

2. Діброва Т. Г. *Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика* : [навч. посібн.] / Т. Г. Діброва. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2009. – 320 с.
3. Дойль П. *Маркетинг, орієнтований на стоимость* / П. Дойль; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревського. – СПб.: Питер, 2001. – 480 с.
4. Дон Шульц. *Стратегические бренд-коммуникационные кампании* / Дон Шульц, Бет Барнс / Серия «Маркетинговые коммуникации». *Электронный ресурс*. – Режим доступа: http://ifors.ru/neobranding/book_review/don-shults-bet-barns-strategicheskie-brend-kommunikatsionnyie-kampanii/
5. Котлер Ф. *Маркетинговый менеджмент* / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – К.: Хімджест, 2008. – 720 с.
6. Лук'янець Т. І. *Рекламний менеджмент: навч. посіб.* / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. - К.: КНЕУ, 2003. – 440 с.
7. Норіцина Н. І. *Маркетингова політика комунікацій : курс лекцій* / Н. І. Норіцина. – К.: МАУП, 2003. – 120 с.
8. Прохоровська С.А. *Місце соціальної відповідальності у формуванні та розвитку бренду роботодавця* / С.А. Прохоровська. – /Трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів: [тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції] – (Тернопіль, 24-25 вересня 2015 року) – 2015. – с. 111-112.
9. Пустотин В. *Бренд-консалтинг : главные особенности и тенденции развития* / В. Пустотин // *Маркетинг и реклама*. – 2006. – № 1. – С. 31–34.

УДК 316:364.465

Слівінська Наталія

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

У статті досліджується корпоративне волонтерство як складова соціальної відповідальності бізнесу. Корпоративне волонтерство розглядається як добровільна участь співробітників у здійсненні різноманітних соціальних програмах за підтримки своєї компанії. Автором проводиться аналіз напрямів волонтерської діяльності та досвіду соціальної активності в Україні. Найбільш поширеними є наступні напрями волонтерської діяльності: індивідуальна або групова робота в благодійному проекті на умовах часткової зайнятості; членство в громадських організаціях; участь в опікунських радах некомерційних організацій (наприклад, для планування її діяльності та залучення коштів; участь у проведенні експертної оцінки для поліпшення роботи некомерційної організації); організація програм пожертв в грошовій та натуральній формі (наприклад, участь в комітеті допомоги місцевій громаді, робота в грантовому комітеті); робота з конкретними людьми (учнями або неповнолітніми правопорушниками в якості наставника або громадського захисника, інвалідами, особами старшого віку); соціальний маркетинг (наприклад, покупець супермаркету обирає товар, а частина суми покупки спрямовується на ту чи іншу благодійну акцію).

Основною умовою корпоративного волонтерства є задоволення інтересів усіх сторін: суспільства (отримувачів волонтерської допомоги), організації, співробітників організації. У статті обґрунтовано переваги корпоративного волонтерства для працівників, компанії та суспільства. Правильно організована волонтерські програми сприятиме розвитку лідерських якостей у співробітників, більш швидкій адаптації нових працівників, їх успішній самореалізації, оскільки спільне виконання завдань, які спрямовані на поліпшення якості життя згуртовує колектив, підвищує мотивацію і професійний розвиток персоналу.

Визначено перспективи розвитку корпоративної волонтерської діяльності в Україні, які пов'язані із змінами нормативно-правової бази та розвитком співробітництва бізнесу, держави та благодійними організаціями. Для розвитку корпоративного волонтерства як складової соціально відповідального бізнесу необхідним є соціальний супровід благодійних проектів, соціальних ініціатив, які впроваджують бізнес-організації, потрібна посередницька допомога при формуванні партнерських відносин з громадами, благодійними організаціями.

A corporate volunteering as a constituent of social responsibility of business is investigated in the article. A corporate volunteering is examined as a voluntary participating on of employees in realization of

various the social programs supported by their company. The author is conducting the analysis voluntary activity of directions and the experience of social activity in Ukraine. Most widespread are the followings directions of activity: individual or group work is in an eleemosynary project subject to conditions partial employment; membership is in public organizations; participating in the boards of trustees of noncommercial organizations (for example, for planning of its activity and fundraising; participating is in the peer view to improve nonorofitable organization); organization of the programs offering in pecuniary and natural form (for example, participating on the committee of help a local company, work, in an underback committee); work is with concrete people (by students or minor offenders in quality a tutor or public defender, by invalids, persons of senior age); social marketing (for example, the buyer of supermarket elects a commodity, and part of sum of purchase heads for a that or other eleemosynary share).

The basic condition of corporate volunteering is satisfaction of interests of all parties: society (recipients of voluntary help), organization, co-workers of organization. In the article the advantages of corporate volunteering for workers, company society have been diseased in this article.

Correctly organized voluntary programs will assist development of leader qualities for employees, to more rapid adaptation of new workers, their - successful self-realization, as general implementation of tasks, which qualities of life directed on an improvement are united by a collective, promotes motivation and professional development of personnel. A volunteer enables to develop new knowledge's, form for workers leader skills, skills of management and allocation of resources, ability to manage sometimes a budget, good organization and responsibility.

