

УДК 316:364.465

## КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО ЯК ПРОЯВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

**Плахова Олена Миколаївна** – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології управління та соціальної роботи соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

*У статті розглядається один з ключових аспектів соціальної відповідальності бізнесу – корпоративне волонтерство. Розкривається сутність цього феномену, зарубіжний досвід корпоративного волонтерства та практики соціальної активності, які є в Україні. В статті підкреслюються переваги, які мають суспільство, бізнесові організації та персонал від здійснення корпоративного волонтерства. Автор зазначає, що для успішного розвитку корпоративного волонтерства в Україні потрібні сприятливі умови, які формуються як внутрішньою політикою компанії (чітке визначення мети, адекватна оцінка власних ресурсів, мотивація персоналу, оцінка результатів тощо), так і на рівні національного та регіонального законодавства щодо волонтерської діяльності.*

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

*В статье рассматривается один из ключевых аспектов социальной ответственности бизнеса – корпоративное волонтерство. Раскрывается сущность этого феномена, зарубежный опыт корпоративного волонтерства и практики социальной активности, которые существуют в Украине. В статье подчеркиваются преимущества корпоративного волонтерства как для общества, бизнес-организаций, так и для персонала. Автор отмечает, что для успешного развития корпоративного волонтерства в Украине необходимы благоприятные условия, которые формируются как внутренней политикой компании (четкое определение цели, адекватная оценка собственных ресурсов, мотивация персонала, оценка результатов и т.п.), так и на уровне национального и регионального законодательства относительно волонтерской деятельности.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса, корпоративное волонтерство, корпоративная культура, мотивация персонала, социальная активность.

*The article describes one of the main aspects of the social responsibility of business – corporate volunteering. The essence of this phenomenon is considered; foreign experience of corporate volunteering and practice of social activity in Ukraine are described. The advantages of corporate volunteering for society, business-organizations, and for the personnel are emphasized in the article. The author notes that favorable conditions are required for successful development of corporate volunteering in Ukraine. Such conditions are formed by both the internal policy of the company (precise definition of the object, an adequate assessment of own resources, motivation of the personnel, assessment of results, and etc.) and the level of the national and regional legislation with regard to corporate volunteering.*

**Keywords:** corporate social responsibility, employee engagement, corporate culture, employee motivation, social activity.

Проблематика соціальної відповідальності бізнесу є актуальною для України у зв'язку з продовженням трансформації української економіки на мікро- і макрорівнях, євроінтеграційними процесами, становленням громадянського суспільства. Останнім часом ця проблема актуалізується ще й складними соціально-економічними та політичними процесами в українському суспільстві. Соціально відповідальний бізнес стає частиною соціального та бізнесового життя, корпоративної культури, переходячи від простих (збір фінансової та матеріальної допомоги для вирішення конкретної проблеми) до більш розвинених форм соціальної діяльності.

У західних країнах поняття «корпоративна соціальна відповідальність» або «соціальна відповідальність бізнесу» сформулювалося в 70-ті рр. ХХ ст., коли транснаціональні корпорації почали поєднувати стратегію своєї бізнес-діяльності із вирішенням соціальних питань. Одним із способів цієї

активності стало залучення працівників компаній до вирішення певних завдань в соціальній сфері, тобто корпоративне волонтерство.

На сучасному етапі феномен соціальної відповідальності бізнесу доцільно розглядати у двох основних аспектах: 1) відповідальна господарська діяльність у виробничому процесі (випуск якісних товарів та послуг, запровадження інновацій, забезпечення відповідних умов праці і гідної заробітної плати, соціального пакету для робітників, виконання своїх обов'язків перед партнерами, кредиторами, сплата податків, реалізація природоохоронних заходів тощо); 2) власне соціальна активність, яка проявляється у корпоративному волонтерстві [1].

