

РОЗВИТОК СПІВРОБІТНИЦТВА БІЗНЕСУ ТА ГРОМАДСЬКИХ НЕКОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УКРАЇНІ

доц. **Мішеніна Н.В.**, ст. викладач **Мішеніна Г.А.**
Сумський державний університет (Україна)

Проблеми забезпечення сталого розвитку, підвищення економічної стабільності та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств особливо актуальні для сучасної української економіки. Виішення частини цих проблем лежить у площині співробітництва бізнесу та громадських некомерційних організацій (НКО). Однак, в Україні, на відміну від практики багатьох країн, таке співробітництво супроводжується багатьма складностями та умовностями. Насамперед, відсутність стратегічного партнерства в цій сфері пов'язане з незрілістю громадських організацій в Україні. Некомерційні організації ще досить молоді, що спричиняє проблеми, як у відношенні НКО до бізнесу, так і ставлення бізнесу до НКО. До інших проблемних моментів належать:

1) Недовіра. Бізнес не довіряє громадським організаціям, громадські організації – бізнесу. Головна причина – мало успішних історій співробітництва. Довіру потрібно розвивати, а отже і самі організації також.

2) Слабкий розвиток громадських організацій. Український бізнес за короткий час пройшов шлях, який деякі країни проходили 50 – 60 років. Наприклад, корпоративна соціальна відповідальність. Якщо в США вона почала розвиватися з 20 - х років, то в Україні – з 1996 року. Але зі швидким розвитком бізнесу йде повільний розвиток громадянського суспільства. Тому їхній розвиток потрібно збалансувати, а це означає, що НКО повинні бути більш інноваційними й проактивними.

3) Непрофесіоналізм і небажання вчитися. Сьогодні існує не так багато громадських організацій, які готові вчитися.

4) Нединамічність НКО. Громадські організації іноді дуже важко вчать новим технологіям. Наприклад, Інтернет банкінг є не в багатьох українських організаціях.

5) Відсутність комунікації між організаціями й бізнесом. Іноді складно знайти контактну особу в компанії. Часто прямий контакт – 90% успіху. Оскільки компанії неохоче публікують дані про своїх контактних осіб, то багато проектів просто не доходять до своїх адресатів.

6) Нерозуміння потреб бізнесу. Багато презентацій і інформації направляється бізнес-організаціям у форматі, який представники компаній ніколи не будуть читати і коментувати.

7) Стереотипи щодо того, що бізнес може допомагати тільки фінансами. Однак бізнес може надавати, наприклад, експертизу, ділитися своїми знаннями, надавати приміщення й інші ресурси, у тому числі людські.

Існує багато шляхів співробітництва громадських організацій і бізнесу. Як правило, партнерство між цими секторами не є статичним – партнерські відносини динамічні й розвиваються із часом: партнери активніше залучаються до співробітництва, росте довіра, а процес обміну ресурсами стає інтенсивним. Однак можливий рух партнерства і у зворотному напрямку. Отже, основними типами партнерства між громадськими організаціями та бізнесом є:

1. Філантропія: передбачає односторонню передачу ресурсів від бізнес-компаній в організації «третього сектора». Процес філантропічного партнерства простий, однак рівень залучення сторін досить низький, до того ж, такий тип партнерства мало стосується бізнес-діяльності компанії.

2. Взаємний обмін (соціальний маркетинг): припускає партнерство, у рамках якого відносини між бізнесом і НКО ґрунтуються на обміні ресурсами для певних заходів. Наприклад, компанія надає певну суму грошей залежно від продажу певного продукту з логотипом партнерської громадської організації.

3. Стратегічне (постійне) партнерство: стратегічні партнери працюють над загальною

проблемою, що вимагає рішення. Цей вид партнерства робить партнерів більш залежними один від одного.. Подібне партнерство має найбільший потенціал, оскільки об'єднання зусиль дозволяє сторонам досягти таких результатів, які були б неможливі при самостійному вирішенні проблеми.

4. Корпоративне волонтерство: залучення працівників бізнес-компаній до роботи в громадських організаціях або громаді. Близько 90% великих компаній у США й 30% у Великобританії мають програми корпоративного волонтерства, в Україні ці програми тільки розвиваються. Персонал компанії зазвичай виконує волонтерську діяльність у робочий час, оплачуваний компанією. Також група працівників може допомагати в реалізації проекту громадської організації - така робота буде корисна як для компанії, так і для НКО, оскільки дозволить згуртувати співробітників компанії та прискорити процес впровадження проекту громадською організацією.

Отже, подібне партнерство є одним з інструментів управління впливом й виправдання надій, покладених на нього суспільством. Зазвичай, громадські організації мають більш високий рівень довіри в суспільстві й іноді більш компетентні в вирішенні соціальних проблем і питань охорони навколишнього середовища. Тому компанія, що співробітничала із громадською організацією, має більш позитивний суспільний імідж та стратегічно сталі позиції у майбутньому.

Мішеніна, Н.В. Розвиток співробітництва бізнесу та громадських некомерційних організацій в Україні [Текст] / Н.В. Мішеніна, Г.А. Мішеніна // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6–8 травня 2014 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.1. - С. 23-24.