

# КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО: КАК ВОВЛЕЧЬ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ В СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ?

6 октября 2008 г., Москва



# **BUSINESS IN THE COMMUNITY**

## **Бизнес и общество**

**Основано в 1982 г.**  
**850 компаний**  
**4 ключевые темы**  
**Глобальная сеть партнеров**  
**Президент - Принц Уэльский**



# КСО360 – Глобальная сеть партнеров

110 партнеров в Европе, Юго-Восточной Азии,  
Северной и Южной Америке

Некоммерческие организации, способствующие  
развитию ответственной деловой практики и  
социальных инвестиций

Участники «Хартии качества»

Глобальная кампания **ENGAGE** совместно с IBLF



# СОДЕРЖАНИЕ

## 1. ВЫЗОВЫ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА

## 2. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВ

## 3. ЗАЧЕМ И КАК КОМПАНИЯМ РАЗВИВАТЬ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?

## 4. ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИЙ. РАЗВИТИЕ КАДРОВ

## 5. ЧТО НУЖНО ПОМНИТЬ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПАРТНЕРСТВА

## 6. ПРИМЕРЫ

## 7. ВАЖНОСТЬ ОЦЕНКИ

## 8. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ



# Факторы, влияющие на компанию



# ВЫЗОВЫ, СТОЯЩИЕ ПЕРЕД БИЗНЕСОМ

- ПЛОХИЕ ОТНОШЕНИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ?
- НЕЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СВЯЗЯМИ (ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК) ?
- ТРУДНОСТИ В ПРИМЕНЕНИИ ГЛОБАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ НА МЕСТАХ ?
- НЕБЛАГОПРИЯТНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ?
- КОРРУПЦИЯ ?
- НЕУДОВЛЕТВОРЕННЫЕ СОТРУДНИКИ ?
- СОЦИАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ – ДАНЬ МОДЕ РАДИ ПИАРА ?
- ГЛОБАЛЬНОЕ ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА



# ЧТО ТАКОЕ КСО ?

**Корпоративная социальная ответственность – корпоративная политика, практика и поведение, ведущее к установлению **доверия**. КСО означает определение пробелов между тем, что мы делаем и тем, что **ожидают** от нас стейкхолдеры, и принятие мер по их устранению.**

MARKS AND SPENCER 2006



# ОТ ОБЩЕГО К ЧАСТНОМУ

Производство	Рынок	Территория присутствия	Экология	Управление
РАВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ	ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ	СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО	СОБЛЮДЕНИЕ ПРИРОДООХРАННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА
НАГРАДЫ И ПОЩРЕНИЯ	ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА	ВОЛОНТЕРСТВО	УТИЛИЗАЦИЯ ОТХОДОВ	ЧЕТКОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ОХРАНА ТРУДА	НАДЕЖНОСТЬ ПРОДУКЦИИ	ПРОЕКТЫ В МЕСТНОМ СООБЩЕСТВЕ	ЭКОНОМИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ	ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО
БАЛАНС РАБОТЫ И ОТДЫХА	ДОСТУПНОСТЬ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ	ДИАЛОГ С НКО	ЭКОНОМИЯ ВОДЫ	РЕГУЛИРОВАНИЕ
НАЙМ И УДЕРЖАНИЕ КАДРОВ	РАСЧЕТЫ С ПОСТАВЩИКАМИ	НАТУРАЛЬНЫЕ ПОЖЕРТВОВАНИЯ	ЗАГРЯЗНЕНИЕ СРЕДЫ	УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ
РАЗВИТИЕ КАДРОВ	ПОНЯТНАЯ МАРКИРОВКА И ИНФОРМАЦИЯ О ПРОДУКЦИИ	НАТУРАЛЬНЫЕ ПОЖЕРТВОВАНИЯ	ТРАНСПОРТ	ОТЧЕТНОСТЬ
РЕШЕНИЕ КОНФЛИКТОВ	ПОСТОЯННЫЕ ПОСТАВКИ СЫРЬЯ	ОЗДОРОВЛЕНИЕ СРЕДЫ, ЗАНЯТОСТЬ, БОРЬБА С ПРЕСТУПНОСТЬЮ И Т.П.	ВЫБРОСЫ	ОТВЕТСТВЕННОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ
РАССМОТРЕНИЕ ЖАЛОБ	УВАЖЕНИЕ		НОВОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО	ЦЕННОСТИ/ЦЕНЫ
ВОВЛЕЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА				ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС
				ОТКРЫТОСТЬ
				ВОВЛЕЧЕНИЕ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

