

新时代来临 除捐钱之外企业还可以做什么？

■ 本报记者 王勇

2021年,我国进入

新发展阶段,公益慈善被提升到“增进民生福祉,提升共建共治共享水平”的新高度。作为公益慈善的重要参与者,企业被赋予更多社会责任。

如何才能回应时代要求?慈善捐赠和志愿服务是企业可以也有能力采取的两种方式。

企业志愿服务是由企业提供资助和项目支持,鼓励并允许企业员工参与,向社会或者他人提供的志愿服务。尽管物力和人力资源同样重要,资金和服务同样不可或缺,但与慈善捐赠相比,企业志愿服务的发展还远远不够。

企业志愿服务应该怎样做,其发展趋势如何?《公益时报》记者采访了近期出版的《企业志愿服务理论与创新实践》一书主编之一、北京林业大学经济管理学院副教授王忠平,他同时也是北京和众泽益公益发展中心创始人。

发展中的企业志愿服务

2008年,汶川地震、北京奥运会等重大事件的发生掀起了志愿服务的热潮。在这股热潮的推动下,企业志愿服务逐渐被政府、企业、公益机构等社会各界重视起来。

2014年,中央文明委印发《关于推进志愿服务制度化的意见》,提出“要支持和发展各类志愿服务组织,推动企业、机关、学校、医院等成立志愿服务队进社区服务。”

2017年,国务院发布《志愿服务条例》,提出“国家鼓励和支持国家机关、企事业单位、人民团体、社会组织等成立志愿服务队开展专业志愿服务活动,鼓励和支持具备专业知识、技能的志愿者提供志愿服务。”

2019年,中宣部、中央文明办印发《关于新时代文明实践志愿服务机制建设的实施方案》,提出“倡导企业积极履行社会责任,以项目资助、结对帮扶、技术援助、市场对接等方式参与志愿服务。”

“政府对志愿服务的推广力度确实是非常大的,而且还在持续推进,极大地提升了大家对志愿服务的认知。”王忠平强调。

在相关政策法规的支持和推动下,无论是国企、民企还是外企,都开始在志愿服务方面发力,十多年来已经发展成为志愿服务领域不可忽视的力量。

“十年前,企业志愿服务是企业社会责任重要呈现方式的说法



还是比较创新的,现在大家基本上已经把企业志愿服务纳入企业社会责任的范畴,认为企业需要提供资源和保障力量去推动志愿服务的发展。”王忠平表示。

据王忠平观察,企业志愿服务已经变成企业文化、企业品牌建设的重要抓手,对企业的品牌和责任竞争力的影响逐渐变大。同时,企业现在也逐步认识到企业志愿服务也需要打造品牌。

“我们一直在观察企业社会责任报告中企业志愿服务的发布情况,我们看到一直是在增长的。现在我估计90%的企业社会责任报告中披露的都有企业志愿服务的数据,这基本上成了企业的共识。”王忠平表示。

具有企业特点的志愿服务

企业志愿服务已经成为企业的一种常态。那么,他们具体在做什么?由于是企业发起、鼓励员工参与,所以企业志愿服务与一般的志愿服务不同,具有自身的特点。

“我把企业志愿服务分为三个阶段。”王忠平表示,“第一是体验阶段,让员工志愿者有机会去体验;第二是相对持续阶段,员工有志愿服务热情,然后持续去做;第三阶段是志愿服务被融入企业社会责任战略,成为重要的载体。”

“现在企业志愿服务大多在第一个阶段和第二个阶段,可以先感受,然后再慢慢改变。”王忠平表示。

在这一过程中,企业志愿服务的价值逐渐得到企业和员工的认可。

于企业而言,通过提供经济、技术、人力、文化等支持,推动员工志愿服务,参与脱贫攻

坚、医疗救援、环境污染等社会问题的解决,为企业履行社会责任提供了多元参与方式,提升企业社会影响力的同时也提高了企业的凝聚力。

于员工而言,参与志愿服务不仅享受到助人的乐趣,也提高了工作技能。《企业志愿服务理论与创新实践》附录的《企业员工志愿者对工作绩效的影响研究》显示,员工志愿服务对员工工作绩效、企业内部社会资本都产生了显著的正向影响。

企业志愿服务的实施,在某种程度上实现了企业、社区和员工的多方共赢。

认识到企业志愿服务重要性的企业纷纷加大对企业志愿服务的投入。那么哪些领域是企业关注并值得进一步投入的呢?王忠平认为有以下几个具体方向:

