

9. Metlin, S.V. (2007), "Improving the efficiency of interaction between internal and external labor markets", Ph.D. Thesis, Economy and management of a national economy: labor economics, Samara State University of Economics, Samara, Russia.

10. Petrova, I.L. (1997) *Segmentatsiya rynku pratsi: teoriya i praktyka rehulyuvannya* [Segmentation of the labor market: Theory and Practice Regulation], Takson, Kyiv, Ukraine

11. Protasov, A.E. (2007), "Regulation of interaction of external and internal labor markets (in the example of the Republic of Buryatia)", Ph.D. Thesis, Economics and Management of National Economy (specialization "Labor Economics"), Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk, Russia.

12. Kolot, A.M. (2010), *Socializaciya vidnosy'n u sferi praci v konteksti stijkogo rozvy'tku* : monografiya [Socialization of labor relations in the context of sustainable development: monograph], KNEU, Kyiv, Ukraine.

13. Kolot, A.M. (2011), "The dialectics of economic and social development as a subject of scientific research", *Ukrayina: aspekty`praci.* — no. 5. — S. 3—8.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2016 р.

УДК 005.35

Нефьодова К.А.,

аспірант,

кафедра управління персоналом та економіки праці,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
k.nefedova@ukr.net

Нефёдова К.А.,

аспирант,

кафедра управления персоналом и экономики труда,
ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет
имени Вадима Гетьмана»

Nefedova K.A.,

Graduate student of Personnel Management

SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

CORPORATE VOLUNTEERING AS A PART OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BUSINESS

Ключовою метою статті є дослідження корпоративного волонтерства як складової соціальної відповідальності бізнесу, зокрема іноземного та українського досвіду формування і розвитку. У статті розглянуто теоретичні та практичні аспекти корпоративного волонтерства, питання його імплементації у сучасну парадигму

соціальної відповідальності бізнесу та механізми формування волонтерського руху в українських компаніях. Розглянуто та проаналізовано етапи зародження та становлення корпоративного волонтерства, виявлено особливості мотивації персоналу участі у волонтерських програмах. Автором визначено сучасні суспільні цінності, які лежать в основі проектів корпоративної соціальної відповідальності, що позитивно впливає на репутацію компанії та бренду роботодавця. Запропоновано висновки щодо перспектив розвитку корпоративного волонтерства в Україні, подальші його напрямки теоретичних досліджень і практичного застосування організаціями.

Ключевая цель статьи заключается в исследовании корпоративного волонтерства как составляющей социальной ответственности бизнеса, включая зарубежный и украинский опыт формирования и развития. В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты корпоративного волонтерства, вопросы его имплементации в современную парадигму социальной ответственности бизнеса и механизмы формирования волонтерского движения в украинских компаниях. Рассмотрены и проанализированы этапы зарождения и становления корпоративного волонтерства, выявлены особенности мотивации персонала участия в волонтерских программах. Автором определены современные ценности общества, которые лежат в основе проектов корпоративной социальной ответственности, что позитивно влияет на репутацию компании и формирование бренда работодателя. Предложены выводы по перспективам развития корпоративного волонтерства в Украине, дальнейшим теоретическим исследованиям и практическому применению организациями.

The main goals of the article are the research of the corporate volunteering as a part of social responsibility of the business, foreign and Ukrainian experience. Moreover, the article is devoted to the formation and development of the progressive ways and areas of social activities, which are new for Ukrainian science and unexplored by our scientific figures and academics. In the article theoretical and practical sides of corporate volunteering, questions of its implementation in modern paradigm of corporate social responsibility as well as mechanisms for volunteer motion's development in the Ukrainian companies are researched. The author reviewed and analyzed the origin and formation stages of corporate volunteering and revealed the main features of personnel motivation to involve in volunteering programs. Also the modern society values, which are the base of corporate social responsibility projects, are determined in the article, that influence on company's reputation and brand's formation as company-employer. As the conclusion of the article, it has been recommended the perspectives of theoretical studies and practical use by the Ukrainian organizations. It is supposed that the corporate volunteering has a lot of ways of the scientific developments, so we have an interesting area to discover, more questions to answer and a huge number of trends to refute.

Ключові слова. Корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне волонтерство, політика корпоративного волонтерства, соціальна ініціатива.