**ХОРОШЕЕ МЕСТО РАБОТЫ**



# СТЕЙКХОЛДЕРЫ



# СОДЕРЖАНИЕ

1. ВЫЗОВЫ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА

2. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВ

3. ЗАЧЕМ И КАК КОМПАНИЯМ РАЗВИВАТЬ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?

4. ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИЙ. РАЗВИТИЕ КАДРОВ

5. ЧТО НУЖНО ПОМНИТЬ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПАРТНЕРСТВА

6. ПРИМЕРЫ

7. ВАЖНОСТЬ ОЦЕНКИ

8. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ





# СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВЫ



# ДЛЯ ЧЕГО КОМПАНИЯМ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?

## ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИИ, СОТРУДНИКОВ И ОБЩЕСТВА

- СВЯЗЬ С ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ (E.G. GET CONNECTED)
- ДОСТУП К РЫНКАМ (E.G. AETNA MEDICAL INSURANCE IN THE US)
- РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА (E.G. ROLLS ROYCE & UBS)
- ПОВЫШЕНИЕ МОРАЛЬНОГО ДУХА И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА
- ИНВЕСТИЦИЯ В ФОРМИРОВАНИЕ КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ СИЛЫ
- ИНВЕСТИЦИИ ДЛЯ УСТРАНЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА
- РЕПУТАЦИЯ КОМПАНИИ





# ПРОСВЕЩЕННЫЙ ЭГОИЗМ

«THE ECONOMIST», 17 ЯНВАРЯ, 2008

# КАК КОМПАНИИ МОГУТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ВКЛАД В МЕСТНОЕ СООБЩЕСТВО ?

НАТУРАЛЬНЫЕ ПОЖЕРТВОВАНИЯ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ПОМЕЩЕНИЙ

СПОНСОРСТВО

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ И ВЫХОД НА РЫНКИ

СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ МАРКЕТИНГ

ОБУЧЕНИЕ

И...



# КАК КОМПАНИИ МОГУТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ВКЛАД В МЕСТНОЕ СООБЩЕСТВО ?

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ  
ИНФОРМАЦИОННАЯ И ПИАР ПОДДЕРЖКА  
ФАНДРЕЙЗИНГ  
ВОЛОНТЕРСТВО

пример: Marks and Spencer / Marks and Start



# СОДЕРЖАНИЕ

1. ВЫЗОВЫ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА
2. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВ
3. ЗАЧЕМ И КАК КОМПАНИЯМ РАЗВИВАТЬ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?
4. ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИЙ. РАЗВИТИЕ КАДРОВ
5. ЧТО НУЖНО ПОМНИТЬ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПАРТНЕРСТВА
6. ПРИМЕРЫ
7. ВАЖНОСТЬ ОЦЕНКИ
8. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ





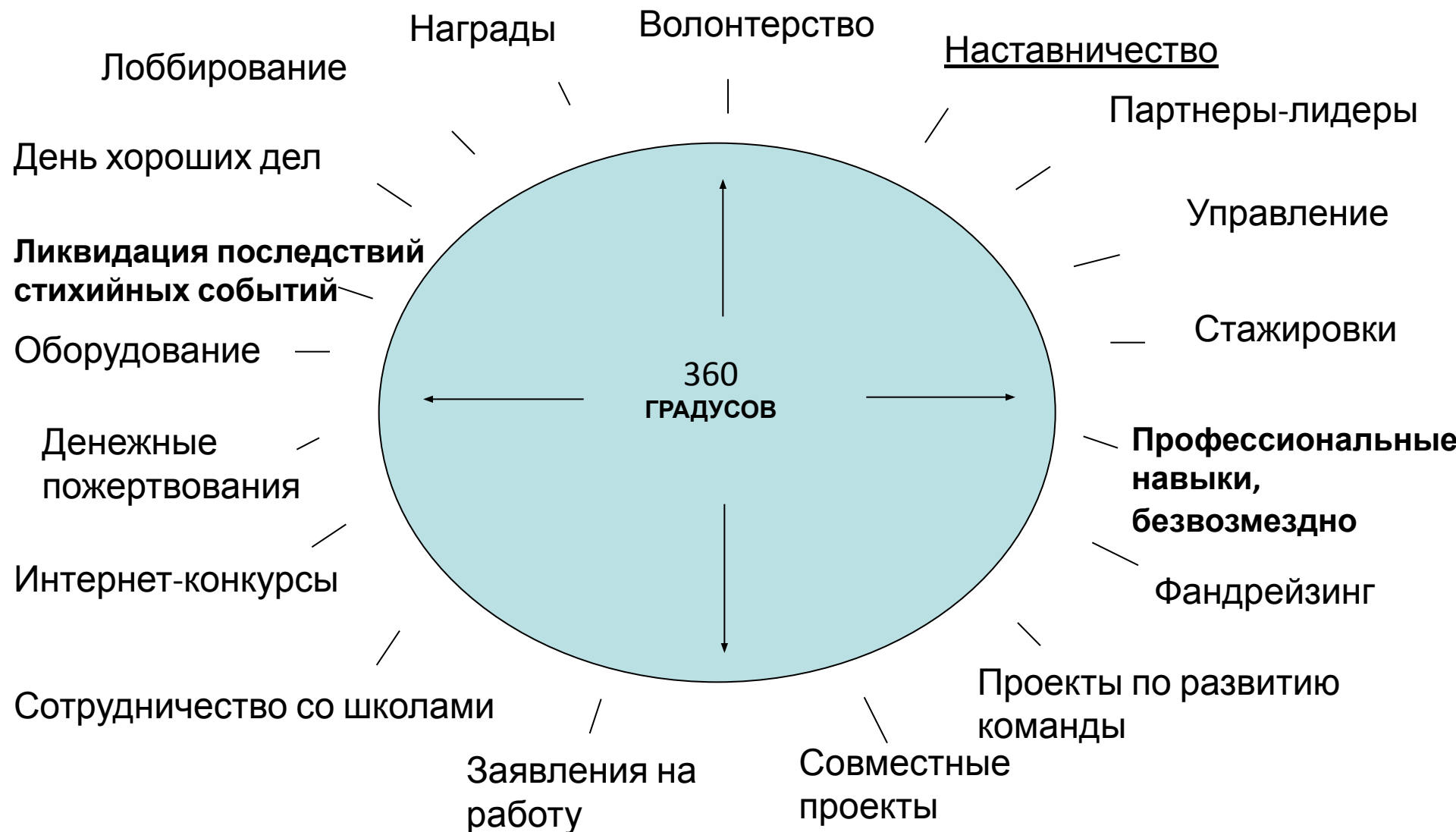
# ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ И ЛИЧНОСТНОЕ РАЗВИТИЕ СОТРУДНИКОВ

## КОГДА ОНО ПРОИСХОДИТ?

- ВЫПОЛНЕНИЕ НЕРУТИННОГО ЗАДАНИЯ
- РАБОТА ВНЕ ПРИВЫЧНОЙ СРЕДЫ
- НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗРАБОТАТЬ НОВОЕ  
ОРИГИНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ
- РАБОТЫ БЕЗ ПРИВЫЧНОЙ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ
- НЕОБХОДИМОСТЬ ПРИЛОЖИТЬ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ, А НЕ  
ПРИВЫЧНЫЕ НАВЫКИ
- ВНЕЗАПНОЕ И НЕОЖИДАННОЕ ИЗМЕНЕНИЕ ПЛАНА



