

Корпоративне ВОЛОНТЕРСТВО:

як об'єднати молодь, громади,
компанії та службовців?



NGO Socialinis veiksmas

**PASOS
SOLIDARIOS**

Asociación Pasos solidarios



Voluntariado
y estrategia



Samen voor Eindhoven



Фонд Східна Європа
East Europe Foundation

East Europe Foundation

Редактори

JUSTINA BABUŠYTĖ, NGO Socialinis veiksmas

Special consultant TOMA JASIUKIČIŪTĖ-ZELENKO

За фінансової підтримки



Erasmus+

2019

Публікація розроблена за підтримки Європейської комісії.

Зміст видання не обов'язково відображає позицію Європейської комісії, а транслює винятково думку авторів. Комісія не може нести відповідальності за будь-який спосіб трактування та використання інформації цього видання.

Переклад із англійської здійснено Фондом Східна Європа
(Олесею Савкою)

0

Вступ

1

Трохи з літературних джерел

- 1.2 Молодь та ринок праці
 - 1.2.1 Ситуація з працевлаштуванням молоді у Європі
 - 1.2.2 Ситуація з молоддю у Литві
 - 1.2.3 Ситуація з молоддю в Іспанії
 - 1.2.4 Ситуація з молоддю в Нідерландах
 - 1.2.5 Ситуація з молоддю в Україні
- 1.3 Як корпоративне волонтерство може вплинути на ситуацію?
 - 1.3.1 Волонтерство на особистому рівні
 - 1.3.2 Волонтерство та розвиток навичок
 - 1.3.3 Волонтерство та корпоративна залученість
 - 1.3.4 Волонтерство та громади

2

Дослідження

- 2.1 Міленіали та корпоративне волонтерство: виклики та потенціал
- 2.2 Цілі сталого розвитку в дії як стратегічний компонент компаній
- 2.3 Міжсекторальне партнерство: раціональна взаємодія задля соціального розвитку – чи невідповідність реалій
- 2.4 Корпоративне волонтерство з орієнтованістю на процес гарантує якісний результат
- 2.5 Тривалість і тип волонтерської діяльності, вплив та особливості його вимірювання
- 2.6 Вплив корпоративного волонтерства на всі залучені сторони: від основних особливостей навчання впродовж життя – до глобальних змін

3

Висновки

4

Список використаних джерел

Цей посібник розроблено в межах проєкту «United for Youth», що фінансується Програмою Erasmus+. Проєкт імплементують кілька організацій у різних країнах: Литві («Socialinis veiksmas»), Іспанії («Asociación Pasos solidarios», більш відома як «Voluntariado y Estrategia»), Нідерландах («Samen voor Eindhoven») та в Україні (Фонд Східна Європа). Вони об'єднали зусилля, аби досягти єдиної цілі – розвивати якісне корпоративне волонтерство в чотирьох вищезгаданих країнах у різних секторах, аби допомогти розв'язати проблему молодіжного безробіття та допомогти молоді закріпитися на ринку праці.

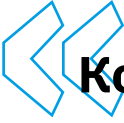
У межах цієї основної мети ми ставимо такі цілі:

1. *Обмін досвідом між організаціями, що беруть участь у працевлаштуванні та навчанні молоді за допомогою корпоративного волонтерства.*
2. *Популяризація корпоративного волонтерства та неформальної освіти, що відповідає потребам молоді та особливостям ринку праці.*
3. *Сприяння зв'язкам між бізнесом та громадами.*
4. *Розроблення соціальних та громадських компетенцій – доступних та зрозумілих для молоді.*

Ми провели три навчальні поїздки до Литви, Іспанії та Нідерландів, щоб заохотити обмін досвідом та допомогти учасникам зрозуміти, як функціонують ті чи інші сфери у країнах-партнерах. Вони містили візити до 15 неурядових організацій, восьми бізнес-організацій, двох навчальних закладів та одного органу місцевого самоврядування. Крім того, організовано чотири волонтерські кампанії у трьох країнах. Останній компонент проєкту – проведення тренінгового курсу в Україні.

Посібник розробляли впродовж всього проєкту як результат візитів та зустрічей. На цій же основі був проведений аналіз літературних джерел, даних із інтерв'ю та розбір успішних прикладів. Дослідження, презентовані у виданні, проводили в чотирьох країнах: Литві, Іспанії, Україні та Нідерландах. Було проведено 22 інтерв'ю, з них 11 – із представниками бізнес-сектору, два – із працівниками сфери освіти, шість – із учасниками неурядових організацій, три – з репрезентантами органів місцевого самоврядування.

Кожна країна, що взяла участь у проєкті, має унікальну соціальну та економічну ситуацію, тож і ринки праці мають різні особливості. Ми виявили, що корпоративне волонтерство має безліч переваг, пов'язаних із ринком праці у кожній із країн. Зміст посібника розроблений таким чином, щоб відобразити позитивний ефект і виклики, які має корпоративне волонтерство відносно осіб, неурядових організацій, бізнесу та громад. Цей посібник розроблений для лідерів бізнесу, навчальних закладів, органів місцевого самоврядування та неурядових організацій, щоб надихнути їх на розвиток корпоративного волонтерства.



Корпоративне волонтерство має безліч переваг...»

Ця частина посібника покликана ознайомити читачів із основними термінами, що використані під час оброблення інтерв'ю. Містить інформацію про деталі, що є винятковими для ситуації у кожній із країн-учасників проєкту, а також особливості підходу до концепції корпоративного волонтерства в загальному.

Для початку хочемо роз'яснити терміни «міленіали» та «молоді працівники», які використовуватимемо у посібнику. Законодавство ЄС, державні реєстри та статистика класифікують молодих працівників по-різному. Згідно деяких, «молоді працівники» – це люди до 18 років (з 14), в інших зазначено, що це вікова категорія від 16 до 24 років чи навіть до 30 або 35 (Генвольд та інші, 2016).



Іл. 1 (Генвольд та інші, 2016)

Існує тенденція до розширення вікових меж категорії «молодих працівників» через те, що сьогодні вони пізніше закріплюються на ринку праці. До того ж, визначення часто використовують по-різному: так називають комерційних працівників (з повною, неповною зайнятістю та тих, що проходять стажування), а також людей, що займаються неприбутковою діяльністю (волонтерством або домашнім господарством) (Генвольд та інші, 2016).

У посібнику під термінами «молодь» і «молоді працівники» ми маємо на увазі людей віком від 18 до 30 років, що займаються комерційною діяльністю. «Міленіали» ж – покоління, представники якого народилися між 1980 та 1995¹ або 1981 та 1997² роками (за різними джерелами). У цьому виданні ми сфокусувалися на молодших міленіалах, віком від 18 до 24 років.

У цьому посібнику корпоративне волонтерство визначили як можливість для підтримки благодійності або внеску в позитивні зміни в суспільстві, що надають роботодавці своїм працівникам³. Ми звертаємо особливу увагу на корпоративне волонтерство як частину стратегії КСВ (корпоративної соціальної відповідальності), її визначають як «залучення до покращення добробуту громади з боку бізнесу та внески з корпоративних ресурсів»⁴.

«Ми звертаємо особливу увагу на корпоративне волонтерство як частину стратегії КСВ...»

- 1 Kurian S., Meeting millennials, KPMG 2017. Взято з <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/04/Meet-the-Millennials-Secured.pdf>
- 2 Frey W. H., "The millennial generation: a demographic bridge to America's diverse future", 2018. Взято з https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2018/01/2018-jan_brookings-metro_millennials-a-demographic-bridge-to-americas-diverse-future.pdf
- 3 Bocalandro B. "Mapping Success in Employee Volunteering. The Drivers of Effectiveness for Employee Volunteering and Giving Programs and Fortune 500 Performance", 2009, The Boston College Center for Corporate Citizenship. Взято з <https://www.shxm.org/hr-today/news/hr-news/Documents/MappingSuccessInEmployeeVolunteering.pdf>
- 4 Lonneke R. "Employee engagement in corporate social responsibility", 2016. Взято з https://pdfs.semanticscholar.org/7a4e/a6e0303420ab75ecc39bd3f9d1896aa1b67f.pdf?_ga=2.23554362.168238848.2.1572537360.195728459.1572537360, p. 1.

1.2.1 СИТУАЦІЯ З МОЛОДДЮ В ЄВРОПІ

Для початку ми хотіли б ознайомити читача із ситуацією молоді на ринку праці на сьогодні. Наша мета – виявити основні проблеми цієї сфери в Європі на прикладі чотирьох країн: Литви, Іспанії, Нідерландів та України.

За офіційною статистикою, люди віком до 30 років становили приблизно 1/3 населення Євросоюзу в 2016. Громадяни від 15 до 29¹ років – це 17% населення. Рівень безробіття становив 6,7%, і це – найменший показник від 2000 року (Євростат EU-28²). Ось країни із найнижчим та найвищим рівнем працевлаштування молоді:

▼ Країни-учасники ЄС, що мали рівень працевлаштування молоді нижче 20%: Греція (13%), Італія (16,6%), Іспанія (18,4%) та Болгарія (19,8%).

▲ Країни-лідери: Нідерланди (60,8%), Данія (58,2%), Австрія (51%), Велика Британія (50,9%) і Мальта (45,9%).

Згідно з цими даними, основна проблема полягає у труднощах переходу молоді від освіти до ринку праці, а саме:

- ◇ низький рівень працевлаштування;
- ◇ високий рівень безробіття;
- ◇ велика кількість людей, що не працевлаштовані, але й не навчаються.

Це – найбільш поширені проблеми. Далі опишемо проблеми молоді на ринку праці в контексті чотирьох країн, що брали участь у дослідженні.

1 Eurostat, "Being young in Europe today – demographic trends", 2017 December. Взято з https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Being_young_in_Europe_today_-_demographic_trends

2 Eurostat, 4/2019–9 January 2019, 2018. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9477410/309012019-AP-EN.pdf/1f232ebb-1dcc-4de2-85d1-5765fae86ea8>

1.2.2 СИТУАЦІЯ З МОЛОДДЮ В ЛИТВІ

Перша країна, яку ми презентуємо у дослідженні, – Литва. Майже 19% усього населення – молодь, приблизно 524 100³. З них 11 800 людей безробітні, тобто трохи більше двох відсотків.

Проблеми, що стоять на заваді інтеграції молоді на ринку праці у Литві:

- ◇ Недостатність рівня освіти, професійного навчання чи досвіду роботи
- ◇ Здобуті професійні знання неактуальні для сучасного ринку праці
- ◇ Працедавці неохоче надають роботу молодим людям або не погоджуються гідно оплачувати їхню працю
- ◇ Труднощі у поєднанні професійної кар'єри чи навчання із сімейними обов'язками
- ◇ Нестача цілеспрямованості чи навичок пошуку роботи
- ◇ Немає підтримки в переході від освіти до ринку праці
- ◇ Професійне навчання втрачає популярність серед молоді
- ◇ Немає послуг професійної орієнтації для молодих людей та їхніх батьків (Відділ статистики Литви, 2018)

На цих проблемах і був сфокусований Проєкт захисту молодіжних ініціатив «Відкривай себе» (2015–2018)⁴, що був імплементований Литовською біржею праці та Департаментом у справах молоді за підтримки Литовського міністерства соціального захисту та праці. Цей проєкт покликаний допомогти молодим людям 16–29 років, що не працевлаштовані та не навчаються, залучаючи їх до волонтерських та інших можливостей. **Волонтерство розглядали як один із методів, затверджених державою для боротьби з проблемою молодіжного працевлаштування – 2 000 молодих людей були залучені до волонтерської роботи. Вони дістали можливість розвивати навички, необхідні для життя й роботи, і зміцнили свої позиції на ринку праці.**

3 Youth Guarantee Initiative, "Igyvendintas projektas „Atrask save". Retrieved from <https://www.jaunimogantijos.lt/lt/jaunimo-garantiju-projektai/igyvendintas-projektas-atrask-save/54>

4 Statistic department of Lithuania, "Lietuvos jaunimas", 2018. Retrieved from <https://osp.stat.gov.lt/naujienos?articleId=5800524>

1.2.3 СИТУАЦІЯ З МОЛОДДЮ В ІСПАНІЇ

Ситуація з працевлаштуванням молоді в Іспанії зараз також має певні труднощі. Рівень молодіжного безробіття тривожно зріс із початком економічної кризи 2008 року. 52% людей віком від 20 до 24 років та 33% людей віком від 25 до 29 років не були працевлаштовані станом на 2013 рік⁵. Під час кризи (2008–2014) також значно зросла кількість молодих людей, що не працювали та не навчалися, але причина такої ситуації – саме у збільшенні рівня безробіття. Після 2014 року ситуація не погіршилася, а навпаки – за даними Євростату, лише 3,6% молоді від 15 до 29 років були в категорії «ті, що не бажають працювати». Безробіття почало знижуватися та досягло 35% (у віковій категорії 20–29 років) у 2018.