Світовий досвід розглядає волонтерство як форму соціальної роботи, яка здатна перебороти ефект уникання людьми суспільних проблем, сформуванню моделі колективної участі, відтворення людських цінностей [2, с.5]. Корпоративне волонтерство передбачає допомогу співробітників компаній своїми професійними навичками, досвідом, часом та іншими ресурсами окремим групам громадян, громадським організаціям, благодійним фондам і соціальним установам. В США близько 90% великих компаній здійснюють програми корпоративного волонтерства, у Великій Британії — 30%. За даними ООН в 2001 р. в світі кількість добровольців складала 109 млн. При цьому дві третини з них займалися волонтерством за підтримки компанії, в якій вони працюють [3]. Отже, якщо в світовій практиці корпоративне волонтерство давно набуло масовий характер, то в Україні воно здійснює перші кроки. Ця форма соціальної відповідальності не стала розповсюдженою практикою серед українських бізнес-організацій та не набула системного характеру, а її прояви спостерігаються переважно серед великих комерційних структур переважно з іноземним капіталом, які культивують західні зразки корпоративної культури (наприклад, Ейвон Косметікс Юкрейн, МакДональдс Юкрейн Лтд., Intel Corporation, Майкрософт – Україна, Київстар та ін.). Причинами низької соціальної активності компаній експерти називають відсутність підтримки й уваги з боку топ-менеджерів, недовіра до громадських організацій, відсутність системного підходу у діяльності, недостатня комунікація між працівниками, відсутність звітності та результатів, несформованість корпоративної культури тощо [4]. Отже визначення фруструючих факторів у становленні корпоративного волонтерства, зниження їх впливу, пошук та популяризація практик соціальної активності, які є в Україні, стають актуальними питаннями.

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

Під корпоративним волонтерством розуміється добровільна організована участь співробітників в соціальних проектах, які підтримуються та заохочуються компанією, де вони працюють. Ця діяльність носить для організації добровільний характер і пов'язана з її бажанням зробити свій внесок у розвиток суспільства, до чого її не зобов'язують ні економічні мотиви, ні юридичні закони. Особливістю цього виду волонтерства є наявність розвинутої організаційної структури, в межах якої діє суб'єкт, відчуття приналежності до інтегрованої спільноти (колективу) та зв'язок дій зі стратегією та пріоритетами компанії.

Корпоративне волонтерство містить в собі різні напрямки діяльності. Серед найбільш відомих в світі можна назвати такі: суспільна діяльність, яка безпосередньо пов'язана з роботою (наприклад, виступ в ролі гідя для групи школярів, які знайомляться з діяльністю компанії); індивідуальна або групова робота в благодійному проекті на умовах часткової зайнятості (наприклад, сплачуване вивільнення на 100 годин робочого часу протягом трьох місяців для реалізації проекту в місцевій громаді); членство в громадських організаціях (наприклад, робота part-time бухгалтером в благодійній столовій); «начальник напрокат» — ця форма включає участь в опікунських радах некомерційних організацій (зазвичай керівників компанії), в тому числі, для планування діяльності та залучення коштів; а також участь у проведенні експертизи тавстановлення ділових зв'язків для поліпшення роботи некомерційної організації; управління діловими зв'язками компанії з місцевими організаціями, наприклад, допомога в розвитку «соціальних підприємств», в тому числі компаній-постачальників, де працюють представники етнічних меншин або інваліди; організація програм пожертв в грошовій та натуральній формі (наприклад, участь в комітеті допомоги місцевій громаді, робота в грантовому комітеті, експертиза заяв тощо); допомога за принципом «face to face» (наприклад, робота з конкретними людьми — школярами або неповнолітніми правопорушниками в якості наставника або громадського захисника). Існують й інші форми соціальної активності, які не відносяться безпосередньо до волонтерства, а спрямовані на збирання коштів серед працівників компанії (внески, пожертви, вирахування із зарплати тощо). До такої форми слід віднести соціальний маркетинг, коли товар або послуга продаються з «благодійною націнкою» (наприклад, покупець супермаркету обирає товар, а частина суми покупки йде на ту чи іншу благодійну акцію).

Не дивлячись на незначний досвід корпоративного волонтерства, в Україні накопичуються практики такої соціальної активності. Прикладом може слугувати проведення з 2011 р. всеукраїнського

## **Розділ 2. Соціологічні дослідження сучасного суспільства**

конкурсу «Корпоративне волонтерство в Україні», що збирає кращі практики бізнесу, які допомагають вирішувати гострі соціальні та екологічні проблеми суспільства, залучаючи експертизу компаній та знання, досвід і робочий час співробітників. Конкурс ініційований Фондом Східна Європа в партнерстві з мережею Глобального договору ООН в Україні, програмою «Волонтери ООН», Європейською Бізнес Асоціацією, Американською Торгівельною Палатою, Корпусом Миру США та Українським форумом благодійників. Серед номінацій Конкурсу представлені такі: «Покращення якості життя», «Освіта та культура», «Здоров'я та спорт», «Екологія», «Партнерська програма бізнесу та громадської організації».