# КОМПАС КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА



# ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА?

- ОТ ВОЛОНТЕРСТВА К СОЦИАЛЬНЫМ ИНВЕСТИЦИЯМ
- АКЦЕНТ НА ДОЛГОСРОЧНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С МЕСТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ
- РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ И КОМАНД
- МЕСТНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ
- ПЕРЕДАЧА НАВЫКОВ В МЕСТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ
- КОЛЛЕКТИВНЫЕ УСИЛИЯ – КАМПАНИЯ **ENGAGE** В КЛЮЧЕВЫХ ГОРОДАХ
- ГЛОБАЛЬНАЯ СЕТЬ ПАРТНЕРОВ ПО КСО



# ТАБЛИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИХ РАЗВИТИЯ

## UBS AND ROLLS ROYCE-IMS

	ПРОЕКТЫ	НАСТАВНИЧЕСТВО	ЗАДАНИЯ НА	НАСТАВНИЧЕСТВО	БЕЗВОЗ- МЕЗДНАЯ	ПРОВЕДЕНИЕ	И Т.Д.
	КОМАНД		РАЗВИТИЕ	РУКОВОДСТВА	ПОМОЩЬ	СЕМИНАРА	И Т.П.
КОМАНДНАЯ РАБОТА	x		x				
УВЕРЕННОСТЬ В СЕБЕ		x	x		x		
НАВЫКИ ОБЩЕНИЯ	x	x	x	x	x	x	
УПРАВЛЕНИЕ ВРЕМЕНЕМ	x		x		x		
КРЕАТИВНОСТЬ И ИННОВАЦИИ	x		x			x	
ЛИДЕРСТВО	x			x			
ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ	x		x				
ВЛИЯНИЕ НА ДРУГИХ	x	x	x	x			
КОУЧИНГ				x			
ПРЕЗЕНТАЦИИ		x	x		x	x	
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРЕМЕНАМИ	x	x	x				
УПРАВЛЕНИЕ ЛЮДЬМИ	x	x	x	x			

# БИТВА ЗА ТАЛАНТ

НАЙМ, УДЕРЖАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

THE ECONOMIST 17 ЯНВАРЯ 2008



# ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА НА СОТРУДНИКОВ

- ПОНИМАНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ 57%
- УЛУЧШЕНИЕ РАБОТЫ В КОМАНДЕ 42%
- УНИКАЛЬНЫЕ НАВЫКИ 42%
- ПОВЫШЕНИЕ УВЕРЕННОСТИ В СЕБЕ 40%
- УЛУЧШЕНИЕ НАВЫКОВ ОБЩЕНИЯ 36%
- УЛУЧШЕНИЕ НАВЫКОВ, НЕОБХОДИМЫХ В РАБОТЕ 36%
- ПОВЫШЕНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ 33%

– MORI 2006



# ВОСПРИЯТИЕ РАБОТОДАТЕЛЯ СОТРУДНИКАМИ

- 3 ГРУППЫ РЕСПОНДЕНТОВ, ОПРОС: 3 КОМПАНИЙ, 750 ЧЕЛ.
- 1. УЧАСТВОВАЛИ В КОРПОРАТИВНОМ ВОЛОНТЕРСТВЕ
- 2. НЕ УЧАСТВОВАЛИ, НО ЗНАЛИ О НЕМ
- 3. НЕ ЗНАЛИ И НЕ УЧАСТВОВАЛИ
- ГРУППА 1. ПЛАНИРОВАЛА РАБОТАТЬ НА 2 ГОДА БОЛЬШЕ, ЧЕМ В СРЕДНЕМ
- ГРУППА 2. ПЛАНИРОВАЛА РАБОТАТЬ НА 1 ГОД БОЛЬШЕ, ЧЕМ В СРЕДНЕМ
- ГРУППА 3. ПЛАНИРОВАЛА УВОЛЬНЯТЬСЯ В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ
- ГРУППА 1. С БОЛЬШОЙ ВЕРОЯТНОСТЬЮ ОТЗОВУТСЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНО О КОМПАНИИ И ЕЕ УЧАСТИИ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ
- ГРУППА 2. СКОРЕЕ ВСЕГО ОТЗОВУТСЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНО
- ГРУППА 3. ВЕРОЯТНО ОТЗОВУТСЯ ОТРИЦАТЕЛЬНО