Загалом, 15,3% населення Іспанії – молодь віком від 15 до 29 років. У Іспанії найбільша кількість молодих людей 18–24 років, що не завершують освіти, порівняно з іншими країнами Євросоюзу. А втім, значна частина молоді все ж має ступінь вищої освіти (за загальноєвропейським показником). Приблизно 25–27% студентів ВНЗ віком від 16 до 34 років надто кваліфіковані для посад, які вони зараз обіймають.

Щодо залучення молоді до волонтерства, за даними аналізу Plataforma de Voluntariado de España (2018)⁶, тільки 15% волонтерів належать до вікової категорії 18–24 років. **Це дослідження також було покликане з'ясувати, як ефективніше залучати волонтерів. Варто сказати, що люди віком від 25 до 34 років звертають особливу увагу на волонтерські можливості, пов'язані з кар'єрними перспективами.**

1.2.4 СИТУАЦІЯ З МОЛОДДЮ У НІДЕРЛАНДАХ

У Нідерландах ситуація з працевлаштуванням молоді – найкраща у Європі. У країні 4,9 мільйона людей віком до 25 років. Загалом, частка молодих людей значно зменшилася за останні кілька десятиліть. У 2018 приблизно 43% (2 101 600 людей) належали до вікової категорії 15–25 років (за Нідерландським інститутом молоді, 2018).

За дослідженням CBS (CBS, 2017), 1 800 000 молодих людей були у віковій категорії від 15 до 26 років. 1 600 000 із них працювали або навчалися, 145 000 були безробітні.

Рівень молодіжного безробіття в Нідерландах у 2017 становив 8,9%. Це виводить країну в топ-3 із найнижчим рівнем молодіжного безробіття в Європі. Більш того, тільки 4,6% молодих людей у Нідерландах віком від 15 до 25 років не навчалися та не працювали. Четверо з 10-ти у цій категорії зазначили, що не можуть або не бажають працювати. Проблеми зі здоров'ям при цьому є найпоширенішою причиною (CBS, 2018). **Оскільки ситуація з працевлаштуванням молоді у Нідерландах позитивна, корпоративне волонтерство в країні є інструментом для заохочення та розвитку працівників, а не для розв'язання проблеми безробіття.**

5 Benedicto J., Informe Juventud en España 2016. Instituto de la Juventud Injuve. Взято з <http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf>

6 La acción voluntaria en 2018, Plataforma de Voluntariado de España. 2018. Взято з <http://platafor-navoluntariado.org/wp-content/uploads/2019/02/ultima2018-accionvoluntaria.pdf>

1.2.5 МОЛОДЬ В УКРАЇНІ

У 2019 році кількість молодих українців віком від 14 до 35 років сягала 10 000 485, це становить 25% всього населення⁷. За даними Державної служби зайнятості (2017), 34,7% всіх молодих людей до 35 років в Україні мали статус безробітних. Ці цифри схожі до показників у Іспанії. Державна служба зайнятості надає основні причини молодіжного безробіття в Україні:

- ♦ *вибір неактуальних спеціальностей;*
- ♦ *відсутність досвіду роботи для працевлаштування на перше робоче місце;*
- ♦ *завищені очікування молоді щодо майбутнього робочого місця.*

У відповідь на проблему в Україні запровадили державну соціальну програму «Молодь України» в 2016–2020 роках, яка спрямована на те, щоб надати нові можливості працевлаштування та залучити молодих людей до політичного та громадського життя. А втім, багато проблем все ще залишаються невирішеними. Приміром, молодь у містах (68%) має значно більше можливостей працевлаштування й освіти, ніж молоді люди (32%) у селах.

Ситуація з молодіжним волонтерством в Україні неоднозначна. За інформацією Міністерства молоді та спорту, тільки 4,1% молодих людей брали участь у волонтерській діяльності. Водночас, за результатами загальнонаціонального дослідження, проведеного волонтерами ООН у 2014, 26% молоді коли-небудь волонтерили, тоді як для всього населення цей показник становив приблизно 23%. Отже, навіть дослідники та установи представляють різні дані щодо ситуації з молоддю та волонтерством в Україні. Тому волонтерство може стати інструментом, що допоможе побороти проблеми переходу від освіти до ринку праці.

У цій частині ми розглянемо вплив корпоративного волонтерства на особистість працівників, компанії та громади. На рівні особистості найбільшу увагу звертають на показники здоров'я та соціального капіталу – основних переваг для людини. Крім внутрішніх змін, корпоративне волонтерство також впливає на розвиток навичок, а саме компетенцій, цінних для компаній, що підтримують волонтерську діяльність. Серед іншого, корпоративне волонтерство підвищить активність працівників. Загалом це складне явище, з яким ми ознайомимо читача в контексті нашої теми. Нарешті, корпоративне волонтерство може стати рушієм змін на рівні всієї громади, а це – заохочення населення до активних дій, підтримка демократії та зміцнення економіки.

1.3.1 ВПЛИВ ВОЛОНТЕРСТВА НА ОСОБИСТОМУ РІВНІ

Перш за все корпоративне волонтерство змінює конкретну людину – волонтера. Тобто участь у вирішенні соціальних проблем позитивно впливає на особистий добробут волонтера, а саме знижує рівень депресії та підвищує самооцінку й робочі можливості волонтера. Дослідження доводять, що волонтерська діяльність покращує настрій, фізичне здоров'я і впливає на довголіття¹.

Цитата із опитування «Враження волонтера з Philips» («Волонтерство як медитація»)²:

«Це був хороший досвід, адже я розумів, що справді впливаю на покращення якості життя інших. Я навіть відчув, що моє здоров'я та самопочуття покращуються. Я проводив цілісні дні, працюючи в саду задля створення продовольчого банку, виконував фізичну роботу, це нагадувало вправи на свіжому повітрі... Ми зазвичай не маємо такої можливості, адже проводимо так багато часу в офісах, що навіть не маємо хвилики, щоб пообідати. Я би хотів, щоб якомога більше роботодавців брали участь у такій діяльності, вона неабияк нагадує медитацію».

1 Parker A. "Proofs and Research: Volunteering Benefits Individuals and Companies". April 12, 2018. Real-ized Worth. Retrieved from <https://www.realizedworth.com/2018/04/12/proofs-and-research-volunteering-benefits-individuals-and-companies/>.

2 Samen voor Eindhoven, survey "Philips Volunteer feedback". 2018. SurveyMonkey results

Дослідження United Healthcare та Volunteer Match 2017 року³ також доводить переваги волонтерства для ментального, емоційного та фізичного здоров'я. 3-поміж респондентів, що займалися волонтерською діяльністю за останні 12 місяців:

- ◆ 75% почувалися **здоровішими**
- ◆ 93% відчувли **покращення настрою**
- ◆ 79% відзначили **зниження рівня стресу**

На додачу до позитивного впливу на стан здоров'я, волонтерство також формує соціальний капітал (Міллер, Сімпсон та інші, 2011), адже під час волонтерської діяльності ми зустрічаємо різних людей та налагоджуємо нові соціальні зв'язки. Це надає різні переваги: особисту підтримку, можливість, соціальну приналежність, вибір та вплив⁴.

Волонтерство також тісно пов'язане із дозвіллям, «відновленням»⁵ – працівники мають змогу відволіктися від рутини та взяти участь у важливій діяльності, що приносить їм задоволення.

Хоча іноді волонтери відчувають труднощі у спілкуванні з цільовою групою, якій допомагають, або мають проблеми із правильним розподілом вільного часу, загальний вплив волонтерства залишається позитивним.

3 VolunteerMatch & United Healthcare, "Doing good is good for you". 2017. Study retrieved from https://newsroom.uhc.com/content/dam/newsroom/2017_VolunteerStudy_Summary_Web.pdf

4 Boeck T., Makadia N. "The Impact of Volunteering on Social Capital and Community Cohesion", 2009. <https://www.dmu.ac.uk/documents/health-and-life-sciences-documents/centre-for-social-action/reports-and-articles/exploring-impact-youth-action-volunteering-england.pdf>

5 Mojza E.J., Lorenz C. et al. „Daily Recovery Experiences: The Role of Volunteer Work During Leisure Time”, 2010. American Psychological Association 1076–8998/10/\$12.00 DOI: 10.1037/a0017983. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/ea4d/32d981980ba9e39eae9de8497ffae5108635.pdf>

1.3.2 ВОЛОНТЕРСТВО ТА РОЗВИТОК НАВИЧОК

Однією із характерних рис волонтерських програм для працівників є їхній зв'язок із тренінговими компонентами в роботі. Така стратегія, звісно, надає всебічні переваги, адже компанії заохочують та розвивають нові навички своїх працівників, а самі працівники можуть зробити свій внесок у вирішення соціальних проблем, що їх турбують, за допомогою свого професійного досвіду.

Компанії акумулюють у своїх працівниках знання та досвід, які можуть бути цінними для людей, що тільки починають свій кар'єрний шлях. Як засвідчує приклад, описаний у частині 2.6, волонтерські програми для працівників є також хорошим шансом для молоді отримати нові важливі навички для того, щоб у майбутньому знайти роботу. Рекрутери також добре обізнані з цими фактами, що підтверджено опитуванням про вплив волонтерства, проведеним компанією «Deloitte» (у ньому взяли участь понад 2 500 менеджерів з управління персоналом)⁶. Вони сприймають волонтерство як ключову можливість для залучення та навчання професійних працівників та розвитку майбутніх лідерів. 82% менеджерів, які взяли участь в опитуванні, зазначили, що надали б перевагу кандидату із волонтерським досвідом у резюме. Ось більше даних із вищезгаданого опитування:

- ♦ 85% опитаних можуть «закрити очі» на слабкі сторони резюме, якщо кандидат має волонтерський досвід
- ♦ 80% опитаних погоджуються, що люди із волонтерським досвідом є успішнішими лідерами
- ♦ 85% опитаних вважають, що волонтерська діяльність, яка базується на робочих компетенціях, допомагає працівникам покращити комунікаційні навички

6 Deloitte, “2016 Deloitte Impact Survey Building leadership skills through volunteerism”, 2016. Взято з <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/us-deloitte-impact-survey.pdf> and Deloitte, “Volunteerism Survey”, 2017. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/about-deloitte/us-2017-deloitte-volunteerism-survey.pdf>

Ще одним доказом є те, що у соціальних мережах для пошуку роботи (наприклад, у LinkedIn) волонтерство виділяють у окрему секцію, що свідчить про важливість наявності такого досвіду для роботодавців.

Волонтерство спонукає нас виходити із зони комфорту, бачити нові реалії та ставити перед собою виклики для вирішення соціальної проблеми, яка нас турбує. Незважаючи на те, чи волонтерська робота базується на наявності певних навичок, чи ні, такий вид діяльності все ж сприяє розвитку нових умінь волонтера. Все це є незамінною частиною сфери волонтерства, а також тепер зафіксовано у деяких державних законах чи документах про волонтерську діяльність. Більш того, Європейський парламент промотує розвиток нових навичок для працевлаштування за допомогою волонтерства⁷.

«Волонтерство спонукає нас виходити із зони комфорту...»

7 Broek, S., Hogarth, T., Baltina, L., and Lombardi, A., “Skills Development and Employment: Apprenticeships, Internships and Volunteering”, 2017. Directorate General for Internal Policies Policy Department a: Economic and Scientific Policy. Взято з [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/602056/IPOL_STU\(2017\)602056_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/602056/IPOL_STU(2017)602056_EN.pdf)

Багато навичок та компетенцій пов'язані з різними сферами волонтерства та з неформальним навчанням, але найбільш поширені описані у восьми ключових навичках для навчання впродовж життя⁸:

1. Грамотність
2. Знання кількох мов
3. Компетентність у математиці, науці, технологіях та інженерії
4. Цифрова компетентність
5. Особиста, соціальна та навчальна компетентність
6. Громадянська компетентність
7. Компетентність у підприємстві
8. Культурна обізнаність та вміння висловлюватися

КОМПЕТЕНТНІСТЬ = НАВИЧКИ, ЗНАННЯ ТА РОЗУМІННЯ ПЕВНОЇ ТЕМИ

Вищезгадані компетентності важливі для нас як громадян, а особливо у тих сферах, з якими маємо справу щодня: працевлаштування, охорона здоров'я, активна та стійка громадянська діяльність, соціальна інклюзія⁹. Вони були встановлені Радою Європи та є частиною інноваційного підходу до покращення наявних систем освіти. Тому кожна якісна волонтерська програма має фокусуватися на розвитку цих компетентностей учасників.

1.3.3 ВОЛОНТЕРСТВО ТА КОРПОРАТИВНА ЗАЛУЧЕНІСТЬ

Упродовж багатьох років роботу розцінювали як інструмент для отримання прибутку. Сьогодні ж її описують як «основну діяльність людини» (Гулін, 2014)¹⁰, тому що тепер ми всі намагаємося надати значення та сенсу своїй роботі. Один із факторів, що пов'язаний зі значимістю роботи, – це рівень залученості.