Certainly prospects of development of corporate volunteer activity in Ukraine, which are related to the changes normatively legal bases and by development of collaboration of business, state, and eleemosynary organizations.

For development of corporate volunteer as constituent of socially responsible business a necessity is social accompaniment of eleemosynary projects, social initiatives, which inculcate business-organizations, intermediary help, in forming of partner relationships with companies, eleemosynary organizations.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративне волонтерство, корпоративна культура, волонтерські програми, мотивація персоналу, соціальна активність.

Keywords: corporate social responsibility, corporate volunteering, corporate culture, volunteer programs, staff motivation, social activity.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Соціальна відповідальність бізнесу, дотримання етичних норм і стандартів праці, турбота про навколишнє середовище – ці питання вже чимало часу є першочерговими завданнями для ведення бізнесу та його успішного розвитку. На ґрунті складних соціально-економічних і політичних процесів, які відбуваються в українському суспільстві, соціально відповідальний бізнес стає частиною корпоративної культури, соціального життя суспільства. Змінюються і форми соціальної діяльності бізнесових структур.

Аналіз досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми. Теоретичні й науково-методичні основи дослідження соціальної відповідальності бізнесу розглядали у своїх працях зарубіжні вчені А. Керол, Ф. Котлер, М. Портер, М. Фрідман, Д. Хіл, В. В. Барова, З. Данаева, С. Івченко, В. Кондратьєв, Н. А. Крический, В. Л. Маслов та інші. Економічні, інституціональні й правові аспекти корпоративної соціальної відповідальності обґрунтовували вітчизняні науковці, зокрема В. Воробей, Л. Денисюк, Я. Дем'яненко, Р. Колиско, Є. Б. Кубко, О. Лазаренко, Л. Г. Лаптева, М. Саприкіна, В. В. Сміренський, М. Стародубська та інші.

У європейських країнах поняття «корпоративна соціальна відповідальність» або «соціальна відповідальність бізнесу» сформувалось у 1970-ті рр., коли транснаціональні корпорації стратегію своєї бізнес-діяльності почали поєднувати з вирішенням соціальних питань [1]. Одним із способів цієї активності стало залучення працівників компаній до виконання певних завдань у соціальній сфері, тобто корпоративне волонтерство. Корпоративне волонтерство можна визначити як добровільну участь співробітників у здійсненні різноманітних соціальних програм за підтримки своєї компанії.

Нині корпоративне волонтерство в Україні популярне серед бізнес-компаній, але це переважно транснаціональні компанії та представники великого бізнесу (наприклад, Ейвон Косметікс Юкрейн, МакДональдс Юкрейн Лтд., Intel Corporation, Кока-Кола Беверіджиз

Україна, «Крафт Фудз Україна», Майкрософт – Україна, Київстар та ін.) [2], зосереджені або у столиці, або в окремих регіонах. Важливими є шляхи поширення корпоративного волонтерства серед решти представників бізнесового середовища, тим паче, що практика свідчить про дієві переваги цієї діяльності як для компаній так і для суспільства загалом.

Метою статті є визначення перспектив підтримки та розвитку корпоративного волонтерства для всіх учасників цього процесу (працівників, організації та суспільства), окреслення його переваг як одного з аспектів соціальної відповідальності бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Світовий досвід розглядає волонтерство як форму соціальної роботи, яка здатна перебороти ефект уникання людьми суспільних проблем, сформувати модель колективної участі, відтворення людських цінностей [3, с. 265]. Корпоративне волонтерство передбачає допомогу співробітників компаній своїми професійними навичками, досвідом, часом та іншими ресурсами окремим групам громадян, громадським організаціям, благодійним фондам і соціальним установам. Волонтерська діяльність організації є суто добровільною, характеризує її бажання зробити свій внесок у розвиток суспільства. Найпоширеніші наступні напрями їх діяльності:

- індивідуальна або групова робота в благодійному проекті на умовах часткової зайнятості;
- членство у громадських організаціях;
- участь в опікунських радах некомерційних організацій (наприклад, для планування її діяльності й залучення коштів; участь у експертному оцінюванні для поліпшення роботи некомерційної організації);
- організація програм пожертв у грошовій та натуральній формах (наприклад, участь у комітеті допомоги місцевій громаді, робота в грантовому комітеті);
- робота з конкретними людьми (учнями або неповнолітніми правопорушниками як наставник або громадський захисник, інвалідами, особами з особливими потребами);
- соціальний маркетинг (наприклад, покупець супермаркету обирає товар, а частину суми покупки спрямовують на ту чи іншу благодійну акцію).