Прикладом успішної волонтерської діяльності можна вважати ініціативу компанії BDO Україна (аудиторська та консалтингова компанія), яка створила у 2008 р. проект «Волонтерської ініціативи щодо попередження торгівлі людьми». Співробітниками компанії було проведено велику кількість інформаційних семінарів з метою підвищення поінформованості населення щодо працевлаштування, захисту своїх прав.

Іншим прикладом корпоративного волонтерства є діяльність провідного українського провайдера мобільного зв'язку Київстар, який ініціював озвучення художніх творів для дітей з проблемами зору (2010 р.). Збірки аудіо-літератури, які озвучені волонтерами компанії, доступні читачам Центральної бібліотеки для сліпих ім. М. Островського. До новорічних свят волонтери створюють аудіо-вистави для таких дітей, де всі ролі виконують співробітники компанії. Таких ініціатив досить багато, але вони не носять системного та тривалого характеру.

Основною умовою корпоративного волонтерства виступає задоволення інтересів трьох сторін, які задіяні в цьому процесі: суспільства (отримувачів волонтерської допомоги), організації, співробітників організації. Розглянемо перспективи волонтерства для кожного з її сторін.

Важливість для суспільства волонтерської діяльності, зокрема корпоративної, не викликає ніяких сумнівів. Волонтерська робота доповнює, а іноді навіть замінює діяльність державних інститутів у наданні соціальних послуг, знімає з держави частину соціальних обов'язків, виробляє навички громадської ініціативи, без якої неможливе формування громадянського суспільства. Волонтерство, у порівнянні з державними інститутами, демонструє більшу гнучкість, гуманність, адресність та оперативність у вирішенні соціальних проблем.

Корпоративне волонтерство поєднує в собі не тільки філантропічні, але й прагматичні цілі. До останніх можна віднести вигоди, які отримує компанія та її співробітники в результаті підтримки корпоративного волонтерства. До переваг, які отримує компанія від своєї соціальної активності можна віднести створення позитивної репутації у цільових груп; підтримка досягнень стратегічних цілей компанії; налагодження системи комунікацій з місцевими громадами та підвищення їх лояльності до компанії. Наприклад, компанії, які підтримують активність свого персоналу у вирішенні екологічних проблем, а також задач, пов'язаних з благоустроєм територій, мають можливість значно поліпшити свою репутацію у органів місцевого управління та інших державних структур. Серед інших здобутків компанії можуть бути такі: поширення географії діяльності компанії та збільшення кількості цільових груп; залучення талановитих спеціалістів, налагодження ділових контактів та партнерських відносин, збільшення лояльності персоналу до роботодавця та підвищення робочої мотивації; формування корпоративної культури та командного духу; профілактика професійного «вигорання» тощо.

Спільне виконання задач, спрямованих на поліпшення якості життя згуртовує колектив, підвищує мотивацію і професійний рівень персоналу. Правильно організована волонтерська програма може також сприяти розвитку лідерських якостей у співробітників, більш легкій адаптації нових кадрів, їх успішній самореалізації тощо. Сучасні компанії розглядають волонтерство як вагомий ресурс професійного зростання працівників. Сьогодні основними умовами ефективності стають професійні знання, навички та відповідальність. Волонтерство надає можливість для розвитку нових навичок, головна з яких – лідерство. Іншими здобутками працівників в процесі волонтерства можуть бути навички планування, формулювання довгострокових та короткострокових цілей, навички управління бюджетом та розподілом ресурсів, організаційні навички та вміння управляти часом, відповідальність, комунікативні навички тощо.

Не дивлячись на очевидні переваги корпоративного волонтерства як для суспільства, так і для бізнес-структур, ця діяльність залишається незатребуваною вітчизняним бізнесом. Серед перешкод, які стримують розвиток волонтерства, можна виділити внутрішні та зовнішні. Внутрішні перешкоди пов'язані з невдалим вибором напрямку благодійності та організацією волонтерської роботи, що робить її «добровільно-примусовою», відсутністю грамотного планування програм та оцінки результатів, неефективною системою комунікації між учасниками проектів, а також з керівництвом компанії, відсутністю системного підходу до організації корпоративного волонтерства, недостатньою мотивацією працівників тощо.