Активно залучені працівники, за визначенням Gallup¹¹, – це ті, що захоплено працюють та віддані своїй роботі. Компанії по всьому світу цінують залученість працівників, адже це – один із ключових факторів успішності бізнесу.

Як заявляє Gallup, компанії з високим рівнем залученості працівників можуть підвищити прибутки на 147%. Втім, досягти цієї цілі доволі складно: лиш 15% працівників дійсно залучені до роботи. Було доведено, що залученість працівників надає безліч переваг, серед яких – утримання працівників, адже плинність кадрів неабияк позначається на витратах. Ці витрати оцінюють як у півтора раза більші, ніж витрати на звичайні зарплати працівників¹². Компанії, працівники яких залучені до роботи, мають на 24% нижчу плинність кадрів та менше конфліктів через заробітні плати (на 70% менше!)¹³.

Компанії з активно залученими працівниками також мають на 41% менше прогулів, вищі прибутки (на 21%) та продуктивність (на 17%)¹⁴.

8 The Council of the European Union, Council recommendation of 22 May 2018 "On key competences for lifelong learning", 2018. 2018/C189/01. Взято з [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=EN)

9 European Commission Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture, "Key competences for life-long learning", 2019. DOI10.2766/569540. Взято з <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/297a33c8-a1f3-11e9-9d01-01aa75ed71a1/language-en>

10 Aguinis H. and Glavas A. "On Corporate Social Responsibility, Sensemaking, and the Search for Meaning-fulness Through Work", 2017. Journal of Management, DOI: 10.1177/0149206317691575. Retrieved from <http://www.hermanaguinis.com/JOMCSRinpress.pdf>

11 Gallup, "State of Global Workplace Report", 2017. Retrieved from <https://www.gallup.com/workplace/238079/state-global-workplace-2017.aspx>

12 Bersin J., "Employee Retention Now a Big Issue: Why the Tide has Turned," August 16, 2013. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/20130816200159-131079-employee-retention-now-a-big-issue-why-the-tide-has-turnd>

13 Rigoni B. and Nelson B., "Engaged Workplaces Are Safer for Employees", 2016. Retrieved from <https://news.gallup.com/businessjournal/191831/engaged-workplaces-safer-employees.aspx>

14 Gallup, "State of Global Workplace Report", 2017. Retrieved from <https://www.gallup.com/workplace/238079/state-global-workplace-2017.aspx>

Це змусило компанії зосередитись на діях, які можуть посилити залученість працівників. Працедавці починають прислухатися до очікувань працівників і діяти відповідно до них, впроваджувати ініціативи щодо балансу роботи та дозвілля, прищеплювати почуття приналежності, створювати позитивне робоче середовище, зміцнювати внутрішню комунікацію та допомагати відчувати робочу мету. Багато працівників вважають роботу в надійній компанії, що виділяє ресурси на підтримку персоналу, надзвичайно цінною. Дослідження, проведене Benevity Labs¹⁵, доводить позитивний вплив «програм доброти» (ініціативи пожертв та волонтерства) на працівників. Вони сприяють утриманню співробітників та зниженню плинності кадрів (знижують на 57%), тобто також підвищують залученість працівників. Зокрема, міленіали й покоління Z «переважно вважають, що успіх у бізнесі слід вимірювати не лише фінансовими показниками, а й досягненням таких цілей, як позитивний вплив на суспільство та навколишнє середовище, створення інноваційних ідей, продуктів та послуг, створення робочих місць, можливостей для розвитку кар'єри та поліпшення життя людей, залученість та різноманітність персоналу на робочому місці»¹⁶. Залученість у добровільну діяльність та співпраця з некомерційними організаціями – чи то безпосередньо, чи через можливості, що надаються роботодавцями, – допомагає міленіалам відчувати можливість впливати на зміни у світі. 30% людей цієї вікової категорії заявляють, що були залучені як активні волонтери¹⁷.

Щоб зрозуміти взаємозв'язок між залученістю співробітників та корпоративним волонтерством, у Voluntare¹⁸ провели дослідження, яке продемонструвало причинно-наслідковий зв'язок між корпоративним волонтерством та залученістю працівників. Це дослідження, яке має значний статистичний ступінь довіри, довело, що залученість працівників зростає на 16% у компаніях, які підтримують корпоративне волонтерство.

Дослідження проводили на базі групи добровольців, які приділяли приблизно 18 годин волонтерській діяльності протягом трьох місяців, та порівнювали їх із контрольною групою. Позитивний вплив на корпоративну залученість був відзначений не лише після завершення волонтерської діяльності. Цей вплив зріс на 20% за 12 тижнів після участі у волонтерстві, коли опитування було проведено знову. Результати при цьому не залежали від віку, статі, стажу роботи в компанії чи професійної категорії працівника. До того ж, це був не єдиний показник, що зріс; переконання, що робота приносить у світ позитивні зміни, зросло на 24% одразу після залученості у волонтерській діяльності та на 33% після 12 тижнів. Відчуття особистісного розвитку зросло на 19%, а наступне опитування показало збільшення на 24%. Задоволеність працівників зросла на 13% і залишалася такою ж за 12 тижнів.

«...переконання, що робота приносить у світ позитивні зміни, зросло на 24%...»

15 Benevity Labs Report. "Goodness Engagement Study. Establishing the positive relationship between participation in corporate Goodness programs and employee retention", 2018. Retrieved from <https://www.charitydirector.org/wp-content/uploads/2018/12/goodness-engagement-study.pdf>

16 Deloitte, "Millennial Survey. Millennials' confidence in business, loyalty to employers deteriorate", 2018. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/tr/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey-2018.html>

17 "Almost 8,000 millennials questioned across 30 countries. Participants were born after 1982 and represent a specific group of this generation: of those who have a college or university degree; are employed full-time; and work predominantly in large, private-sector organizations". Deloitte, "The 2017 Deloitte Millennial Survey. Apprehensive millennials: seeking stability and opportunities in an uncertain world", 2017. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-deloitte-millennial-survey-2017-executive-summary.pdf>

18 International network that promotes Corporate Volunteering in Spain and Latin America. A space where organizations, companies and people can meet and collaborate.

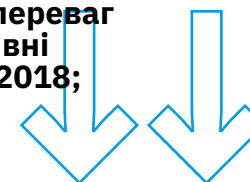
1.3.4 ВОЛОНТЕРСТВО ТА ГРОМАДИ

Сьогодні компанії співпрацюють із громадами, поважають потреби та проблеми середовища, прагнуть розвивати активно залучених працівників, виявляючи повагу та турботу до суспільства (Leventhal, Kach & Purnader, 2016). Аллен (2012) стверджує, що підприємства та компанії стають більш обізнаними про проблеми у суспільстві та власну роль у громадах.

Програми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є однією з основних галузей, що демонструють цей взаємний зв'язок між бізнесом та суспільством. Ці програми розроблені та орієнтовані на економічні та/або соціальні вигоди. Ці вигоди впливають на місцеві організації, громаду та країну. Водночас ці програми не приносять прибутку компанії. Корпоративне волонтерство також надає можливості для залучення зацікавлених сторін та розвитку партнерства (Аллен, 2012).

Як зазначалося у першому розділі цього посібника, у межах стратегії КСВ багато компаній мають корпоративні програми волонтерства. Ми вже згадували про деякі переваги цих програм для компаній (розвиток навичок та залучення працівників) та для волонтерів. Утім, працівники цінують такі програми через інтерес до суспільно корисних робіт та альтруїзму. Волонтери відчувають задоволення через зусилля їхньої організації інвестувати в суспільство та громаду (Джонс, 2010).

Нижче ми представляємо перелік переваг корпоративного волонтерства на рівні громади (B. Enjolras, L.M. Salamon, 2018; H. Wu, 2011; M. Harkin, 2008):



Громадськість та демократія

Волонтерство сприяє залученню громадян. Залучення до волонтерської діяльності є доказом демократії. Існує міцний зв'язок між волонтерством та активною громадською залученістю¹⁹, а також співпрацею між різними сферами: урядом, приватним сектором, працівниками та соціальними групами. Переваги волонтерства для розвитку громадськості та демократії:

- Вища громадянська активність
- Розвиток демократії
- Вплив діяльності на місцевому рівні зростає
- Відносини між громадянином і державою більш збалансовані
- Встановлення довіри до місцевого самоврядування для вирішення різних питань громади

Сильні громади

Волонтерство посилює почуття згуртованості та готовності співпрацювати у вирішенні різних питань, таких як партнерство у громаді, створення мереж, адвокація, фінансування, підтримка та участь у заходах. Це призводить до глибшого розуміння проблем та можливих рішень. Переваги волонтерства для громад:

- Довіра серед громадян
- Покращення комунікацій у спільнотах
- Почуття солідарності
- Можливість управління громадською діяльністю
- Зв'язок із громадою через співпрацю, обізнаність та залученість
- Розуміння соціальних проблем у власній громаді
- Розуміння важливості залученості в безпечнішій громаді та зменшенні злочинності

Економіка та послуги

Волонтерська діяльність впливає на економіку та розвиток послуг, а також генерує нові напрямки у сфері. Волонтерство дозволяє більш гнучко реагувати на поточні проблеми. Переваги волонтерства для розвитку економіки:

- Надає послуги, які необхідні, але не надаються приватним або державним сектором
- Організовує доступ до послуг, які потрібні людям
- Волонтерські організації є експертами з місцевих потреб та вимог
- Заохочує прогрес у державному секторі
- Підприємства створюють позитивні соціальні зміни завдяки практиці корпоративної соціальної відповідальності

Вплив корпоративної волонтерської діяльності починається з індивідуального рівня, а потім має ширшу сферу – на робочому місці та в громаді. Вона впливає на фізичне та психічне здоров'я, зв'язки та мережі, громадську поведінку та навіть економіку. Усі ці переваги свідчать про величезну важливість та ексклюзивність волонтерської діяльності як явища, що важливо не лише для об'єкта волонтерства, а й для волонтера.

«...ексклюзивність волонтерської діяльності як явища, що важливе не лише для об'єкта волонтерства, а й для волонтера»

19

Harkin M. "On the role of volunteering in contributing to economic and social cohesion", 10 March 2008. European Parliament, Committee on Regional Development. Взято з <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0070+0+DOC+XML+V0//EN>

Дослідження було проведено у чотирьох країнах, як зазначено у вступі до цього посібника. Якісний підхід був обраний для того, щоб збирати інформацію від практиків та розуміти, описувати та інтерпретувати їхній досвід та уявлення про різні аспекти, що стосуються корпоративної волонтерської діяльності. Опитувані були безпосередньо пов'язані з корпоративним волонтерством чи молодіжним волонтерством. У чотирьох країнах було проведено 22 напівструктурованих інтерв'ю. Для інтерпретації було обрано метод тематичного аналізу¹. Використані етапи аналізу даних: ознайомлення з даними, кодування, концептуалізація, уточнення особливостей та аналіз кожної теми². Нижче ми представляємо кожну тему, з якою працювали під час аналізу.

1 Braun V. and Clarke V. „Using thematic analysis in psychology”, 2006. Взято з http://eprints.uwe.ac.uk/11735/2/thematic_analysis_revised_-_final.pdf

2 Joffe H. and Yardley L. „Content and thematic analysis. Research methods for clinical and health psychology”, pp. 56–68, 2004. Взято з https://www.researchgate.net/publication/313157845_Content_and_thematic_analysis

2 МІЛЕНІАЛИ ТА КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО: ВИКЛИКИ ТА ПОТЕНЦІАЛ

Європа стикається з проблемою старіння населення та вікового розриву на ринку праці, тож зараз у всіх сферах докладають багато зусиль для боротьби з цими проблемами, використовуючи волонтерство як інструмент для підвищення залученості молоді. У нашому дослідженні молодь та міленіалів описували по-різному – як цільову групу в корпоративному волонтерстві та як корпоративних волонтерів. У розділі 2.2 ми описуємо цілі корпоративного волонтерства для впливу на молодь як на цільову групу, тож ми розглядаємо молодих людей як корпоративних волонтерів.

Дослідження свідчать, що у всіх сферах зосереджуються на залученні молоді до корпоративної волонтерської діяльності. За опитуваннями, міленіали, як правило, більше залучені до волонтерства серед співробітників. Це пов'язано з концепцією неформальної освіти – навчання на практиці та відкритий простір для експериментів. Ця форма навчання вважається привабливою та простою і відповідає потребам молоді. Респонденти описували потреби, з якими вони стикаються, проблеми, що їх прагнуть вирішити: молоді люди хочуть, щоб їхні здібності були помічені та визнані, щоб більше уваги звертали на проблеми особистості та стосунків. Волонтерство надає безпечний простір для дослідження та спостереження за власною особистістю та для роздумів про комунікацію з іншими людьми.