CORP.CIT. CO. 2003.

# СОДЕРЖАНИЕ

1. ВЫЗОВЫ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА
2. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВ
3. ЗАЧЕМ И КАК КОМПАНИЯМ РАЗВИВАТЬ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?
4. ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИЙ. РАЗВИТИЕ КАДРОВ
5. ЧТО НУЖНО ПОМНИТЬ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПАРТНЕРСТВА
6. ПРИМЕРЫ
7. ВАЖНОСТЬ ОЦЕНКИ
8. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ





# ЧТО НЕОБХОДИМО ПРИНЯТЬ ВО ВНИМАНИЕ:

ПИЛОТ (НАЧАТЬ С МАЛОГО, ПОПРОБОВАТЬ, ОЦЕНИТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ)

ПАРТНЕРСТВО С МЕСТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

ВАЖНОСТЬ БРОКЕРА, КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СЕТИ И ЗНАНИЯ НА МЕСТАХ?

АКЦЕНТ НА СОЦИАЛЬНО НЕЗАЩИЩЕННЫЕ СЛОИ В КАКОЙ ОБЛАСТИ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ МАКСИМАЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ?

КАК КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО СОЧЕТАЕТСЯ В ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ?

## ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ НКО

**СНИЖЕНИЕ РАСХОДОВ**

**РАЗВИТИЕ НАВЫКОВ У СОТРУДНИКОВ**

**ПОМЕЩЕНИЕ ИЛИ ОБОРУДОВАНИЕ**

**УЛУЧШЕНИЕ УСЛУГ КЛИЕНТАМ**

**ПИАР МИССИИ НКО**

**ИССЛЕДОВАНИЯ**

**ДОСТУП К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ НАВЫКАМ**

**ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ БЕСПЛАТНЫЕ РЕСУРСЫ**



# **СОТРУДНИЧЕСТВО С КОМПАНИЯМИ – ПОДСКАЗКА ДЛЯ НКО**

- **ОПРЕДЕЛИТЕ, КТО ПРИСУТСТВУЕТ НА ДАННОЙ ТЕРРИТОРИИ?**
- **ОПРЕДЕЛИТЕ ИХ БИЗНЕС ЗАДАЧИ**
- **УСТАНОВИТЕ ЛИЧНЫЙ КОНТАКТ**
- **СОБЕРИТЕ СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ**
- **ЧЕТКО ОПРЕДЕЛИТЬ, ЧТО ВЫ ОТ НИХ ХОТИТЕ**
- **СДЕЛАЙТЕ ПРАВИЛЬНЫЙ «ЗАХОД»**
- **ПОДЧЕРКНИТЕ ВЗАИМНУЮ ВЫГОДУ**
- **РАЗВИВАЙТЕ ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ**
- **ПОСТОЯННО ИНФОРМИРУЙТЕ КОМПАНИЮ**
- **ВЫПОЛНЯЙТЕ СВОИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА**

**НЕ ПРОСИТЕ ДЕНЕГ СРАЗУ!**

# ОПРЕДЕЛИТЬ ПРОЕКТ

- ОПРЕДЕЛИТЬ БИЗНЕС ПРОБЛЕМУ И СОЦИАЛЬНУЮ ТЕМУ
- ОПРЕДЕЛИТЬ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ
- ОПРЕДЕЛИТЬ ОБЪЕМ И СРОКИ
- ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ
- РАЗРАБОТАЙТЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ УЧАСТИЯ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ
- ПРОСЧИТАЙТЕ, ЧТО МОЖЕТ НЕ СРАБОТАТЬ?