Ключевые слова. Корпоративная социальная ответственность, корпоративное волонтерство, политика корпоративного волонтерства, социальная инициатива.

Key words. Corporate social responsibility, corporate volunteering, corporate volunteering policy, social initiative.

Вступ. Економічна наука та практичний досвід організацій доводять, що в сучасних реаліях компанії конкурують не тільки за клієнтів і досягнення найкращих бізнес-результатів, а й за звання кращого роботодавця, що дає змогу залучити найкомпетентніших і найкваліфікованіших фахівців. Процес побудови сильного корпоративного бренду є невід'ємною складовою ефективного управління підприємством та персоналом, зокрема. Важливим напрямом визнання компанії як хорошого місця роботи є активізація діяльності на засадах соціальної відповідальності (КСВ). Серед українських сучасних науковців дослідженням питань соціальної відповідальності займалися О.О. Герасименко, О.А. Грішнова, А.М. Колот, Л.П. Петрашко, С.О. Цимбалюк та ін. Незважаючи

на певні досягнення, на нашу думку, не достатньо дослідженими залишаються питання корпоративного волонтерства (КВ) як важливого інструменту КСВ, зокрема не сформульовано змістових характеристик, які визначають сутність поняття «корпоративне волонтерство», не обґрунтовано його вплив на становлення соціальної відповідальності бізнесу.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження іноземного та українського досвіду формування та становлення волонтерського руху, підходів до визначення сутності поняття «корпоративне волонтерство», а також порівняння його з іншими складовими системи соціальної відповідальності бізнесу. Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- проаналізувати підходи до визначення корпоративного волонтерства;
- визначити чинники, що впливають на формування ефективної системи соціальної відповідальності;
- визначити ключові цінності сучасної людини, які визначають вибір перспективних напрямків корпоративного волонтерства.

Результати дослідження. Поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) економічна наука тлумачить досить широко, досліджуючи її значення та складові не тільки з боку ефективної взаємодії організації та суспільства, а й у «життєвому», практичному розумінні і застосуванні, тобто тлумачить його як раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань стейкхолдерів [2].

Першочерговою метою КСВ є стійкий розвиток бізнесу, створення сприятливих умов для його перспективного розширення та накопичення ресурсів, задля подальшого їх інвестування. На глобальному рівні, якщо розглядати компанію, як організм, соціальна відповідальність є, перш за все, відображенням ставлення власників бізнесу та акціонерів до важливих проблем сучасності. Соціальну відповідальність імплементують як вищі керівники, так і інші співробітники: від керівників підрозділів до професіоналів, фахівців відділу персоналу, маркетингу, комунікацій, зв'язків з громадськістю і пресою тощо. З цього можна зробити висновок, що програми КСВ можуть ефективно бути реалізовані лише в тих компаніях, у яких перша посадова особа розуміє необхідність і доцільність їхньої реалізації, а також наявні при цьому відповідні людські та фінансові ресурси.

Корпоративна соціальна відповідальність є комплексом інструментарію і механізмів, який реалізується організацією. Разом з тим, КСВ тісно імплементована у взаємодію, пояснюючи необхідність залучення крім керівництва та власних працівників інших зацікавлених сторін: партнерів, соціальних інститутів, держави і суспільства.

Однією з важливих складових КСВ є волонтерство. Законодавство дає таке визначення поняттю «волонтерська діяльність»: це — добровільна, соціально спрямована, неприбуткова діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги [1]. У сьогоденнішніх українських реаліях тема волонтерства є досить суперечливою, адже люди щодня продовжують зневірятися у щирості допомоги та благих намірах тих, хто просить або, навпаки, пропонує свою підтримку.

У свою чергу, волонтерства стає поширеним у незвичайному для себе форматі — корпоративному. Об'єднуючись або діючи особисто, люди реалізують

свої ініціативи та програми, сприяючи розвитку різних напрямків суспільного життя та вирішенню нагальних і важливих проблем сучасності. На сьогодні волонтерство починає набувати корпоративних ознак, адже діючи незалежно та без підтримки певних кіл, люди починають стикатися з проблемами обмеженості ресурсів, відсутності підтримки, зокрема інформаційної і як результат, меншої результативності реалізованих активцій.