За опитуваннями, молоді волонтери, як правило, мають більше ентузіазму та краще ставляться до неоплачуваної роботи, а старші колеги мають більше почуття відповідальності: «Можливо, існують певні навички, які розвиваються з більш тривалою кар'єрою, такі як уміння активно слухати інших, конструктивно критикувати, і саме тому старші люди почувуються впевненіше у своїй діяльності; вони відчувають, що мають більше досвіду для обміну з молодими людьми. Молодші корпоративні волонтери почуваються однолітками з учасниками програм» (Марія, Іспанія).

Думка респондентів щодо типу волонтерської діяльності, який більше підходить для міленіалів, різниться. Багато хто вказав, що це короткострокові та практичні заходи, тоді як інші вважають, що це волонтерство на основі професійних навичок з акцентом на конкретні соціальні зміни. Незважаючи на різницю у віці, корпоративні волонтери однаково розвивають свої особисті та соціальні навички.

Є кілька проблем у різних сферах, що характерні для участі молоді у волонтерській діяльності. Одна із них – волонтерство вимагає великої кількості зусиль та часу, що непросто для молодої людини у сучасному швидкому темпі життя. Волонтерство також впливає на розвиток та підтримання відносин із іншими людьми. Респонденти зазначають, що молодь більше любить зосереджуватися на швидких і відчутних результатах, тоді як триваліші та складніші процеси для них менш приємні: «Це виховує молодих людей, допомагає їм зрозуміти, що доволі важко швидко чогось досягти – вам потрібно рухатися вперед малими кроками» (Егле, місцевий політик, Литва).

«...волонтерство вимагає великої кількості зусиль та часу, що непросто для молодої людини у сучасному швидкому темпі життя»

Інша проблема – це недостатнє розуміння явища волонтерства, тому в ролях волонтера та працівника організації-приймача виникає плутанина. Молоді люди воліють мати права та функції працівника в програмах корпоративного волонтерства, але нижчий рівень відповідальності та участі. Це створює розрив між очікуваннями та реальністю, коли відповідальність із зобов'язаннями співставні. На думку наших респондентів, молодь, як правило, має стереотипи та упередження щодо волонтерства та можливостей, які воно надає. За опитуваннями, міленіалів вважають занадто зайнятими для волонтерської діяльності; вони присвячують свій час навчанню, роботі, друзям та родині.

Дослідження свідчать, що необхідна особлива увага до обізнаності молоді про волонтерство: «У них немає орієнтира, щоб знати, як їхній досвід може вплинути на учасників» (Аріана, працівниця некомерційної організації, Іспанія). Існує особлива потреба розповсюджувати чіткі та інформативні повідомлення про волонтерство: різні напрямки волонтерства, можливість волонтерити з колегами, друзями чи родиною. Іншою вимогою волонтерства є необхідність знайти своє місце в нашому суспільстві та стати частиною його культури.

Відповіді з опитувань також показали, що спонукає міленіалів до волонтерської діяльності. По-перше, волонтери задоволені, коли розуміють, що вони є корисними у своїй громаді. По-друге, волонтерство може бути пов'язане з цілями навчання, а молодь орієнтована на навчання впродовж життя. Молоді люди також вважають за краще мати більш гнучкий графік роботи. Це показує нам ключові аспекти, які важливі для молоді та які слід враховувати при розробленні програм волонтерства.

Ми хотіли би представити найуспішніші корпоративні волонтерські програми, присвячені розвитку молоді. У прикладах описано сферу роботи організацій, цілі корпоративного волонтерства, діяльність та переваги.

EINDHOVEN DOET, Нідерланди



Eindhoven Doet (= Ейндговен діє) – це рух, спрямований на кожну людину, громадянина, туриста або тимчасового мешканця, який хотів би стати волонтером у місті Ейндговен. Організація надихає людей на участь та сприяє розвитку контактів між волонтерами, неурядовими організаціями та ініціативами. Разом вони працюють та створюють місто, де приємно жити і де кожен може бути залученим до активної діяльності.

Eindhoven Doet організовує заходи, що надихають, для пошуку нових талантів, створює банк вакансій волонтерів, проводить особистісні тренінги для людей, які мають труднощі з пошуком відповідних волонтерських можливостей, пропонує різні форми експертизи: просування, інформування та консультування волонтерських організацій та ініціатив резидентів, щоб допомогти їм знаходити волонтерів.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ

Eindhoven Doet проводить різні заходи, намагається спонукати молодь до волонтерської діяльності. Вони розробили проєкт спільно з FHNCT (ІКТ Університету Фонтіса). Студенти ІКТ отримують завдання брати участь у програмах організацій-приймачів, це зменшує гостроту змагання за волонтерські можливості.

РЕЗУЛЬТАТИ

Волонтери: досягають цілей у навчанні та отримують кредити.
Учасники: волонтерські організації отримують допомогу за своїми потребами в ІКТ.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

www.eindhovendoet.nl

EPAM, UKRAINE



EPAM є світовим ІТ-постачальником. Завдяки своїй «інженерній ДНК» та інноваційному підходу, консалтингу та дизайнерським можливостям EPAM працює зі своїми клієнтами над наданням цифрових рішень, які перетворюють складні бізнес-завдання на реальні ділові можливості. EPAM є визнаним лідером на ринку серед незалежних дослідницьких агентств і посів 12 місце у рейтингу FORBES25 серед державних технологічних компаній, які зростають найшвидше.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

eKids – це міжнародна соціальна ініціатива з навчання молоді основ програмування. В Україні вона охоплює п'ять міст, де розташовані офіси ІТ-компанії. Корпоративні тренери/волонтери надають базові знання з програмування за ігровим форматом. Молодь створює анімаційні фільми, ігри та інформаційні проєкти про одну з Цілей сталого розвитку з використанням мов програмування.

РЕЗУЛЬТАТИ

Волонтери: виховання лояльності, взаємодія з командою, міцне партнерство з НУО.
Учасники: спілкування та нові навички, освітній вплив, обізнаність про екологічні проблеми.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

www.epam.com



За дослідженнями, більшість компаній фокусуються на Цілях сталого розвитку³, поєднуючи свої програми із вирішенням конкретних соціальних проблем. Довгострокове волонтерство пов'язане з конкретними змінами, вразливою цільовою групою. Такі волонтерські кампанії націлені на місцеві громади і суспільство. Мають місцевий, регіональний та глобальний порядок денний. До основних питань, на які вони спрямовані, належать: технічна освіта, інклюзія та її зв'язок із ринком праці, профорієнтація, розвиток майбутньої робочої сили та окремих навичок: творчості для XXI століття, системного підходу та роботи в команді. Маючи багато очікувань та конкретні цілі щодо корпоративного волонтерства, компанії також повинні враховувати умови та бюджет. Людські ресурси є найнеобхіднішим ресурсом для реалізації корпоративного волонтерства, детальніше – в частині 2.4.

Зараз відбувається трансформація ролі бізнесу в соціальній сфері – від фінансової підтримки до активної участі в соціальних питаннях: «Ми всі залучені до соціальних проблем, а отже, і до їх вирішення. Проєкти та ініціативи, що запрошують до участі працівників усіх сфер, – це виклик, і для цього волонтерство – унікальна ставка» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія). Також існує зовнішній тиск, що спонукає взяти на себе відповідальність за екологічні та соціальні проблеми: «Все більше і більше споживачів, партнерів, клієнтів та працівників цінують те, що компанії несуть соціальну та екологічну відповідальність, адже, врешті-решт, ми всі причетні» (Крістіна, компанія, Іспанія).

Компанії, як правило, співвідносять корпоративну волонтерську діяльність зі своєю бізнес-стратегією та основною сферою діяльності – продуктами, послугами чи темами. «Потрібно уважно обирати напрямок волонтерської діяльності» (Біруте, представник бізнесу, Литва) – ці слова респондента описують необхідність узгодження корпоративного волонтерства з бізнес-стратегією. Цілі програм варіювались залежно від необхідності розвитку конкретних компетенцій серед цільових груп та працівників, переходу до нових технологій, проблем на ринку праці.

Цікавим фактом із нашого дослідження є те, що вибір волонтерської діяльності, який базується на робочих компетенціях, пов'язаний із цінностями та внутрішньою культурою організації. Волонтерська діяльність допомагає поширювати спільне використання вищезгаданих цінностей. Щоб це дійсно працювало, слід зібрати та поширювати базову інформацію про компанію, уподобання та інтереси працівників.

З наших досліджень ми бачимо, що діяльність, яка базується на цінностях, є найпоширенішою для ІТ-сектору та зосереджується на розвитку людських ресурсів. Інтеграція корпоративної волонтерської діяльності з повсякденною діяльністю та завданнями ілюструє сучасне ставлення бізнесу: обмін ноу-хау та підхід «почнімо розмову».

Діяльність, базована на цінностях, також пов'язана зі ставленням до корпоративного волонтерства як навчального простору та як конкретного інструменту для досягнення цілей. «Ми впевнені, що волонтерство – це потужний інструмент, що має високу цінність як для компаній, так і для суспільства» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія). Корпоративне волонтерство у цих випадках визнається видом неформальної освіти, що забезпечує корпоративним волонтерам нові знання. Зараз уже працюють над визнанням волонтерства як частини формальної системи освіти: «Волонтерство може надати кредити для формальної освіти у базових сферах, що є спільними для всіх волонтерських заходів» (Ана, представниця некомерційної організації, Іспанія).

Корпоративне волонтерство стає природною частиною організації, внутрішньою культурою, яка формує ставлення до соціальних дій як до сучасного способу поведінки в бізнесі.

На наступних сторінках ми хотіли би представити найкращі практики впровадження програм корпоративного волонтерства, пов'язаних із цілями сталого розвитку.

3 United Nations webpage, "Sustainable Development Goals", <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

ASML, Нідерланди

ASML Foundation

Компанія ASML є світовим лідером у галузі літографічних машин та у напівпровідниковій промисловості. Літографічні машини використовуються для виготовлення комп'ютерних чіпів.

YOUNG ASML – це асоціація молодих співробітників ASML, які походять із різних країн. Вони організують поїздки в різні компанії, соціальні заходи та волонтерську діяльність.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

YOUNG ASML організує «день змін» щокварталу з акцентом на різні види діяльності. Політика волонтерства зосереджена на:

1. Освіті/технологічній освіті (початкова/середня школа)
2. Різноманітності/інклюзії; допомозі меншинам у громаді
3. Професійному обслуговуванні Pro Bono
4. Обслуговуванні малозабезпечених представників громад (скажімо, літніх людей, дітей)



РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: відчують себе частиною руху, частиною громади, отримують підтримку.

Учасники: здобувають нові знання та досвід.

Зворотний зв'язок від біженців про одну з програм: «Дякуємо за те, що завдяки вам ми сьогодні посміхаємося». Волонтер ASML: «Дякую за те, що повернули нас на землю і показали, що таке стійкість та людяність».

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

<https://www.asml.com/asml/show.do?ctx=495>

SAP, Іспанія

THE BEST RUN

Проект: «Підвищуємо власну конкурентоспроможність на ринку праці» із SAP

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

Це волонтерська ініціатива, спрямована на допомогу молодим людям та безробітним здобути робочі та м'які навички. «Пропонуючи стажування, ми прагнемо, щоб ці люди реінтегрувалися у ринок праці та отримали якісні робочі місця». Програма також пропонує навчання м'яких навичок, і його проводять професійні інструктори та професіонали. Навчання в SAP розвивалося протягом багатьох років, вони завжди намагаються забезпечити найбільш запитувані курси на ринку в той час.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: вдосконалюють навички спілкування та викладання, відчують почуття гордості за компанію, залученість та задоволеність працівників зростає.