# СОДЕРЖАНИЕ

1. ВЫЗОВЫ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА
2. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВ
3. ЗАЧЕМ И КАК КОМПАНИЯМ РАЗВИВАТЬ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?
4. ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИЙ. РАЗВИТИЕ КАДРОВ
5. ЧТО НУЖНО ПОМНИТЬ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПАРТНЕРСТВА
6. ПРИМЕРЫ
7. ВАЖНОСТЬ ОЦЕНКИ
8. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ



## Примеры проектов ENGAGE:

Братислава = Гонконг

Прага = Милан (проведение семинаров)

Гонконг = Мадрид / географический  
подход

Франкфурт = Париж



# mobi<sup>3</sup>

Технология, люди и карьера в мобильном телефоне



**NOKIA**

**IBM**









## o Цели :

- Предоставить возможность молодежи **ознакомиться с профессиями** в области телекоммуникационных технологий,
- Повышать **креативность и предпринимательство** школьников,
- Повышать мотивацию школьников к продолжению учебы, особенно в точных науках.

## o Проект школьных команд :

- **Создать модель мобильного телефона**, используя программу трехмерного моделирования, и подготовить предложение по управлению каждым этапом жизненного цикла мобильного телефона
- В конце года команды представляют свои проекты перед **жюри из профессионалов** в области телекоммуникаций.



Разработка нового продукта				Производство		Продажи
Стадия	Дизайн	Маркетинг	Юрподдержка	Производство и логистика	Мобильные сети	Продажи
<b>Описание</b>	Дизайн цифрового прототипа, 3-х мерное моделирование (управление жизненным циклом продукции)	Исследование рынка для новой продукции: маркетинг, цена, продукт, дистрибуция, продвижение	Защита интеллектуальной собственности, дизайна. Технологии и бренда	Производственный процесс компонентов, управление заказами, поставками, транспортом и т.п.	Создание и управление телекоммуникационной инфраструктурой	Организация продаж в крупных магазинах
<b>Должность</b>	Инженер-проектировщик	Менеджер продукта	Юрист	Менеджер по логистике	Инженер	Торговый представитель
<b>Примеры</b>						

\* Not the only profession existing in the company

- 120 школьников (13-14 лет)
- 6 школ в предместьях Парижа
- 2007 – 2008 уч. год (октябрь – май)
- Программа Mobi<sup>3</sup> официально интегрирована в учебную программу 8 класса



о **Визиты на предприятия:**

- 1 - 5 сотрудников компаний участвуют в проведение визитов
- Вовлечены специалисты разных отделов : инженеры, маркетологи, юристы, отдел продаж и логистики
- Развитие навыков

о **Жюри :**

- Представители компаний-партнеров
- Присутствие топ-менеджеров в финальной части



