

# Εθελοντική προσφορά στην κοινότητα: Εργαζόμενοι προσφέρουν το χρόνο και τις ικανότητές τους

*Στην Timberland, είμαστε κάτι παραπάνω από τα ορειβατικά μποτάκια που φτιάχνουμε για περισσότερα από 30 χρόνια. Πιστεύουμε ότι οι εταιρείες έχουν τη δύναμη και την ευθύνη να επιφέρουν θετικές και μόνιμες αλλαγές στον κόσμο. Και όταν στο όραμά μας συμμετοχοί είναι κοινωνικοί οργανισμοί και πολίτες που μοιράζονται το πάθος μας, αυτά που μπορούμε να καταφέρουμε είναι ασύλληπτα.<sup>1</sup>*

—Τζέφρι Σουάρτς, πρόεδρος  
και διευθύνων σύμβουλος,  
The Timberland Company

**Ο** κοινωνικός εθελοντισμός είναι μια πρωτοβουλία σύμφωνα με την οποία ο οργανισμός στηρίζει και ενθαρρύνει τους εργαζομένους του, τους εταίρους του και/ή τα καταστήματα franchise στο δίκτυό του, ώστε να προσφέρουν εθελοντικά το χρόνο τους για τη στήριξη τοπικών κοινωνικών οργανισμών και σκοπών. Οι εθελοντικές δράσεις μπορεί να περιλαμβάνουν την προσφορά των γνώσεων, των ικανοτήτων, των ιδεών και/ή των υπηρεσιών των εργαζομένων. Η προσφορά από την πλευρά της εταιρείας μπορεί να μεταφράζεται σε άδειες μετ' αποδοχών για τους εργαζομένους της, σε συστήματα που βοηθούν

τους εργαζομένους να βρουν τομείς ενδιαφέροντος, στην αναγνώριση της προσφοράς τους και στην οργάνωση ομάδων για τη στήριξη συγκεκριμένων σκοπών στους οποίους στοχεύει ο οργανισμός.

Η διάκριση του κοινωνικού εθελοντισμού από άλλες πρωτοβουλίες είναι σαφής, καθώς αποτελεί τη μοναδική δράση που χαρακτηρίζεται από την εθελοντική συμμετοχή των ίδιων των εργαζομένων σε τοπικούς οργανισμούς (π.χ., στους συλλόγους νεολαίας Boys & Girls Clubs) και σε τοπικές δράσεις (π.χ., για τη συλλογή απορριμμάτων από τους αυτοκινητόδρομους). Η εθελοντική προσφορά στην κοινότητα δεν είναι κάτι καινούριο για τους οργανισμούς. Αυτό που είναι, ωστόσο, καινούριο και αξίζει να σημειωθεί είναι η τάση ενσωμάτωσης των εθελοντικών δράσεων των εργαζομένων στις υπάρχουσες εταιρικές κοινωνικές πρωτοβουλίες, ακόμα και η σύνδεση των εθελοντικών δράσεων με επιχειρηματικούς στόχους. Για ακόμα μία φορά, προτιμάται μια στρατηγική προσέγγιση, όπου οι εργαζόμενοι συχνά ενθαρρύνονται να προσφέρουν εθελοντικές υπηρεσίες σε σκοπούς που ήδη υποστηρίζονται από άλλες εταιρικές πρωτοβουλίες και που συχνά σχετίζονται με τις βασικές επιχειρηματικές αρχές και τις επιδιώξεις του οργανισμού. Η εταιρεία IBM, για παράδειγμα, ανέλαβε μια μακροπρόθεσμη δέσμευση απέναντι στην εκπαίδευση μέσω μιας πρωτοβουλίας με την ονομασία *Reinventing Education* και παροτρύνει τους εργαζομένους της να γίνουν σύμβουλοι των νέων στα σχολεία. Παρομοίως, στον οργανισμό Fannie Mae οι εργαζόμενοι ενθαρρύνονται να στηρίζουν το εταιρικό πρόγραμμα *Help the Homeless* για τους αστέγους.

Ο εθελοντισμός στην κοινότητα και η επακόλουθη εταιρική στήριξη προς αυτό το σκοπό θεωρούνται από πολλούς (μεταξύ των οποίων και ανώτερα στελέχη που σε αυτό το κεφάλαιο μοιράζονται μαζί μας τις ιστορίες τους) ως μία από τις πιο γνήσιες και ανταποδοτικές μορφές εταιρικής κοινωνικής προσφοράς. Στο βιβλίο του *Revolution of the Heart*, ο Μπιλ Σορ εξηγεί τους παράγοντες και τις άγνωστες πλευρές που μπορεί να συμβάλουν σε αυτήν την αναβίωση και ενθαρρύνει τους οργανισμούς και τους πολίτες να «συμβάλουν μέσω των ιδιαίτερων ικανοτήτων τους και των δημιουργικών τους τάσεων». Τονίζει ότι εάν το κάνουμε αυτό, «προσφέρουμε το μόνο πράγμα που είναι πραγματικά δικό μας και που κανείς δεν μπορεί να μας στερήσει». <sup>2</sup> Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι «εάν είστε σεφ μπορείτε να διδάξετε μυστικά διατροφής και οικονομικής παρασκευής γευμάτων σε νεαρές μητέρες, εάν είστε λογιστής μπορείτε να διδάξετε μαθηματικά, εάν είστε αθλητής μπορείτε να προπονήσετε, εάν είστε γιατρός μπορείτε να εξετάσετε παιδιά και εάν είστε ξυλουργός ή οικοδόμος μπορείτε να χτίσετε σπίτια». <sup>3</sup> Ο Σορ γράφει για την «ανάγκη του κόσμου να νιώσει ότι συνδέεται με κάτι ιδιαίτερο μέσα του αλλά, και την ίδια στιγμή, με κάτι μεγαλύτερο από τον ίδιο και το προσωπικό του συμφέρον». <sup>4</sup>