Учасники: близько 75% безробітних людей за останні роки реінтегрувались у ринок праці, деякі з них зараз працюють в екосистемі SAP.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

<https://www.sap.com/corporate/en/company/sustainability-csr.html>



NXP, Нідерланди



NXP є світовим лідером у галузі рішень для безпечного підключення вбудованих програм, впроваджує інновації у безпечному підключенні автомобілів, цифровій безпеці та конфіденційності, смарт-рішеннях для ринків. У NXP вважають, що соціальна відповідальність важлива для співробітників, як і для всього населення світу, а також життєво необхідна для успіху бізнесу.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

Багато уваги приділяють інвестиціям у регіональну соціальну сферу, як наслідок було засновано Impact040 (<http://www.impact040.com/>), що підтримує регіональні ініціативи, спрямовані на більш ефективне вирішення соціальних питань, підтримку органів влади та місцевих фондів. NXP допомагає управляти програмами корпоративного волонтерства на цифровому соціальному ринку разом із фундацією «Samen voor Eindhoven», що поєднує найновіші технології з наданням соціальних можливостей, промотуючи місцеві товари та послуги зі зв'язку, успішно вирішуючи соціальну програму регіону. Наступним кроком є розумне соціальне співробітництво шляхом подальшої співпраці бізнесу та фондів, що забезпечують технології.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: мають реальний вплив на життя в регіоні та на стійкість соціальних інвестицій, займаються діяльністю, пов'язаною зі стратегіями управління персоналом. Учасники: задовольняють потреби у навчанні та досвіді роботи.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

www.nxp.com



Сприйняття компаній третього сектору змінюється, рівень довіри до них сьогодні високий як ніколи⁴. Здається, що зусилля та знання з різних секторів створюють синергію, що призводить до кращих рішень для соціальних змін. Водночас респонденти відзначають: «Ми повинні працювати над програмою, яка є справді вигідною для самої компанії і водночас дійсно корисною для суспільства» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія). Якщо бізнес інвестує у корпоративну волонтерську діяльність, що відповідає його стратегії, це успішно та вигідно. За словами респондентів, співпраця є обов'язковою умовою корпоративного волонтерства. Зазвичай співпраця розвивається між некомерційними організаціями, бізнесом, місцевою владою та/або навчальними закладами. «Ми розглядаємо кількох партнерів і цілеспрямовано аналізуємо те, що вони можуть нам запропонувати і що ми можемо запропонувати їм» (Мірт, представник некомерційної організації, Нідерланди). Однак із досліджень ми бачимо, що співпраця між різними секторами все ще є доволі неоднозначною.

Респонденти погоджуються, що коли всі сторони – НУО, бізнес та місцева влада – визнають сильні сторони одне одного, це призводить до ефективних відносин: «Коли ви чітко встановите межі, тоді ви зможете рухатися далі. Тоді ваші домовленості стійкі, у вас немає прихованих мотивів» (Егле, політик, Литва). Спостереження за власними і партнерськими потребами та можливостями дозволить налагодити якіснішу співпрацю для досягнення мети. З аналізу інтерв'ю ми можемо стверджувати, що це значною мірою залежить від відкритого спілкування та процедури укладення домовленостей про ролі, рішення та межі.

Згідно з нашим дослідженням, представники усіх сфер готові до трансформації партнерських відносин. Це означає не лише наявність надійних партнерів, а й бажання побудувати спільноту. Довгострокові партнерські відносини, як правило, пов'язані з якіснішими результатами для усіх залучених. Головне питання тут – як підтримувати партнерство. Потрібно вкладати зусилля та час для розвитку партнерських відносин. Багато респондентів погоджуються, що планування спільних зустрічей, обговорення подальших дій та проведення тренінгів є ефективними методами для підтримання відносин: «Партнери надають нам зворотний зв'язок, волонтерство – це також зворотний зв'язок» (Егле, політик, Литва).

Міжгалузєва співпраця сприяє переходу до інновацій та створення впливу на ширшу аудиторію. Респонденти гадають, що ІТ-рішення та технології в цілому є ключовим фактором для точного реагування на потреби нашого суспільства у XXI столітті. Інші дослідження показують, що з'являються нові спеціальності, які потребують відповідного технічного профілю, і НУО мають інноваційні ноу-хау частіше, ніж урядові організації, і це є ключовим фактором для партнерства⁵. Згідно з нашим дослідженням, усі ці компоненти: створення мереж, обмін потребами та компетенціями, довгострокове партнерство та інноваційні рішення – ведуть до більш стійких змін та впливу на громади.

Дані нашого дослідження також свідчать, що відносини між секторами можуть бути взаємно корисними: підприємства хочуть «отримати винагороду за добре виконану роботу», а організації-приймачі потребують фінансової підтримки. Однак проблема полягає в різних «реаліях» та потребах секторів. За словами нашого респондента, «Дуже часто вони (...) перебувають у своїх власних реаліях, і тоді ці дві реальності повинні навчитися зустрічатися; коли це відбувається, співпраця має найкращі результати» (Егле, політик, Литва).

4 Canals J., Costa C. et al. "Handbook and business cases: Global Corporate Volunteering", 2012. Codespa. Взято з <https://www.codespa.org/app/uploads/global-corporate-volunteering-casebook.pdf>

5 Canals J., Costa C. et al. "Handbook and business cases: Global Corporate Volunteering", 2012. Codespa. Взято з <https://www.codespa.org/app/uploads/global-corporate-volunteering-casebook.pdf>

Бізнес – швидка, конкретна та орієнтована на результати сфера. НУО більш гнучкі, пов'язані з процесами, захищають тих, хто є вразливим. «І ти, й інші вимагають швидких та дешевих результатів, не розуміючи, як вони можуть зробити свій внесок» (Ана, представниця некомерційної організації, Іспанія).

Невідповідність реалій призводить до невдалої співпраці. Дослідження показує, що підготовка обох сторін забезпечила б кожному сектору хоча би базове розуміння іншої сторони. Всі сторони все ще сумніваються у тому, що вони можуть запропонувати, а також не обізнані про наміри та потреби інших. НУО досі не можуть впевнено відхиляти пропозиції підприємств, які для них не вигідні. Наприклад, представники бізнесу можуть запропонувати: «Ми оновимо ваш офіс». Я розумію, звісно, що це благодійність, але коли ми попросимо: «Гаразд, але зробіть його відкритим для дітей», тоді вони скажуть: «Ні» (Егле, політик, Литва). Наші респонденти кажуть, що саме зустріч волонтерів та цільової групи робить волонтерство особливим. Бізнес продовжує трактувати корпоративне волонтерство як спосіб виходу з повсякденності. Відповіді наших респондентів на ці запитання – це відкрите спілкування, конкретні пропозиції та домовленості, адже потреби та очікування можна задовольнити лише тоді, коли вони висловлені та узгоджені.

Згідно з нашими дослідженнями, ми можемо стверджувати, що кожне партнерство та його розвиток задля спільної мети потребує часу, людських та фінансових ресурсів. Спостереження та пізнання себе та одне одного вимагає часу, а також готовності та довіри. Як заявляє один із респондентів: «За цих умов ми можемо співпрацювати і робити багато справді корисних речей разом» (Раса, представник некомерційної організації, Литва).

На наступній сторінці ми представимо передові практики співпраці між різними секторами та організаціями.



Департамент зі справ молоді Міністерства соціальної безпеки та праці, Литва

Департамент реалізує встановлені національні заходи молодіжної політики, які мотивують молодь до активного громадського життя та вирішення проблем. Ключові завдання департаменту містять: координацію діяльності державних установ та установ щодо молодіжної політики; розроблення та впровадження національних програм та інструментів молодіжної політики; аналіз ситуації щодо молоді, молодіжних організацій та організацій, що співпрацюють із молоддю в Литві.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

Програма призначена для осіб, які навчаються, віком від 15 до 29 років, що реалізується в межах проекту «Відкрий себе», який фінансується YEI. Вона створює молоді умови для участі у волонтерській роботі та для отримання особистих, соціальних, професійних компетенцій та досвіду роботи, тим самим допомагаючи молодим людям у виборі професії, реінтеграції в офіційну систему освіти та/або у ринок праці.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Молодь залучена до волонтерської діяльності, яка відповідає її потребам, отримуючи при цьому навички, пов'язані з роботою, особисті, соціальні, професійні компетенції, мотивацію та вищу самооцінку, а також розвиваючи навички для ринку праці.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

<https://www.jaunimogarantijos.lt/en>



Київський університет ім. Бориса Грінченка, Україна



Це – багатопрофільний навчальний заклад, який належить до десяти найкращих університетів Києва. Там навчаються близько 9 000 студентів, за 20 програмами, університет пропонує ідеальне поєднання багаторічних традицій та інноваційних підходів до освіти, заснованих на європейських стандартах. Місія університету – сприяти особистому сталому розвитку та лідерству студентів та навчити їх бути корисними громаді та окремим людям.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

«З Києвом та за Київ» – соціальний проєкт, започаткований викладачами та студентською спільнотою. Він спрямований на підвищення рівня знань української та іноземних мов та інформатики серед жителів Києва. В його межах надають консультації з різних питань та організують спеціальні проєкти для дітей та їхніх батьків: це екскурсії, ігри на свіжому повітрі, навчальні, корекційні та розвивальні вправи для вдосконалення усних навичок через театральні, музичні та мистецькі гуртки.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Розвиток пізнавальних, творчих та естетичних здібностей людей різних вікових категорій. Організація дозвілля громадян. Фізичний розвиток. Поліпшення соціально-психологічного клімату для киян.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

www.kubg.edu.ua



JOIN IT PROJECT GROUP, Україна



Асоціація «ІТ Україна» створила проєктну групу «Приєднайся до ІТ» для поширення освітніх ініціатив, що сприяють розвитку знань в ІТ-галузі серед дітей та підлітків. Проєкт підтримують Міністерство освіти і науки, державні навчальні заклади та міжнародні ІТ-компанії, експерти яких на громадських засадах знайомлять дітей з усіма подробицями роботи програміста.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

Українська цифрова індустрія розвивається надзвичайно швидко, тому в ІТ-компаніях бракує програмістів. Серед випускників середніх шкіл є багато тих, хто має технічні навички, тому їхню увагу слід повернути до ІТ. Волонтери проєкту – це ІТ-спеціалісти різних компаній; вони беруть участь у проєкті як лектори.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: впливають позитивно на молодь, впливають на цифрові компетенції та сектор загалом.
Учасники: дізнаються про переваги роботи в ІТ-галузі, пов'язують своє майбутнє з новітніми технологіями.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

<https://itukraine.org.ua/en/>
<https://joinit-meetings.com.ua/>



Наше дослідження показує, що всі сектори визнають важливість послідовних процесів у корпоративному волонтерстві. Ми вважаємо за потрібне представити кроки та дії, які забезпечують якість процесів, впливу та результатів. Усі ці кроки та етапи залежать від людських ресурсів, тому кожен із них належить конкретній відповідальній особі. Їхні ролі та завдання описані нижче. Чіткі обов'язки та процеси сприяють повній реалізації потенціалу корпоративного волонтерства. Перша порада від наших респондентів – централізація. Це означає, що інформацію слід збирати, описувати та поширювати однаково для всіх учасників процесу. Робота окремо може негативно позначитись на ефективності людських та часових ресурсів. Загальнодоступна інформація також сприяє особистому зростанню працівників, незважаючи на їхнє фізичне місцезнаходження. Компанії часто використовують інтранет для централізації реєстрації, підготовки, розповсюдження та моніторингу корпоративної волонтерської діяльності, але він не повністю задовольняє ці потреби. Компанії втрачають можливість ділитися передовою практикою, відгуками та історіями успіху. Інтранет більшою мірою допомагає розповсюджувати інформацію та підраховувати кількість ініціатив.

Друга порада опитаних – приділяти увагу координації та управлінню, адже це – надзвичайно важливі аспекти для впровадження корпоративного волонтерства: «Узгоджені дії між державними адміністраціями, соціальними структурами та приватними компаніями мають фундаментальне значення для досягнення кращого результату, але водночас цей процес складний» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія). У цьому випадку координація та управління – поєднання видів діяльності для забезпечення співпраці між партнерами, розподілу відповідальності, а також моніторингу процесу. Ось що думає один із респондентів про координацію роботи волонтерів: «Їх потрібно координувати. І тут, здається, багато роботи» (Ієва, представник некомерційної організації, Литва). Отже, ось перша важлива роль – координатора. Першочергове завдання координатора – фокус на ідеї та потребах. Тут ми також хочемо підкреслити ключовий момент: це потреба, яка надходить від цільової групи, а не від самого бізнесу.

Тож ще одне завдання координатора – визначення належного способу виявлення потреб. Організації-приймачі є експертами своїх цільових груп, тому необхідна ефективна співпраця з ними. Наступним кроком є пошук найкращого рішення для вирішення цієї потреби – створення ідеї. Після цього необхідно узгодити ролі, обов'язки та графік реалізації. На думку наших респондентів, конкретні домовленості дозволяють кожному зосередитися на своєму завданні.

Координатор також повинен мати конкретний бюджет, щоб забезпечити належні умови та обладнання для корпоративного волонтерства. На думку наших респондентів, професійна координація забезпечує досягнення більшого та стійкішого результату. Багато також згадують про посередницьку роль між організацією-приймачем та компанією. Координаційна організація піклується про корпоративну волонтерську діяльність та розподіл відповідальності між партнерами.

У багатьох країнах національні та міжнародні програми волонтерства мають стандарти якості щодо координаційних організацій: вибір КО є централізованим та систематичним – організації повинні подавати заявки на участь та бути оціненими експертами, і лише тоді вони отримують акредитацію. Окрім наявності досвіду якісного планування та цікавих ідей, працівники організації мають бути зацікавлені у волонтерській діяльності. Тож основна мета – підвищити залученість працівників до волонтерської діяльності.