- **ДЛЯ 43% ПРОЦЕНТОВ ЭТО БЫЛ ПЕРВЫЙ ОПЫТ ВОЛОНТЕРСТВА**

- **САМАЯ ВПЕЧАТЛЯЮЩАЯ ЧАСТЬ ПРОЕКТА:**

**ДЛЯ 75% - ВОЗМОЖНОСТЬ ОБЩАТЬСЯ С МОЛОДЕЖЬЮ И ПОДДЕРЖАТЬ ОБРАЗОВАНИЕ**

**ДЛЯ 36% - ВОЗМОЖНОСТЬ УКРЕПИТЬ РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ**

**ДЛЯ 25% - УКРЕПЛЕНИЕ КОМАНДЫ**

**ДЛЯ 14% - СЛЕДОВАЛИ УКАЗАНИЮ РУКОВОДСТВА**

- **96% СЧИТАЮТ, ЧТО ПРОЕКТ ПРОШЕЛ ОТЛИЧНО И ГОТОВЫ РЕКОМЕНДОВАТЬ СВОИМ КОЛЛЕГАМ**

# ВИЗИТ В ЛОНДОН: КАК ВСЕГДА ДОЖДЬ!



# В МЕТРО



## о 91 ШКОЛЬНИКОВ СКАЗАЛИ:

для 69% - mobi<sup>3</sup> было первое в жизни посещение компании

76% - научились, как убедительно представить проект

82% - узнали мир бизнеса лучше

69% - улучшили навыки презентации и общения

85% - научились работать в команде

□ 91% советуют другим участвовать

## **ОЦЕНКА ПРОЕКТА УЧИТЕЛЯМИ:**

**ОЧЕНЬ ХОРОШО (25%) ОТЛИЧНО (75%).**

**58% ЗАМЕТИЛИ ПЕРЕМЕНУ В ВОСПРИЯТИИ ШКОЛЬНИКАМИ БИЗНЕСА**

**92% ОТМЕТИЛИ ИЗМЕНЕНИЕ ПОВЕДЕНИЯ**

**92% ГОТОВЫ ПОВТОРИТЬ**

**100% РЕКОММЕНДУЮТ ДРУГИМ УЧИТЕЛЯМ**

## **СЛОЖНОСТИ:**

**ПЕРВОЕ: ОГРОМНЫЙ ПРОБЕЛ В ЗНАНИЯХ**

**СЛИШКОМ МНОГО ИНФОРМАЦИИ ЗА ОДИН ГОД, СПЕШКА**

**У ОДНОГО КЛАССА БЫЛИ ТРУДНОСТИ В ОСВОЕНИИ КОМПЬЮТЕРНОЙ ПРОГРАММЫ**

**ВАЖНАЯ РОЛЬ ОЦЕНКИ**



## **ПРЕИМУЩЕСТВА СОТРУДНИЧЕСТВА:**

**ОБЪЕДИНЕНИЕ УСИЛИЙ – У ОДНОЙ КОМПАНИИ МОЖЕТ НЕ БЫТЬ РЕСУРСОВ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ТАКОГО ПРОЕКТА, СОВМЕСТНАЯ РАБОТА ДАЕТ БОЛЬШЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОБЪЕДИНИТЬ РЕСУРСЫ**

**РАЗДЕЛЕНИЕ ОБЯЗАННОСТЕЙ – ДЕНЕЖНЫЙ ВКЛАД, МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЕКТА, ВРЕМЯ СОТРУДНИКОВ И ВОЛОНТЕРЫ - ВАЖНО НА ПИЛОТНОЙ СТАДИИ**

**УВЕЛИЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДОБИТЬСЯ ЛУЧШИХ РЕЗУЛЬТАТОВ И СОЦИАЛЬНОГО ЭФФЕКТА**

**ПОВЫШЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ ПРОЕКТА – ЕСЛИ ОДНА КОМПАНИЯ ВЫЙДЕТ, ПРОЕКТ НА УМРЕТ**

**ВСЕГДА ЦЕНЕН ОБМЕН ОПЫТОМ И ДОСТИЖЕНИЕ ОБЩИХ ЦЕЛЕЙ**



# СОДЕРЖАНИЕ

1. ВЫЗОВЫ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА
2. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВ
3. ЗАЧЕМ И КАК КОМПАНИЯМ РАЗВИВАТЬ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?
4. ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИЙ. РАЗВИТИЕ КАДРОВ
5. ЧТО НУЖНО ПОМНИТЬ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПАРТНЕРСТВА
6. ПРИМЕРЫ
7. ВАЖНОСТЬ ОЦЕНКИ
8. СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ



## ENGAGE IN FRANKFURT- ANOTHER EXAMPLE

CITI, FRESHFIELDS BRUCKHAUS DERINGER, LINKLATERS AND  
DEUTSCHE BÖRSE.