Зовнішні перешкоди розвитку корпоративного волонтерства пов'язані з недосконалістю правової бази, недостатньою його підтримкою з боку держави, неналагодженим співробітництвом між бізнесом, державою та благодійними організаціями. Правове поле волонтерської діяльності закріплено в Законі України «Про волонтерську діяльність», який вступив в силу з 2011 року [5]. На підставі цього закону визначаються напрямки волонтерської діяльності, правовий статус волонтерів та волонтерських організацій, отримувачів допомоги. Однак цей закон створює багато обмежень для добровольців та додаткові бюрократичні процедури для організацій (наприклад, отримання офіційного статусу волонтера або волонтерської організації, занесення до офіційного реєстру, необхідність укладання договору про здійснення волонтерської діяльності, вікові обмеження для заняття волонтерством, обмеження неформальних та ситуативних добровольчих ініціатив).

У підсумку зазначимо, що у теперішній час соціальна відповідальність бізнесу в Україні розвивається стихійно, проте сформувався три рівні соціальної відповідальності бізнесу: перший стосується взаємин із державою і виявляється у повному та своєчасному виконанні податкових зобов'язань; другий – виконання соціальних зобов'язань перед власним персоналом; третій – взаємодія із суспільством, благодійництво, волонтерство. Корпоративне волонтерство перестало бути самоціллю, спостерігається його зв'язок з бізнес метою: укріплення та формування корпоративної культури, корпоративних цінностей, репутації, бренду. Для успішного розвитку корпоративного волонтерства в Україні потрібні сприятливі умови, які формуються як внутрішньою політикою компанії (чітке визначення мети, адекватна оцінка власних ресурсів, мотивація персоналу, оцінка результатів тощо), так і на рівні національного та регіонального законодавства щодо волонтерської діяльності. Національне законодавство щодо добровольчих ініціатив має відповідати наступним критеріям. По-перше, закони повинні скоріше спрощувати волонтерську діяльність, а не регламентувати її та жорстко контролювати. По-друге, регулювання однієї форми не повинно виключати існування інших форм добровольчих ініціатив (в першу чергу, неформальних або ситуативних). По-третє, необхідним є уточнення відносин між державою, волонтерами та добровольчими організаціями, розмежування їх повноважень щодо надання соціальної допомоги, послуг; захист прав та інтересів діючих сторін.

Якщо на Заході дослідженням корпоративного волонтерства приділяється значна увага як з боку практиків, так і науковців, то в Україні така робота почалася нещодавно. Серед організацій, які проводять дослідження в цій сфері, небагато, серед них: Центр філантропії, Центр інновацій та розвитку, центр волонтеріату «Добра воля», який діє при ресурсному центрі «Гурт». Останній займається методичною підтримкою комерційних структур, розробкою програми з чітким механізмом реалізації для кожної окремої компанії [6]. Для сучасного розвитку такого явища, як корпоративне волонтерство, необхідними є соціальний супровід благодійних проєктів, соціальних ініціатив, які впроваджують бізнес-організації, посередницька допомога у формуванні партнерських відносин з громадами, благодійними організаціями, допомога у формуванні пріоритетів діяльності та оцінці її ефективності. Саме ці аспекти можуть бути в площині подальших соціологічних досліджень та теоретико-методологічного аналізу.

**ЛІТЕРАТУРА:** 1. Серегина А.С. Социальная ответственность бизнеса: проблемы формирования в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/akcent/3060-socialnaya-otvetstvennost-biznesa-problemy-formirovaniya-v-ukraine.html> 2. Підготовка волонтерів та їх роль у реалізації соціальних проєктів / Пер. з англ. – К.: Наук.світ, 2001. – 49 с. 3. Кубачук А. Корпоративное волонтерство: три в одном [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.companion.ua/articles/content?Callback=46&id=2349> 4. Туркин С. Корпоративное волонтерство: какая от него польза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/sustainable/4862-korporativnoe-volonterstvo-kakaya-ot-nego-polza.html> 5. Закон Украины «О волонтерской деятельности» // Ведомости Верховной Рады Украины (ВВР), 2011, N 42, ст.435 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uazakon.ru/zakon/zakon-o-volonterskoj-deyatelnosti.html> 6. Как международный и украинский бизнес поддерживает Европейский год волонтерства? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/akcent/3754-kak-mezhdunarodnyy-i-ukrainskiy-biznes-podderzhivaet-evropeyskiy-god-volonterstva.html>