Наші респонденти вбачають необхідність знайти належні інструменти для залучення працівників до волонтерства. Запрошуючи співробітників приєднатися до корпоративних програм волонтерства, потрібно врахувати, що працівники хочуть отримувати зарплату за час, який вони приділяють волонтерству, і мати можливість виконувати цю діяльність протягом робочого часу. При розробленні програми слід враховувати навантаження, оскільки планування часу є доволі важливим як у корпоративній волонтерській діяльності, так і в роботі.

Після залучення працівників слід провести їх підготовку. При цьому, за словами респондентів, підготовка є обов'язковою для всіх сторін: цільової групи, організації-приймача та корпоративних волонтерів. Цільовій групі слід надати інформацію про волонтерів і про організацію. Це має бути інформація про кількість, професійний профіль та мету всіх залучених.

Корпоративні волонтери мають бути поінформовані про некомерційний сектор, цільову групу та організацію-приймача, адже мають згодом генерувати правильні ідеї та реалізовувати їх разом із цією організацією. Підготовчий етап допомагає боротися зі страхами, упередженістю, створює безпечне середовище для всіх сторін. Відсутність підготовки розглядається як одна з причин невдачі: корпоративні волонтери можуть бути «травмовані» (Егле, політик, Литва) реальністю, з якою вони стикаються. Цільова група може відчувати себе експонатами на виставці: «Недобре, якщо люди приходять непередготовленими. Це шкідливо для всіх сторін» (Егле, політик, Литва).

Після необхідної підготовки корпоративні волонтери можуть встановлювати свої індивідуальні та групові цілі. Тут ми підходимо до надзвичайно важливої ролі – наставника: людини, яка відповідає за процес навчання та супровід волонтерів. За відповідями наших респондентів, наставник допомагає налагодити зв'язок із цільовою групою, організовує сесії для рефлексії після заходів, щоб дозволити корпоративним волонтерам «видихнути», визначити результати своєї участі та переваги, отримані в особистій та робочій сфері. Наставник також сприяє спілкуванню з цільовою групою та організацією-приймачем. «Якщо щось трапляється протягом робочого дня, важливо це проговорити тут і зараз» (Ієва, представник некомерційної організації, Литва). Наставник повинен забезпечити своєчасність цих обговорень.

Останній крок – оцінювання результатів. Можна використовувати різні інструменти, в тому числі оцифровані, для оцінювання програми, логістики, задоволеності та результатів навчання. Деякі респонденти використовують інтернет-інструменти оцінювання та надають волонтерам сертифікати. За дослідженням, більшість організацій зосереджуються на інноваційних цифрових системах із метою створення зв'язків між секторами, визначення результатів навчання та вимірювання впливу. Важливість етапу оцінювання розуміють усі залучені сторони, але поки стратегій розповсюдження концепції та впровадження процесу оцінювання бракує, їх ще розробляють. «Доволі важко зробити оцінку об'єктивною, тому всі наочні результати проєкту – обов'язкові та важливі» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія).

Основними труднощами, які назвали наші респонденти, є поширення інформації про волонтерську діяльність та її результати. Усі залучені сектори розробляють стратегії, які дозволять продемонструвати вплив та цінність корпоративної волонтерської діяльності за допомогою зрозумілих і наочних прикладів.

На наступній сторінці ми хотіли би представити успішний приклад централізованої програми корпоративного волонтерства.

«**Якщо щось трапляється протягом робочого дня, важливо це проговорити тут і зараз»**

DLL



DLL – це фінансова компанія, що дозволяє постачальникам надавати обладнання в місцях продажу. DLL підтримує повний життєвий цикл активів (наприклад, трактори, лікарняне обладнання). У 2019 році 40% працівників компанії брали участь у волонтерській діяльності. Цільову групу встановлюють на рівні правління компанії. У 2020 році DLL планує залучити більше 50% працівників до участі у волонтерській діяльності.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

«Думай глобально, дій локально» – DLL щороку організовує глобальну кампанію під цим лозунгом. Кампанія здійснюється на місцевому рівні, адаптована до місцевих потреб та особливостей. DLL також організовує корпоративні волонтерські заходи на різну тематику: громадське здоров'я, недостатність продуктів харчування (на світовому рівні), екологія та підприємництво.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: єдність працівників задля позитивних соціальних змін (залученість), покращення відносин у місцевих громадах, вміння працювати в команді, можливість дізнатися про стратегію навчання та розвитку персоналу.

Учасники: отримують допомогу з покращення якості місцевої охорони здоров'я, позитивний вплив на довкілля, розвиток підприємництва.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

www.dll.com



Існують різні види волонтерської діяльності. За тривалістю розрізняють тривалу (два місяці та більше) та короткострокову (від одного дня до двох місяців) діяльність. За типом діяльності це можуть бути практичні заходи, співпраця з цільовою групою, волонтерство на базі робочих навичок та навіть діяльність pro bono. Дослідження Європейської Комісії (2014)⁶ свідчить, що компанії, як правило, більше фокусуються на короткострокових проєктах. За нашим дослідженням, короткострокові волонтерські ініціативи є найпопулярнішим вибором серед бізнесу, оскільки вони не вимагають тривалої та складної підготовки, лише базових знань сектору, цільової групи та конкретної організації. Також такі ініціативи особливо подобаються міленіалам.

За нашим дослідженням, найпоширенішим типом короткострокової волонтерської діяльності є «практичні» заходи (Ганс, представник бізнесу, Нідерланди). До них можуть залучати велику кількість працівників для дрібної допомоги (оздоблення стін, прибирання тощо) або мати безпосередній акцент на цільовій групі (заходи, лекції, екскурсії на робоче місце). Завдяки цій діяльності корпоративні волонтери отримують користь на кількох рівнях: особистий (покращений настрій), міжособистісний (спілкування, навички співпраці) та соціальний (відкриття нових місць, знайомство з новими людьми).

Наші дослідження показують, що короткострокові волонтерські програми зазвичай використовуються як інструмент формування команди; вони також підвищують рівень соціальної відповідальності та відчуття значущості працівників. Утім, цей тип волонтерської діяльності розглядається нашими респондентами як вигідний представникам бізнесу, а не НУО та їхнім цільовим групам. Вимірювання впливу короткострокової діяльності також є доволі складним і вимагає багато зусиль, а коротка тривалість волонтерської діяльності не дозволяє виміряти вплив на компетенції та навички.

Респонденти розглядають короткострокові проєкти як базу волонтерської діяльності. Вони також кажуть, що спершу стикаються з опором з боку працівників щодо ідеї волонтерства, але після проведеного короткого проєкту бачать зміну в ставленні співробітників.

За результатами нашого опитування, тривала волонтерська діяльність вимагає комплексної підготовки від усіх сторін. Волонтерство, що базується на робочому досвіді, зазвичай характерне для тривалих проєктів, коли підприємства діляться своїми ноу-хау з представниками інших секторів. Корпоративні волонтери мають спільну соціальну мету та цілі, пов'язані з особистісним розвитком. «Я вірю у ефективність лише тривалої волонтерської діяльності, лише такі проєкти дають можливість побачити, як волонтерство впливає на конкретну особистість» (Егле, політик, Литва). Особливо важливим типом волонтерської діяльності є тривала робота з цільовою групою, і для цього типу важливо працювати командою. Команди можуть легше планувати та реалізувати діяльність, вдосконалювати власні дії, реалізувати проєкти на вищому рівні. Учасники команди разом мають більше досвіду роботи та співпраці, можуть успішніше втілювати ідеї, але потрібно багато часу та зусиль, щоб створити команду.

Тривала волонтерська діяльність впливає на всі залучені сторони однаково. Згодом вплив зростає і посилюється. Ось слова одного з респондентів: «Коли це короткострокова діяльність, люди приходять і йдуть; у них, звісно, складається враження і після одного дня. Але коли люди приходять щотижня, це відчувається інакше, розвивається вже інше спілкування, стосунки» (Ієва, представниця некомерційної організації, Литва). Довгострокове корпоративне волонтерство також впливає на розвиток гнучких та специфічних навичок, таких як публічні виступи, викладання – і працівників, і цільової групи.

Важливо зазначити, що нічого не відбувається без зацікавленості та мотивації, особливо у тривалій волонтерській діяльності. «Переконайтеся, що лідери вашої ініціативи пристрасно ставляться до цієї справи» (Ганс, представник бізнесу, Нідерланди).

Нижче ми представимо найкращі приклади різних видів волонтерської діяльності.

6 Pérez M. J., Poyatos J. Á. et al. "Employee volunteering and employee volunteering in humanitarian aid in Europe", 2014. European commission. Узято з https://ec.europa.eu/echo/files/euaidvolunteers/EUAV_Study_Employee_Volunteering_Europe_FINAL_en.pdf

STUDIO MODERNA, Литва



Провідний, багатобрендовий та прямий постачальник електронних приладів для роздрібного продажу в Центральній та Східній Європі, з мережею, що охоплює понад 360 мільйонів споживачів у 21 країні. Відомі та надійні міжнародні бренди, такі як Top Shop, Dornmeo, Delimano, Walkmaxx, співпрацюють із постачальником.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

Тривалі проєкти корпоративного волонтерства для навчання молодих співробітників лідерства. Працівники розділені на дві групи: одна працює з дітьми із садочків, спільні заходи проводять кожні два тижні. Інша група волонтерів співпрацює з соціальним сектором задля реалізації ініціатив для працевлаштування жінок у скрутних життєвих обставинах. Тож одна група концентрується на спілкуванні та співпраці, розвитку культурних навичок, а інша – на тому, аби поділитися професійними навичками з колегами з інших секторів.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Співробітники: мають можливість працювати в новому середовищі, розвивати організаційні навички, навички співпраці та спілкування, планування часу.
Учасники: отримують позитивний приклад для наслідування, визнання, можливість корисно провести час. Їм приділяють особисту увагу.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

<https://www.topshop.lt/>

NFQ TECHNOLOGIES, Литва



Заснована в 2002 році, NFQ Technologies – міжнародна компанія з цифрових інновацій. Вони реалізують проєкти з розроблення програмного забезпечення та IT-продуктів, оцифрування бізнесу, розвитку штучного інтелекту, надання консалтингових послуг для туризму, роздрібної торгівлі, транспорту, логістики та інших сфер бізнесу. NFQ Technologies створили висококваліфіковану команду інженерів програмного забезпечення, що працюють над технологіями для провідного маркетплейсу оренди у відпустках HomeToGo. Команда NFQ складається із понад 500 розробників та науковців у Литві, Німеччині, В'єтнамі та Сінгапурі.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

NFQ запрошує свою керівну команду проводити волонтерські роботи в центрах для дітей із вразливих соціальних категорій раз на рік протягом двох років поспіль. Залежно від віку дітей, волонтери проводять час, прибираючи навколишнє середовище, готуючи їжу або просто бавлячись разом із дітьми. Наймолодші беруть участь у заходах зі спортивного орієнтування у Вільнюсі, досліджуючи нові місця рідного міста.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: навички роботи в команді, співпраця та підтримка.
Учасники: розвиток соціальних навичок. Ця ініціатива мала на меті надати дітям позитивні приклади для наслідування, навчити їх ефективної співпраці та спілкування, а також побудувати довіру між дітьми вразливих соціальних груп та дорослими.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

<https://www.nfq.lt/>



2 ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА НА ВСІ ЗАЛУЧЕНІ СТОРИНИ: ВІД ОСНОВНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НАВЧАННЯ ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ ДО ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

Корпоративне волонтерство ● як об'єднати молодь, громади, компанії та службовців?

/ 28

Представники всіх секторів, що взяли участь у цьому дослідженні, визнають користь корпоративного волонтерства. Знання та розуміння теми залежать від досвіду роботи у цій галузі, однак усі сходяться на думці, що корпоративне волонтерство впливає на цільові групи, працівників та залучені організації. Результати залежать від часу, приділеного волонтерству, та від мотивації залучених сторін. Корпоративне волонтерство впливає на цільову групу на індивідуальному, соціальному та професійному рівні, залежно від проєкту та залученості цільової групи. Співпраця з корпоративними волонтерами надає цільовій групі приклад для наслідування, впливає на особистісний та соціальний розвиток учасників. Це розширює їхні перспективи та допомагає засвоїти цінності та моделі поведінки. Крім того, це дає відчуття приналежності, покращує настрій (Олена, представниця сфери освіти, Україна).

Респонденти погоджуються, що корпоративне волонтерство впливає на професії та ринок праці: IT-навички є найпопулярнішою сферою розвитку в цільових групах. Інші навички, в яких зацікавлені багато людей, пов'язані з навчанням, першим працевлаштуванням (Ольга, представниця бізнесу, Україна) та профорієнтацією загалом. Багато волонтерських програм зосереджені на тому, щоб допомогти відкрити нові, альтернативні професійні перспективи, зрозуміти різні сектори всебічно та знайти нові можливості працевлаштування. Отже, навчання визнано однією з найпоширеніших переваг корпоративного волонтерства.

