

# ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА

студент гр. МК-21 Біленко В.О.

«Нічого не заслугоує більшої довіри, ніж волонтерство заради соціальних питань.  
Саме тому, корпоративне волонтерство є ключовим елементом активностей  
корпоративного громадянства компанії»

*Deutsche Bank*

Соціально-економічний розвиток суспільства виводить на провідні позиції поняття фахівця, тобто людини, яка повинна швидко, а головне творчо і самостійно реагувати на всі виклики сучасності, адаптуватися в нових і не завжди сприятливих умовах. Сьогодні система вищої освіти не може у повному обсязі забезпечити майбутнього фахівця умовами для максимальної його активності, самостійності, ініціативності, розвитку комунікативних здібностей, реалізації всіх його потенційних можливостей.

Першочергове значення для професійного особистісного становлення студента фахівцем вимагає активної участі у громадському житті країни. Мова йде про діяльність у молодіжних громадських організаціях, волонтерстві, за допомогою яких студент набуває практичних вмінь та навичок. Це стає запорукою успішної соціалізації студента не тільки як професіонала, а й як особистості.

Волонтерський рух – це добровісна робота, яка здійснюється фізичними особами на засадах неприбуткової діяльності, без заробітної плати, без просування по службі, заради добробуту та процвітання спільнот і суспільства у цілому [1]. Особливо поширеною є така практика у країнах Європи (Швеція, Норвегія, Болгарія, Польща та інш.) та Америці, у яких близько 20-26% дорослого населення задіяні у волонтерській діяльності [2].

Сьогодні як різновид волонтерського руху на перші шаблі виходить поняття «корпоративного волонтерства». Це політика компанії, спрямована на залучення працівників компанії до благодійної та волонтерської діяльності. Це частина корпоративної культури, заснована на гуманістичних цінностях, на усвідомленні важливості ініціативи, солідарності та відповідальності. Серед прибічників корпоративного волонтерства – успішні та авторитетні організації та корпорації: «Київстар», «Ерст енд Янг», «Timberland», «LG», «Life:») та інші.

Розглянемо основні мотивуючі чинники участі компанії у корпоративному волонтерстві з боку співробітників, компанії та громади, та території якої компанія і функціонує (табл. 1).

Таблиця 1 – Корпоративне волонтерство: мотивація

Співробітники	Громада	Компанія
---------------	---------	----------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• підсилення зв'язку з компанією: співробітники виступають послами компанії;</li> <li>• виключення монотонності праці, нова діяльність (нематеріальна мотивація персоналу);</li> <li>• розвиток особистісних навичок та вмій («time-management», комунікації, лідерство, презентація, побудова відносин, проектний менеджмент та ін.);</li> <li>• розвиток навичок роботи в команді інших спеціалістів;</li> <li>• можливість зробити внесок в розв'язання соціальної проблеми.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• вирішення соціальних та екологічних проблем;</li> <li>• підвищення знань з різноманітних питань під час консультацій волонтерів;</li> <li>• допомога в ліквідації наслідків стихійних лих;</li> <li>• участь у формуванні суспільної думки.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• підвищення авторитетності бренду, соціальної репутації, підсилення цікавості з боку ЗМІ;</li> <li>• покращення корпоративної культури;</li> <li>• залучення співробітника до покращення рівня життя місцевої громади;</li> <li>• подолання стереотипів (отримувати максимум доходів, і не брати участь у соціальному житті регіону).</li> </ul>
---	---	--

Феномен «корпоративне волонтерство» виникає на зламі інтересів трьох соціальних гравців: бізнесу, громади та безпосередньо волонтерів, приносячи вигоди кожному з них. Громада отримує додаткові фінансові та людські ресурси для розв'язання певної соціальної проблеми. Програми корпоративного волонтерства – це неформальний канал поширення таких суспільних цінностей як безкорисливість, взаємодопомога та піклування.

1. Соціальна робота в Україні: навч. посіб. / І.Д. Зверева, О.В. Безпалько, С.Я. Марченко та ін., Заг. ред. І.Д. Зверевої, Г.М. Лактіонової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 256 с.
2. Волонтерство и благотворительность в США. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bearr.org/ru/node/2338>.
3. Корпоративне волонтерство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ufb.org.ua/sekto-r-blagodijnosti/blagodijnist-biznesu/instrumenti-korporativnoi-filantropii/korporativne-volonterstvo.htm>

*Науковий керівник:* ст. викладач **Нагорний Є.І.**

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 147-148.