетін экологиялық нормаларды бұзу жөніндегі сұрақтарға жедел ден қою мақсатында жедел желіні іске қосу жөніндегі жұмысқа тартуға бағытталған түрлі акциялар мен іс-шараларды белсенді түрде өткізуде.

- Корпоративтік волонтерлік тарапынан назар аударуды талап ететін негізгі мәселе – бұл азаматтардың экологиялық санасын дамыту.

2. KMG Systems and Services экология бойынша бас менеджер Салтанат Қасымбекова корпоративтік секторы да волонтерлік қызметті дамыту бойынша өз бетінше белсенді жұмыс жүргізіп жатқанын айтты. Мысалы, KMG Systems and Services компаниясы Солтүстік Каспий өңірінде мұнайдың апатты төгілуін жоюға байланысты жобаны белсенді іске асыруда. Корпоративтік, сондай-ақ қарапайым азаматтар, ЖОО студенттері және т. б. волонтерлер осы қызметке тартылуда.

Осы бағытта ТЖД-мен бірлесіп мұнайдың авариялық төгілуін жою кезінде волонтерлерді даярлау бағдарламасы іске асырылуда. Мұнай төгілімдерін жою негіздері, құстарды құтқару кезіндегі іс-әрекеттер, еріктінің жеке қауіпсіздік негіздері, қалдықтарды басқару негіздері, итбалықтарды құтқару кезіндегі іс-әрекеттер сияқты бағыттар бойынша оқыту жүргізіліп жатыр.

Шешімін талап ететін келесідей сауалдар қойылды:

Теңізде, Қазақстан Республикасының Ішкі су айдындарында және сақтандыру аймағында мұнайдың төгілуін жоюға әзірлікті және іс-қимылды қамтамасыз етудің Ұлттық жоспарына, сондай-ақ теңізде, Қазақстан Республикасының Ішкі су айдындарында және сақтандыру аймағында мұнайдың төгілуін жоюға әзірлікті және іс-қимылды қамтамасыз етудің аумақтық / өңірлік жоспарларына өзгерістер енгізу қажет.

Атап айтқанда:

- ТЖ болған жағдайда волонтерлерді оқыту талабын бекіту
- Волонтерлер қолданылуы мүмкін қызметтердің алаңдары мен салаларын бекіту
- Волонтерлердің классификацияларын бекіту
- Ерікті ұйымдар туралы ақпараттар енгізу
- Оңалту үшін жануарлардың сирек кездесетін түрлерін мекендеу орталардан шығарып алу мүмкіндігі

Қолдаулы және ілеспелі құжаттарды жасақтау/түзеу:

- Жануарларды құтқару бойынша жоспар
- Волонтерлердің ТЖ, оның ішінде мұнайдың апаттық төгілісінің алдын алу кезінде басқару нұсқаулығы
- Волонтерлік ұйымдар көмегімен мұнайдың апатты төгілісінің алдын алу бойынша шаралар жоспары

3. Қазақстанның экологиялық ұйымдары қауымдастығы басқарма төрағасының орынбасары Елдос Боқанов корпоративтік еріктілерді де, жеке еріктілерді де тарта отырып, бірқатар жобаларды белсенді жүзеге асыратындықтарын айтты. "Стоп қоқыс" мобильді қосымшасы жасалды, клубтарға қамқорлық жасалды және жастарды экологиялық бастамаларға тарту мақсатында университеттермен жұмыс белсенді жүргізілуде.

- Қауымдастық атынан тәртіп бұзушыларға қатысты негізгі іс жүргізу әрекеттерін жасауға өкілеттік беру үшін волонтердің мәртебесін реттеу және бекіту ұсыныстарын айтты.
- Сондай-ақ, еріктілердің қызыл кітапқа енген жануарларға көмек көрсетуіне байланысты мәселелерді реттеу қажеттілігі бар.

4. Динара Сәдуақасова «Жас Ұлан» бірыңғай балалар мен жасөспірімдер ұйымы» РҚБ РФ «Чистые игры» жобасын жасаушы Дмитрий Иоффеммен бірге халықаралық «Чистые игры» жобасын өткізуге келісті. Өткізу мерзімі әлі анық емес. Сессия барысында әріптестер өздерінің жобалары мен акцияларын таныстырды. Қосымша сұрақтар мен ұсыныстар айтылған жоқ.