Волонтерство впливає не лише на цільову групу, а й на організації-приймачів. Корпоративні волонтери забезпечують організації людськими, фінансовими та часовими ресурсами. Некомерційні організації визнають, що ці ресурси допомагають їм охопити більшу цільову групу та реалізувати свою діяльність у ширшому масштабі. Однак це означає для організацій-приймачів також певні труднощі: вони витрачають найбільше часу на координацію неоплачуваних процесів. Їм також було важко забезпечити безперервні можливості волонтерства та відповідати потребам всіх залучених сторін. Незважаючи на ці виклики, досвід впровадження волонтерських програм призвів до створення «стандартів якості» (Егле, політик, Литва) для організацій-приймачів для забезпечення якісної роботи з волонтерами. Невдачі та здобутки допомогли визначити сильні сторони та проблеми, встановити правила та чіткі межі якості. Неприбуткові організації розвивають свої можливості та будують мережі

соціального партнерства, знаходять однодумців. Працівники третього сектору задоволені значенням та результатами своєї щоденної роботи. Статус та потенціал неприбуткових організацій зростає, проте широке коло партнерів все ще є їхньою головною потребою.

Визнано, що корпоративне волонтерство впливає на індивідуальний, соціальний, громадянський та професійний розвиток особистості. Кожен волонтер має свої власні цілі, але загалом більшість людей долучаються, бо ще не мали досвіду волонтерства, прагнуть змінити середовище, робоче місце чи навчальний простір. «За відгуками волонтерів, така діяльність дає їм уявлення про те, який вигляд усе має «з іншого боку», і про те, що усе, що вони роблять, має конкретний вплив на життя людей» (Аріана, представниця некомерційної організації, Іспанія). Корпоративне волонтерство покращує настрій та відносини між колегами: «Нове середовище та досвід спонукають розвиватися командою. Це прекрасна можливість зростати» (Ієва, представник некомерційної організації, Литва). Співпраця задля соціальних цілей робить людей щасливими та формує командний дух. «Це змушує нас почуватись цінними та корисними, розвивати навички, які в іншому випадку не можна було б розвинути, дозволяє стати агентами соціальних змін, що сприяють перетворенню суспільства» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія). Волонтерські заходи забезпечують проходження волонтерами своєрідного навчального процесу індивідуально та в команді.

Корпоративне волонтерство базується на концепції неформальної освіти, тому працівники можуть покращувати свої життєві та трудові навички в новому середовищі, а невдачі, як і успіх, сприйматимуться як частина навчального процесу. Оскільки волонтери не працюють у приймальних організаціях над створенням умов для програми, робота волонтерів сповнена творчості та зацікавлення. Згідно з дослідженнями, це впливає на рівень активної участі та співпраці: «Тут розвивається нова культура «Ми – разом» (Мірт, представник некомерційної організації, Нідерланди). Залежно від виду діяльності та організацій-приймачів, волонтери можуть сформувати різні навички, такі як міжкультурна обізнаність чи грамотність. «Коли розумієш, що ти дізнався стільки нових і корисних речей, ти знаєш, що отримав цінну особисту винагороду» (Ана, представниця некомерційної організації, Іспанія). Вплив волонтерства на працівників визнають і їхні роботодавці. Потрібно звернути увагу на той факт, що во-

2 ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА НА ВСІ ЗАЛУЧЕНІ СТОРОНИ: ВІД ОСНОВНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НАВЧАННЯ ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ ДО ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

Корпоративне волонтерство як об'єднати молодь, громади, компанії та службовців?

/ 29

лонтери можуть отримати якісні результати, вкладаючи у справу багато часу. Підтримка та заохочення компанії неабияк важливі для волонтерів. «Компанія має розробити якісний план програми, щоб кожен волонтер міг знайти своє місце та побачити результати своїх зусиль» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія).

Корпоративне волонтерство має вплив і на компанії. Воно сприяє підвищенню потенціалу працівників та переходу від «Я» до «Ми». Співробітники ототожнюють себе з компанією, почуття співпереживання та співпраці серед колег зростає, що впливає на корпоративну культуру загалом. «Працівники змінюють своє мислення та перспективи; вони цінують щоденні можливості, і для мене це – найбільша винагорода» (Константинос, представник бізнесу, Литва). Наші респонденти стверджують, що корпоративне волонтерство приносить користь компаніям завдяки підвищенню залученості співробітників. Респонденти відзначають також, що воно допомагає сформувати команду працівників та ширшу цільову групу для бізнесу. Корпоративне волонтерство також допомагає вирішити конкретні проблеми, є інструментом для виконання цілей сталого розвитку та ухвалення креативних рішень: «Компаніям пропонують унікальний і дуже цінний спосіб зробити внесок у розвиток суспільства та розвивати власну компанію» (Марія, представниця бізнесу, Іспанія). Таким чином компанія може закріпити свої позиції на світовому ринку.

Позитивний вплив корпоративного волонтерства помітний, але все ще бракує наукового підходу до оцінювання його результатів для працівників та цільової групи. «Ми вимірюємо вплив крізь призму волонтера як особистості та крізь призму цільової групи чи організації. Але ми не вимірюємо впливу крізь призму громади, не вимірюємо впливу на сім'ю волонтера» (Егле, політик, Литва).

Зазвичай вимірюють лише кількісні дані – години волонтерської діяльності, кількість бенефіціарів, залучених працівників, заходів, рівень задоволеності. Якісні дані отримують зі зворотного зв'язку за допомогою опитувань або анкет. Деякі респонденти зазначили, що цільова група не сприймає такі анкети серйозно, це невідповідний спосіб збору даних.

Вимірювання результатів є дорогим та складним процесом, особливо для оцінювання соціального впливу. «Вимірювання результатів не може бути дорожчим за проєкт – і з цієї причини ми припинили оцінювання» (Крістіна, представниця бізнесу, Іспанія).

Незважаючи на ці виклики, розробляють нові інструменти: інноваційні технології починають працювати й у цій сфері. Деякі з них використовують для оцінювання результатів навчання волонтерів, інші – для оцінювання компетенцій бенефіціарів або відповідальних осіб з НУО, деякі – для оцінювання співпраці між волонтерами, соціальними структурами та компаніями. Отже, встановлення спільної мети, узгодження очікувань та потреб, оцінка результатів приносять користь програмам волонтерства, а нові інструменти допоможуть зробити ці інструменти більш ефективними.

Нижче ми хотіли би представити найефективніші програми корпоративного волонтерства, які врівноважують вплив на всі сторони.

ORANGE GROUP, Іспанія



«Orange Group» – один з провідних операторів телекомунікацій у світі. Їхня програма волонтерства для співробітників називається «Solidarios Orange», має на меті «Зменшити нерівність та покращити можливості вразливих соціальних категорій».

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

Orange розробив проєкт, орієнтований на створення позитивного соціального впливу, а також на розвиток конкретних навичок співробітників. Програма має подвійну мету: покращення комунікативних навичок волонтерів, а також покращення ситуації з працевлаштуванням молодих людей в Іспанії та реінтеграції людей, що перебували в місцях позбавлення волі. Попередньо волонтери проходять підготовку до проведення семінарів у організаціях-приймачах.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: вдосконалюють навички спілкування, мають можливість допомогти громаді.

Учасники: отримують нові можливості працевлаштування.

ПОСИЛАННЯ НА САЙТ:

<http://solidarios.orange.es/que-es-solidarios/>

ADSIS, Іспанія



ADSIS – це некомерційна організація в Іспанії, яка понад 50 років бореться за побудову більш справедливого та інклюзивного суспільства. Вони працюють із найбільш вразливими категоріями населення, щоб допомогти їм розвивати власні проєкти.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУ:

Одним із напрямків їхньої роботи є підтримка молоді у складних життєвих ситуаціях. Вони розробляють кілька проєктів корпоративного волонтерства. Роль волонтерів полягає в проведенні навчальних програм для молоді. Корпоративні волонтери проводять короткі інформаційні розмови-співбесіди з молоддю.

РЕЗУЛЬТАТИ:

Волонтери: отримують навички ведення співбесіди. Розвивають емпатію, здатність слухати та давати позитивні відгуки.

Учасники: спілкуються з професіоналами, що працюють у передових компаніях. Це розвиває впевненість у собі та навички спілкування, а також допомагає готуватися до реальних робочих співбесід.



1. Молодіжне волонтерство – інструмент із різними особливостями відповідно до контексту кожної країни. У деяких країнах волонтерство використовують, щоб допомогти молоді вийти на ринок праці; в інших – це інструмент покращення робочих умов для співробітників та збільшення залученості працівників.
2. Основними проблемами, на вирішення яких спрямовані корпоративні програми волонтерства, є: розвиток технічної освіти, інклюзія та її зв'язок із ринком праці, профорієнтація та розвиток майбутніх робочих кадрів, розвиток навичок XXI століття: творчості, систематичного підходу та роботи в команді. Корпоративні волонтерські програми – своєрідний шлях для переходу до модерного світу та впливу на широку аудиторію. IT-рішення та технології є ключовими факторами для більш точного реагування на потреби суспільства у XXI столітті.
3. Співпраця у сфері корпоративного волонтерства встановлюється між некомерційними організаціями, бізнесом, місцевою владою та/або навчальними закладами. Співпраця ефективна, коли потреби, стратегії та зобов'язання збалансовані між залученими сторонами. Відкрите спілкування та укладення домовленостей про ролі, рішення та межі відповідальності забезпечує якісне партнерство. Зараз партнерські відносини трансформуються: потрібно не лише мати надійних партнерів, а й створити міцну спільноту. Тривалі партнерські відносини, як правило, забезпечують досягнення кращих результатів. Зусилля та час, спрямовані на розвиток партнерських відносин, особливо спільні зустрічі, обговорення наступних дій та проведення спільних тренінгів, підтримують процес побудови відносин.
4. Існує потреба у просуванні волонтерства як культури, а не як тимчасової діяльності. Взаємні експлуатаційні відносини між секторами все ще помітні: підприємства хочуть отримувати винагороду за виконану роботу, а неприбуткові організації – залучити фінансову підтримку. Останнім часом відбувається трансформація ролі бізнесу в громадах: від фінансової підтримки – до активної участі у соціальній сфері.
5. Чіткі ролі, описані обов'язки та процеси сприяють використанню всього потенціалу корпоративного волонтерства. Процес правильного запуску програм корпоративного волонтерства включає в себе централізацію, координацію та управління, залучення та мотивування працівників, підготовку всіх залучених сторін (цільової групи та волонтерів), постановку цілей, керівництво та планування, оцінювання результатів та розповсюдження інформації. Ці кроки забезпечать якість процесу та посилять позитивний вплив корпоративного волонтерства на всіх учасників цього процесу.
6. Координатор програми корпоративного волонтерства є однією з головних фігур процесу. Його перше завдання – зосередитись на ідеї та проблемі, яку потрібно вирішити. Потім слід узгодити ролі, обов'язки та графік реалізації. Координатор повинен мати конкретний бюджет, щоб забезпечити належні умови та обладнання для реалізації програми. Важлива також фігура посередника між організацією-приймачем та бізнесом. Така координаційна організація опікується розподілом відповідальності між партнерами. Зазвичай неурядові організації несуть відповідальність за весь процес посередництва, і це відволікає їх від інших щоденних зобов'язань. До того ж, зазвичай час та зусилля, що спрямовані на координацію, не оплачуються.
7. Ще одна ключова роль у процесі корпоративного волонтерства – роль наставника – людини, яка відповідає за процес навчання усіх залучених сторін та за управління волонтерами. Наставник ініціює рефлексію та оцінювання впливу після завершення діяльності. Він допомагає правильно трактувати результати навчання/волонтерства та захоує їх застосування у повсякденному та професійному житті.
8. Програми корпоративного волонтерства вимагають належних умов та бюджету. Людські ресурси – найважливіші. Внесок працівників у програму має бути оплачуваним. Транспорт і обладнання – також серед необхідних ресурсів, а для деяких тривалих проєктів потрібні особливі інструменти.

9 • Залучені працівники бажають отримувати гроші за вкладений час та мати можливість виконувати волонтерські завдання у робочий час. Під час розроблення програми слід також враховувати навантаження, оскільки правильне планування часу є неабияк важливим як для корпоративної волонтерської діяльності, так і для роботи. Підтримка та заохочення від правління високо цінуються працівниками.

10 • Короткострокова волонтерська діяльність поки є найпопулярнішим типом волонтерської діяльності серед представників бізнесу. Вона не вимагає тривалої та складної підготовки, лише базову обізнаність про сектор, цільову групу та конкретну організацію. Короткострокову волонтерську діяльність використовують як інструмент для створення команди, вона допомагає розвивати соціальну відповідальність співробітників. Короткострокове волонтерство вважається вигіднішим для компаній, аніж для неурядових організацій та їхніх цільових груп, але є хорошим вступним кроком до волонтерської діяльності. Тривала волонтерська діяльність впливає на всі залучені сторони однаково. Серед різних видів волонтерської діяльності особливо цінують тривалу волонтерську діяльність у співпраці з цільовою групою.