Україна вже накопичує досвід прояву такої соціальної активності, наприклад, проект «Волонтерська ініціатива щодо попередження торгівлі людьми», який організувала компанія BDO Україна у 2008 році; проведення всеукраїнського конкурсу «Корпоративне волонтерство в Україні» з ініціативи Фонду Східна Європа, Європейської Бізнес Асоціації, Американської Торгівельної Палати, Українського Форуму благодійників (2011 рік). Номінаціями конкурсу визначені: «Покращення якості життя», «Освіта та культура», «Здоров'я і спорт», «Екологія», «Партнерська програма бізнесу й громадської організації» [3, с. 265]. Уже розпочався IV національний конкурс «Корпоративне волонтерство в Україні 2014 –2015», метою якого є відзначення компаній, де розроблені й активно впроваджуються волонтерські програми, що допомагають розв'язати важливі суспільні проблеми. Конкурс також спрямований на поширення практики корпоративного волонтерства як інструменту швидкого реагування на гострі суспільні потреби.

Значний досвід корпоративного волонтерства нагромадив провідний український провайдер мобільного зв'язку «Київстар», який ініціював озвучення художніх творів для дітей з проблемами зору (2010 р.). Напрямами волонтерської діяльності компанії «Київстар» у 2013 р. визначені екологічні питання (озеленення міст) та безпека дітей в інтернеті [2]. Таких ініціатив досить багато й в інших вітчизняних компаніях, але вони не є системними.

Основною умовою корпоративного волонтерства є задоволення інтересів усіх сторін: суспільства (отримувачів волонтерської допомоги), організації, співробітників організації. Переваги здійснення корпоративного волонтерства очевидні (табл. 1).

Волонтерська робота, порівняно з державними інститутами, є більш гнучкішою, адресною та оперативною у розв'язанні соціальних проблем. Правильно організована волонтерська програма також сприяє розвитку лідерських якостей у співробітників, швидшій адаптації нових працівників, їх успішній самореалізації, оскільки спільне виконання завдань, які спрямовані на поліпшення якості життя, згуртовує колектив, підвищує мотивацію і професійний розвиток персоналу. Волонтерство дає змогу розвивати нові знання, формувати

у працівників лідерські навички, а також навички управління бюджетом та розподілу ресурсів, уміння управляти часом, організованість та відповідальність.

Таблиця 1.

Переваги корпоративного волонтерства

Для організації та працівників	Для суспільства
Сприяння досягненню стратегічних цілей компанії	Вирішення соціальних та екологічних проблем
Розвиток корпоративної соціальної відповідальності	
Розвиток персоналу	Зростання добровільного внеску підприємств та їх працівників у розвиток країни
Залучення в організацію талановитих фахівців	
Зростання мотивації працівників до діяльності у цій фірмі, формування корпоративного духу, збільшення лояльності персоналу до роботодавця	Зміна менталітету населення, вироблення навичок громадянської ініціативи
Формування неформальних відносин з партнерами, клієнтами	Збільшення числа фірм, які практикують корпоративне волонтерство
Покращення репутації компанії в ринковому середовищі	

Висновки. Перспективи розвитку корпоративної волонтерської діяльності в Україні пов'язані зі змінами нормативно-правової бази та розвитком співробітництва бізнесу, держави та благодійними організаціями. Законом України «Про волонтерську діяльність» визначені напрямки волонтерської діяльності, правовий статус волонтерів та волонтерських організацій, отримувачів допомоги [4]. Хоча, згідно із законом, є багато обмежень та додаткових бюрократичних процедур для отримання офіційного статусу волонтера або волонтерської організації. Законодавство має спрощувати волонтерську діяльність, а не регламентувати та контролювати її. Доцільно більш конкретизувати відносини між державою, волонтерами та добровільними організаціями, розмежовувати їх повноваження щодо надання соціальної допомоги чи послуг. Ще один напрям розвитку волонтерської роботи – планування волонтерських програм та організації системи взаємозв'язків між учасниками проектів і керівництвом компаній. Несформованою залишається система оцінки результатів корпоративних волонтерських програм, недостатня вмотивованість працівників до здійснення такої роботи.

Для розвитку корпоративного волонтерства як складової соціально відповідального бізнесу необхідним є соціальний супровід благодійних проектів, соціальних ініціатив, які впроваджують бізнес-організації, а також посередницька допомога у формуванні партнерських відносин з громадами, благодійними організаціями, допомога у формуванні пріоритетів діяльності та оцінці її ефективності.

Література

1. Кубачук А. Корпоративное волонтерство: три в одном. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.companion.ua/articles/content?Callback=46&id=2349>
2. Матеріали круглого столу «Корпоративне волонтерство: успішні практики та стратегія розвитку в Україні». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ex.ua/5435513
3. Плахова О. М. Корпоративне волонтерство як прояв соціальної відповідальності бізнесу / О. М. Плахова // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. Вип. 20, 2014. – С. 264-268.
4. «Про волонтерську діяльність». Закон України // *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. – 2011. – N 42. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uazakon.ru/zakon/zakon-o-volonterskoy-deyatelnosti.html>
5. Туркин С. Корпоративное волонтерство: какая от него польза [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csrjournal.com/sustainable/4862-korporativnoe-volonterstvo-kakaya-ot-nego-polza.html>