Уперше рух корпоративного волонтерства був започаткований у США. Зокрема, американський досвід свідчить, що волонтерство у формі соціальної роботи, яка бореться з суспільними проблемами, формує модель залучення колективної ініціативи та відтворення суспільних цінностей [4, с.5].

Корпоративне волонтерство передбачає залучення та підтримку співробітників організації, які здатні та бажають на добровільних засадах ділитися своїми професійними навичками, досвідом, часом та іншими ресурсами. КВ не виключає, а, навпаки, передбачає участь компанії, яка виділятиме корпоративні ресурси, у вигляді надання власної продукції, забезпечення транспортних послуг, приміщень для проведення заходів, інформаційної підтримки тощо.

У США близько 90 % великих компаній впроваджують програми корпоративного волонтерства, у Великій Британії цей відсоток є нижчим і складає 30 %. За офіційними даними ООН ще у 2001 р. налічувалось приблизно 109 млн волонтерів у світі, більше половини яких займалися доброчинністю саме на корпоративних засадах [8].

Не випадково, саме ООН ще у 1985 р. започаткувала відзначення Міжнародного Дня Волонтерів, який припадає на 5 грудня. Разом з тим, лише через десять років після започаткування, ООН уперше звітувала про стан речей, представивши суспільній увазі Звіт про стан волонтерства у світі у 2011 р. Серед іншого, у звіті було вказано, що з 500 найбільших компаній світу близько 450 реалізують програми корпоративного волонтерства, тобто залучення своїх працівників до різноманітних ініціатив [8].

Практичний досвід волонтерського руху в Україні зумовив передумови для формування хибного уявлення про те, що волонтерством займаються виключно заможні люди. Крім того, волонтерська діяльність часто асоціюється з допомогою, яка набула форми бізнесу. На противагу цим судженням, слід пам'ятати, що з розвитком суспільства, відбувається процес переоцінки цінностей, тому рано чи пізно людство обере правильний шлях.

У світовій практиці корпоративне волонтерство давно набуло масовий характер тоді, коли в Україні знаходиться на етапі формування. Найчастіше до соціально-активних компаній, що розвивають напрямок КВ, належать представники міжнародного бізнесу та лідери у своїх галузях, які часто є монополістами. Багато хто вважає, що КСВ усе ще не набула системного характеру в Україні. З цим не можна погодитися, оскільки такі компанії, як ДТЕК, АрселорМіттал Кривий Ріг, PlatinumBank, СКМ, Оболонь, Київстар, E&Y та інші вже встигли зробити значні кроки на теренах українського волонтерського руху, зокрема ставши лідерами рейтингу соціально відповідальних компаній [6, с.30].

Ще одним доказом, що провідні українські підприємства почали значно більше приділяти уваги питанням КСВ і почали покращувати показники прозорості щодо висвітлення інформації стосовно своєї волонтерської діяльності, є нещодавно опубліковані результати дослідження. Аналізуючи соціальну

активність компаній, експерти виявили позитивні ознаки підвищення прозорості компаній, про що свідчить зростання чисельності соціальних звітів, які оформлені за новими світовими стандартами [7].

У той же час, основними причинами низької соціальної активності компаній експерти, наприклад, Сандра Ваддок, професор менеджменту Гарвардського університету та один з провідних сучасних дослідників КСВ у світі, називають відсутність ініціативи та підтримки з боку топ-менеджерів, які не довіряють громадським організаціям. Крім того, мова йде про брак системного підходу у діяльності, недостатня комунікація між працівниками, відсутність прозорої звітності та результатів, недостатня сформованість корпоративної культури та інше [5].

Найрозповсюдженіші напрямки волонтерської діяльності спрямовані на вирішення гуманітарних, екологічних, соціальних та інших проблем, що допомагає змінювати навколишній світ і людей. Характерною особливістю справжніх волонтерів є віра людей у те, що вони роблять, не потребуючи визнання та особливих відзнак. За можливістю компанії підтримують таких співробітників, системно запроваджуючи програми КВ.