第一,社区志愿服务。在周边社区开展常态化志愿服务是一个很重要的趋势。异地志愿服务的成本很高,而企业志愿者参与志愿服务的时间是受限的,能随时随地开展的社区志愿服务很重要。

第二,非接触的志愿服务。比如说远程志愿服务、数字化的志愿服务。随着技术的不断迭代,可以让志愿者摆脱时空的限制,开展很多服务。而企业和员工在这方面是具有专业和资源优势的。

第三,农村志愿服务。与城市的精细化服务相比,农村有大量的需求,结合乡村振兴,农村志愿服务的空间很大。

第四,国际志愿服务。《对外援助管理办法》规定的对外援助项目类型就包括志愿服务项目。中国企业要走出去,志愿服务组织和志愿者也要走出去,志愿服

务是企业践行“一带一路”理念的重要方式,有助于企业走向国门,展现正能量形象。

要建立制度化的保障

任何一项事情的推进都离不开制度化的保障,企业志愿服务的长期发展同样如此。

成立员工志愿者组织,让员工自己管理自己,是解决企业志愿服务管理人手不足、难以持续的有效方法之一。从成立过程来看,既有自上而下推动的,也有自下而上推动的,而两者结合的方式效率更高。

为了表示对志愿服务的重视,不少企业的一把手会成为一号志愿者。企业高管会作为员工志愿者的一分子,担任志愿服务组织理事,同时会有相关部门来具体运营,形成战略组织架构体系。

“企业志愿服务涉及的面比较广,涉及大量人力物力,因此我们建议一定要成立这样的协会。通过协会的方式,整合内部的体制机制,推动志愿服务的规模化发展。从很多企业的实践经验来看,这种方式是比较成功的。”王忠平表示。

组织架构体系建立以后,还要形成一定的管理流程、管理标准,提供政策性的支持。例如预算支持、企业志愿服务带薪假、员工服务企业配捐、培训等制度。

《中国企业志愿服务发展报告(2019)》显示,对企业在志愿服务方面给予的支持,员工最期待的是志愿服务带薪假,其次是为志愿者活动提供资金支持,第三是为员工志愿者建立激励体系。

“有了政策保障、体制保障、经费保障,再通过一定的活

动落实下去,就可以制度化地推动企业志愿服务工作了。”王忠平强调。

志愿服务 基础设施需进一步加强

如何才能进一步推动企业志愿服务的发展?王忠平强调,仅有企业的参与是不够的,要进一步推动志愿服务基础设施的建设,以实现供需对接和效率提升。

志愿者群体需要通过线上平台去发布需求、对接项目、记录服务,而且要实现全国的互联互通,目前还做不到。

具体到企业志愿服务,其数字化水平还是比较欠缺的。“志愿服务在企业已经普及了,但相对来讲大多数还处在第一、第二阶段,还不涉及管理的问题,或者还没有意识到管理的重要,因此信息化建设整体来讲是比较弱的。”

与此同时,现有的公共性的志愿服务平台还不能有效解决企业志愿服务定制化、个性化需求的问题。

除了线上,线下基础设施的建设也不可或缺,应通过线下布局实现对线上的有效补充。例如,企业到社区、到农村开展志愿服务,需要新时代文明实践站、社工站这样的站点去对接。只有这样志愿者才能源源不断地通过站点来开展志愿服务。没有社区的依托,没有社工等专职人员的依托,没有载体,很多活动是开展不了的。

此外,志愿服务组织的数量和质量都还不够,枢纽组织、技术支持组织、资金、评估等都还不足,需要进一步加强。

为了科学评估企业志愿服务的发展情况,和众泽益制定了中国企业志愿服务发展评价指数。该评价指数包括基础指数和发展指数,其中基础指数是衡量一个企业志愿服务发展水平的最基本指标,包括活动层面、效果层面、公司政策层面;发展指数是指导企业志愿服务发展方向的指标,包括战略规划层面、活动层面、协会建设层面、培训层面、项目评估层面。

通过对评价指数的运用,以及不同年份的对比,企业志愿服务的发展情况被清晰呈现出来,同时也促进了企业志愿服务的发展。“未来如果能把指数变成行业标准,一定可以大力推动企业志愿服务的发展。”王忠平表示。

“没有这样的基础设施,没有这样的先决条件,光靠企业的力量是不可能实现的,而且成本太大。”王忠平强调,“志愿服务行业要联合起来,一起来做,共同推动志愿服务的整体发展。”