11 • Програму корпоративного волонтерства вважають найбільш успішною, коли вона узгоджена із бізнес-стратегією. Інтеграція корпоративного волонтерства у повсякденну діяльність та завдання компаній відображає модернізацію поглядів бізнесу. До корпоративної волонтерської діяльності ставляться як до навчального процесу (неформальної освіти) та інструменту для досягнення різних цілей.

12 • Корпоративне волонтерство впливає на цільові групи, залучених працівників і організації. Масштаби впливу волонтерської діяльності залежать від вкладеного часу та вмотивованості залучених сторін. Корпоративне волонтерство впливає на учасників цільової групи на індивідуальному, соціальному та професійному рівнях. Тим часом корпоративні волонтери забезпечують некомерційні організації усіма важливими ресурсами. Представники некомерційних організацій визнають, що волонтери допомагають їм охопити ширшу аудиторію та діяти у ширшому масштабі. На самих волонтерів така діяльність впливає на індивідуальному, соціальному, громадському та професійному рівнях. Співробітники починають ідентифікувати себе з компанією, ефективніше працювати з колегами. Волонтерство впливає на корпоративну культуру, залученість працівників у компанії. Бізнес виграє, адже таким чином інвестує у розвиток майбутніх кадрів та ширшої аудиторії, закріплення своєї позиції на світовому ринку.

13 • Незважаючи на перелічені переваги, бракує стратегій розповсюдження інформації та оцінювання результатів, наукового підходу для визначення впливу. Зазвичай вимірюють лише кількісні дані, оскільки повне визначення впливу є дорогим та складним, особливо в соціальному секторі. Незважаючи на виклики, зараз модернізують підходи до оцінювання результатів навчання волонтерів, визначення компетенцій бенефіціарів або відповідальних осіб із неурядових організацій та створення екосистеми між волонтерами, громадами та компаніями. Особливу увагу слід приділити поширенню інформації про волонтерство.

- **Aguinis H. and Glavas A.**, "On Corporate Social Responsibility, Sensemaking, and the Search for Meaningfulness Through Work", 2017. Journal of Management, DOI: 10.1177/0149206317691575. Retrieved from <http://www.hermaanaguinis.com/JOMCSRinpress.pdf>
- **Allen K.** "The big tent. Corporate Volunteering in the Global Age", 2012. Retrieved from <http://iave.org/iavewp/wp-content/uploads/2015/04/The-Big-Tent-2012.pdf>
- **Benedicto J.**, Informe Juventud en España 2016. Instituto de la Juventud Injuve. Retrieved from <http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/24/publicaciones/informe-juventud-2016.pdf>
- **Benevity Labs Report.** "Goodness Engagement Study. Establishing the positive relationship between participation in corporate Goodness programs and employee retention", 2018. Retrieved from <https://www.charitydirector.org/wp-content/uploads/2018/12/goodness-engagement-study.pdf>
- **Bersin J.**, "Employee Retention Now a Big Issue: Why the Tide has Turned," August 16, 2013. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/20130816200159-131079-employee-retention-now-a-big-issue-why-the-tide-has-turned>
- **Boccalandro B.** "Employee engagement through corporate volunteering" 2018. Voluntare. Retrieved from <https://www.voluntare.org/wpdm-package/employee-engagement-through-corporate-volunteering/>
- **Boccalandro B.** "Mapping Success in Employee Volunteering. The Drivers of Effectiveness for Employee Volunteering and Giving Programs and Fortune 500 Performance", 2009, The Boston College Center for Corporate Citizenship. Retrieved from <https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-news/Documents/MappingSuccessInEmployeeVolunteering.pdf>
- **Boeck T., Makadia N.** "The Impact of Volunteering on Social Capital and Community Cohesion", 2009. <https://www.dmu.ac.uk/documents/health-and-life-sciences-documents/centre-for-social-action/reports-and-articles/exploring-impact-youth-action-volunteering-england.pdf>
- **Braun V. and Clarke V.** „Using thematic analysis in psychology”, 2006. Retrieved from http://eprints.uwe.ac.uk/11735/2/thematic_analysis_revised_-_final.pdf
- **Broek, S., Hogarth, T., Baltina, L., and Lombardi, A.**, "Skills Development and Employment: Apprenticeships, Internships and Volunteering", 2017. Directorate General for Internal Policies Policy Department a: Economic and Scientific Policy. Retrieved from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/602056/IPOL_STU\(2017\)602056_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/602056/IPOL_STU(2017)602056_EN.pdf)
- **Canals J., Costa C.** et al. "Handbook and business cases: Global Corporate Volunteering", 2012. Codespa. Retrieved from <https://www.codespa.org/app/uploads/global-corporate-volunteering-casebook.pdf>
- **Cycyota C. S., Ferrante C. J. and Schroeder J. M.** "Corporate social responsibility and employee volunteerism: What do the best companies do?". Business Horizons, 2016, vol. 59. Retrieved from <https://www.unitedwaydanecounty.org/wp-content/uploads/CSR-and-employee-volunteerism.pdf>
- **Deloitte.** "2016 Deloitte Impact Survey Building leadership skills through volunteerism", 2016. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/us-deloitte-impact-survey.pdf>
- **Deloitte.** "Millennial Survey. Millennials' confidence in business, loyalty to employers deteriorate", 2018. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/tr/en/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey-2018.html>
- **Deloitte.** "The 2017 Deloitte Millennial Survey. Apprehensive millennials: seeking stability and opportunities in an uncertain world", 2017. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-deloitte-millennial-survey-2017-executive-summary.pdf>
- **Deloitte.** "Volunteerism Survey", 2017. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/about-deloitte/us-2017-deloitte-volunteerism-survey.pdf>
- **Dutch Institute of Youth.** 2018. Retrieved from <https://www.nji.nl/nl/Databank/Cijfers-over-Jeugd-en-Opvoeding/Cijfers-per-onderwerp/Jeugd---algemeen>
- **Enjolras B., Salamon L. M.** et al. "The Third Sector as a Renewable Resource for Europe. Concepts, Impacts, Challenges and Opportunities", 2018. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-71473-8.pdf>
- **European Commission Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture.** "Key competences for lifelong learning", 2019. DOI 10.2766/569540. Retrieved from <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/297a33c8-a1f3-11e9-9d01-01aa75ed71a1/language-en>
- **Eurostat.** "Being young in Europe today – demographic trends", 2017 December. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Being_young_in_Europe_today_-_demographic_trends
- **Eurostat.** 4/2019–9 January 2019, 2018. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9477410/3-09012019-AP-EN.pdf/1f232ebb-1dcc-4de2-85d1-5765fae86ea8>
- **Frey W. H.**, "The millennial generation: a demographic bridge to America's diverse future", 2018. Retrieved from <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2018/01/2018-jan-brookings-metro-millennials-a-demographic-bridge-to-americas-diverse-future.pdf>
- **Gallup.** "State of Global Workplace Report", 2017. Retrieved from <https://www.gallup.com/workplace/238079/state-global-workplace-2017.aspx>
- **Grant A.**, "Giving time, time after time: work design and sustained employee participation in corporate volunteering". Academy of Management Review, 2012. Retrieved from <https://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2010.0280>
- **Hanvold TN., Kines P.** et al., "Young workers and sustainable work life. Special emphasis on Nordic conditions". 2016. Nordic Council of Ministers. Retrieved from <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:912427/FULLTEXT01.pdf>
- **Harkin M.** "On the role of volunteering in contributing to economic and social cohesion", 10 March 2008. European Parliament, Committee on Regional Development. Retrieved from <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0070+0+DOC+XML+V0//EN>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- **Joffe H. and Yardley L.** „Content and thematic analysis. Research methods for clinical and health psychology”, pp. 56–68, 2004. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/313157845_Content_and_thematic_analysis
- **Jones D. A.** "Does serving the community also serve the company? Using organizational identification and social exchange theories to understand employee responses to a volunteerism programme", 2010. Journal of Occupational and Organizational Psychology 2010, 83, 857–878. Retrieved from <https://www.deepdyve.com/lp/wiley/does-serving-the-community-also-serve-the-company-using-organizational-TkG5OASpV2>
- **Kotler P., Lee N.** "Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause" 2005. Retrieved from http://www.rebellalliance.org/uploads/9/2/9/2/9292963/kotler_corporate_social_responsibility.pdf
- **Kurian S.**, Meeting millennials, KPMG 2017. Retrieved from <https://home.kpmg/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/04/Meet-the-Millennials-Secured.pdf>
- **La acción voluntaria en 2018.** Plataforma de Voluntariado de España. 2018. Retrieved from <http://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2019/02/ultima2018-accionvoluntaria.pdf>
- **Lonneke R.** "Employee engagement in corporate social responsibility", 2016. Retrieved from https://pdfs.semanticscholar.org/7a4e/a6e0303420ab75ecc39bd3f9d1896aa1b67f.pdf?_ga=2.23554362.1682388482.1572537360-195728459.1572537360
- **Miller A., Simpson** et al. "Understanding The Role of Volunteerism In Creating Social Inclusion", 2011. Retrieved from <http://swcrc.ca/wp-content/uploads/2013/09/Understanding-the-Role-of-Volunteerism-in-Creating-Social-Inclusion-Final-Report-for-SWCR-September-2011.pdf>
- **Mojza E. J., Lorenz C.** et al., "Daily Recovery Experiences: The Role of Volunteer Work During Leisure Time", 2010. American Psychological Association 1076–8998/10/\$12.00 DOI: 10.1037/a0017983. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/ea4d/32d981980ba9e39eae9de84977fae5108635.pdf>
- **Parker A.** "Proofs and Research: Volunteering Benefits Individuals and Companies". April 12, 2018. Realized Worth. Retrieved from <https://www.realizedworth.com/2018/04/12/proofs-and-research-volunteering-benefits-individuals-and-companies/>
- **Pérez M. J., Poyatos J. Á.** et al. "Employee volunteering and employee volunteering in humanitarian aid in Europe", 2014. European commission. Retrieved from https://ec.europa.eu/echo/files/euaidvolunteers/EUAV_Study_Employee_Volunteering_Europe_FINAL_en.pdf
- **Research from CBS.** "Arbeidsparticipatie en afstand tot arbeidsmarkt, 2017", 2017. Retrieved from <https://www.cbs.nl/nl-nl/maatwerk/2018/40/arbeidsparticipatie-en-afstand-tot-arbeidsmarkt-2017>
- **Rigoni B. and Nelson B.**, "Engaged Workplaces Are Safer for Employees", 2016. Retrieved from <https://news.gallup.com/businessjournal/191831/engaged-workplaces-safer-employees.aspx>
- **Samen voor Eindhoven,** survey "Philips Volunteer feedback". 2018. SurveyMonkey results
- **Social Program** "Youth of Ukraine" for 2016–2020. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/248881138>
- **State employment service** 2018 (2017). Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_EAN_2018.pdf
- **State Statistics Service of Ukraine.** 2019. Retrieved from http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/pub_new1/2019/zb_rpnu2019.pdf
- **State Statistics Service of Ukraine.** "Economic Activity of Population in Ukraine 2017", 2018. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/08/EAN_2017_e.pdf
- **Statistic department of Lithuania.** "Lietuvos jaunimas", 2018. Retrieved from <https://osp.stat.gov.lt/naujienos?articleId=5800524>
- **The Council of the European Union.** Council recommendation of 22 May 2018 "On key competences for lifelong learning", 2018. 2018/C189/01. Retrieved from [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018H0604(01)&from=EN)
- **UN Volunteers.** "Volunteering in Ukraine", 2014. Retrieved from <http://www.un.org.ua/images/volunteer.pdf>
- **United Nations webpage.** "Sustainable Development Goals". Retrieved from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- **Volunteering Victoria.** "The Business Case for Corporate Volunteering", 2014. Retrieved from <https://www.volunteering.com.au/wp-content/uploads/2016/01/The-Business-Case-for-Corporate-Volunteering.pdf>
- **VolunteerMatch & United Healthcare.** "Doing good is good for you". 2017. Study retrieved from https://newsroom.uhc.com/content/dam/newsroom/2017_VolunteerStudy_Summary_Web.pdf
- **Wu H.** "Social Impact of Volunteerism", 2011. Points of Light Institute, 2011/8/30. Retrieved from https://www.pointsoflight.org/sites/default/files/site-content/files/social_impact_of_volunteerism_pdf.pdf
- **Youth Guarantee Initiative.** "Igyvendintas projektas „Atrask save". Retrieved from <https://www.jaunimogarantijos.lt/lt/jaunimogarantiju-projektai/igyvendintas-projektas-atrask-save/54>