**EMPLOYABILITY SKILLS: 3 MODULES PROGRAMME**

CLASSES OF DISADVANTAGED STUDENTS AT FOUR DIFFERENT  
SCHOOLS IN FRANKFURT.

THREE SUCCESSFUL YEAR, STARTING THE FOURTH ONE.



# ОЦЕНКА – УРОКИ НА БУДУЩЕЕ

- ◆ ПЕРВЫЙ ГОД: ОДИН МОДУЛЬ
- ◆ НОВЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ
- ◆ УЧАСТИЕ МЕНТОРОВ/НАСТАВНИКОВ?



# СОДЕРЖАНИЕ

1. ВЫЗОВЫ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА
2. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ОТВЕТ НА ВЫЗОВ
3. ЗАЧЕМ И КАК КОМПАНИЯМ РАЗВИВАТЬ КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО?
4. ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КОМПАНИЙ. РАЗВИТИЕ КАДРОВ
5. ЧТО НУЖНО ПОМНИТЬ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ПАРТНЕРСТВА
6. ПРИМЕРЫ
7. ВАЖНОСТЬ ОЦЕНКИ



# СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ: СТАТИСТИКА ПО ВЕЛИКОБРИТАНИИ

- 80% НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ ПРЕСТУПНИКОВ ПОВТОРНО НАРУШАЮТ ЗАКОН
- НИЗКАЯ УСПЕВАЕМОСТЬ
- ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ШКОЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ
- ВЫСОКАЯ БЕЗРАБОТИЦА В ОТДЕЛЬНЫХ РАЙОНАХ
- ОТСТАВАНИЕ ОТ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ



# ПРИМЕРЫ ПРОЕКТОВ

- ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ДЛЯ ЮНЫХ ПРАВОНАРУШИТЕЛЕЙ - BRITISH GAS
- НАВЫКИ ЛИДЕРСТВА - KPMG
- КОРНИ И КРЫЛЬЯ - UBS, BT
- КИБЕРЦИКЛ - IBM & SAP GEMINI
- КОМПЬЮТЕРЫ В ШКОЛЫ - TESCO



# НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- СНИЖЕНИЕ ПОВТОРНЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ НА 7%
- 3500 БИЗНЕС-ПАРТНЕРОВ У ШКОЛ
- УЛУЧШЕНИЕ УСПЕВАЕМОСТИ НА 25%
- УЛУЧШЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ НАВЫКОВ
- 20 ВЫПУСКНИКОВ IT В ГОД
- А СКОЛЬКО КОМПЬЮТЕРОВ В ШКОЛАХ?
- **ВАЖНАЯ РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА**





# НАШИ УРОКИ?

## ТРЕНДЫ: КОЛИЧЕСТВО - КАЧЕСТВО - СОТРУДНИЧЕСТВО

**КОЛИЧЕСТВО:** инициатива охватывает новые страны.

**КАЧЕСТВО:** разнообразные проекты и связь с бизнес целями.

**СОТРУДНИЧЕСТВО КОМПАНИЙ:** разделение обязательств, обмен опытом, повышение результативности.



# НАШИ УРОКИ?

**УСПЕШНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ КОМПАНИЙ ПОЛУЧАЮТ ПРОДОЛЖЕНИЕ И РАЗВИТИЕ**

**ДЛЯ ГЛОБАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ – НЕОБХОДИМЫ МЕСТНЫЕ ЗНАНИЯ**

**ОБЪЕДИНЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА С МЕСТНЫМИ УСЛОВИЯМИ**

**ВАЖНОСТЬ ПАРТНЕРСТВА**

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОМПАНИИ ЧАСТО ПОДАЮТ ПРИМЕР, КОТОРОМУ СЛЕДУЮТ МЕСТНЫЕ КОМПАНИИ**

**КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО РАЗВИВАЕТСЯ ВО ВСЕМ МИРЕ**





ВОПРОСЫ?

СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!