5. Өскемен ГЭС экологы Екатерина Селиванова және "Эко-Маңғыстау" ҮЕМ басшысы Кирилл Осин де өз бастамаларын таныстырды. Қосымша сұрақтар мен ұсыныстар айтылған жоқ.

ПРИЛОЖЕНИЕ 22

«Корпоративті волонтерліктің оң тәжірибесін зерттеу мен конференция өткізу» грант жобасының конференциясы

Секция: «Корпоративті волонтерліктегі әлеуметтік бағыт»

Уақыты: 25.11.2020

Қатысушылар:

- **Модератор: Адиль Кусманов**, ҚР Президенті жанындағы әлеуметтік-экономикалық реформаларды талдау және мониторинг Орталығының Сарапшылық-аналитикалық тобының Кеңесшісі.
- **Роза Джугинисова**, ҚР ақпарат және қоғамдық даму Министрлігінің қайырымдылық және волонтерлік мәселелері бойынша Басқарма сарапшысы **Анар Жумагулова**, Beeline Қазақстан CSR менеджері
- **Светлана Нищенко**, АЭС УГЭС/ШГЭС PR маманы
- **Мириана Абдуханова**, E Tutor жобасының, «NU Alumni» Назарбаев Университеті Түлектерінің Ассоциациясы» ҚБ үйлестірушісі
- **Валерий Митрофаненко**, «ТМД елдеріндегі еріктілік қозғалыстарының Ассоциациясының» негізін қалаушысы, РФ
- **Григорий Ли**, «Komanda SOS» еріктілердің координациялық орталығының басшысы
- **Куралай Жаркымбаева**, «Best for kids» ҚҚ Президенті

Айтылған тезистер

Корпоративті волонтерліктің әлеуметтік бағытын талқылай отырып, қатысушылардың әрқайсысы өзінің негізгі ұсыныстары мен тілектері сияқты осы бағыт шеңберіндегі өз қызметінің шағын презентациясымен сөз сөйледі. Егер тезистік тұрғыдан бірнеше негізгі идеяларды бөліп көрсетуге болады:

1. Қызметкерлерге тиімді мотивация болу үшін "жаңа бастамалар жазаланады" деген көзқарасқа жол берілмеуі керек және волонтерлік қызметті жүзеге асыратындар тек төменгі менеджмент пен қарапайым қызметкерлер болмауы тиіс. Волонтерлік қызметте жоғары тұрған басшылар қызметкерлерге өздері үлгі көрсетіп, ынталандыру қажет.
2. Корпоративтік мәдениеттің пайда болуы кезінде компаниялардағы корпоративтік белсенділіктің негізі ретінде волонтерлік жобаларды ескеру қажет, өйткені бұл құрал қызметкерлерді ынталандыруға, сондай-ақ ұжымдағы командалық рухты нығайтуға мүмкіндік береді.
3. Корпоративті волонтерлік жақсы әсер беру үшін шаралардың жүйелілігі мен жиілігін сақтау қажет.
4. Волонтерліктің үздік тәжірибелері арқылы қаржы және әлеуметтік заңнаманы пысықтау керек. Мысалы, волонтерлік қызметке қатысқандар үшін қосымша демалыс күндерін беру.
5. Негізгі факторлардың бірі ретінде бизнестің қызығушылығы міндетті болуы керек. Ол үшін сол компанияларға салық салуды жеңілдетудің қосымша тетіктері қажет.
6. Егер мемлекет осы конференцияның идеяларын жүйелеуге тырысатын болса, өте қарапайым идеялардан бастау керек, бірақ идеяның орындалуын бақылау қажет. Өйткені біздің елімізде ұсыныстар мен идеяларға қатысты проблемалар ешқашан болған емес. Осыған байланысты, менеджменттің қарапайым деңгейлерінен бастап, тиімді іске асыру үшін, қате түсінілген ой немесе әрекетті болдырмау үшін белгілі бір идеяны кім және қалай түсінгенін сұрау керек.