Для реалізації системного підходу у напрямку КСВ компанії мають регламентувати цей процес, шляхом розроблення політики корпоративного волонтерства. Цей документ має описувати загальні принципи соціальної відповідальності для своїх співробітників. Основною метою політики КВ має бути практичне вирішення проблем щодо актуальних на сьогоднішній день напрямків, а разом з тим, досягнення суспільно-корисних завдань. Спільна участь у волонтерських програмах має сприяти поліпшенню життя спільнот та верств населення, які потребують особливої уваги. Співробітники мають змогу розширювати свої бізнес-можливості, покращуючи підприємницькі навички, проектний менеджмент, відкриваючи при цьому нові цікаві сфери для розвитку. Участь у волонтерських проектах об'єднує людей і сприяє вдосконаленню внутрішніх комунікацій у колективі і поліпшенню командної роботи. Разом з тим, співробітники розширюють свої можливості особистого розвитку, мережісоціальних зв'язків і самореалізації у нових сферах діяльності.

Для організації системної підтримки корпоративного волонтерства, компаніям необхідно: регламентувати процес; відібрати ідеї та проекти для підтримки; почати реалізовувати відібрані програми; ділитися досягненими результатами з громадськістю.

Пріоритетні напрямки волонтерської активності формуються під впливом сучасних потреб суспільства. Зважаючи на це, головними принципами волонтерської діяльності є:

- добровільність (участь персоналу в програмах КВ має бути виключно добровільною і нікого не можна змушувати займатися цією діяльністю);
- безоплатність (волонтерська участь у зовнішніх або корпоративних проектах не припускає матеріальну винагороду, співробітники-волонтери здійснюють допомогу на безоплатній основі, а за бажанням мають змогу залучати власні ресурси);
- корисність (кожен проект повинен приносити користь для кінцевого отримувача, для волонтера добровільна участь приносить користь у вигляді задоволення соціальних потреб);

— відповідальність (волонтер, що бере на себе відповідальність виконувати певну роботу, повинен доводити її до кінця, аби результати виправдовували затрачені ресурси);

— законність (діяльність волонтера не повинна суперечити законодавству України та корпоративним політикам);

— особистий розвиток (волонтерська діяльність сприяє отриманню нових знань і навичок, прояву здібностей і самореалізації);

— моральність (волонтери мають дотримуватися морально-етичних норм, поважати права, гідність і культуру оточуючих, адже слугують прикладом для суспільства).

Суспільні цінності (рис.1) мають прямий вплив на формування напрямків реалізації проектів КВ. Найрозповсюдженішими напрямками, в яких реалізуються проекти КВ в Україні, є: підтримка культури і мистецтва; підтримка національних цінностей і традицій; розвиток держави; підтримка сімейних цінностей; ресурсозбереження; підтримка здорового способу життя.

Учасником програми КВ, тобто волонтером може бути будь-який працівник компанії, незалежно від віку, статі, стажу роботи та посадових обов'язків. При цьому участь у програмах зазвичай є добровільною, а члени сімей працівників, представники громад, і всі зацікавлені сторони мають право брати участь у проєктах КВ компанії, якщо вона не встановлює відповідні обмеження.



Рис. 1. Суспільні цінності, які формують напрямки реалізації проєктів КВ

На сьогодні практика українських компаній свідчить про наявність кількох форматів організації та підтримки проєктів КВ: підтримка ініціатив, запропонованих співробітниками; реалізація волонтерських проєктів у ключових напрямках, що розробляє компанія; долучення до програм КВ партнерів.

Сучасна або ідеальна модель КВ передбачає, що компанія вітає будь-яку участь співробітників у волонтерських ініціативах, однак політика КВ регламентує діяльність волонтерів виключно в межах корпоративних волонтерських програм.

Підтримка ініціатив, запропонованих працівниками мають складати більшість проектів КВ. Для відбору та затвердження проектів компанії зазвичай проводять конкурс ідей, з яких виділяють найперспективніші та вдалі для реалізації. Проекти КВ, які офіційно підтримуються компанією, можуть розраховувати на підтримку у вигляді:

- транспортування людей і вантажів;
- забезпечення продукцією компанії або послугами, що вона надає;
- забезпечення майданчиками для проведення зустрічей чи інших заходів;
- інформаційного та комунікаційного супроводу для залучення ширшої аудиторії;
- надання сувенірної та поліграфічної продукції, брендованого одягу та інших супровідних матеріалів.

Вагоме місце в реалізації будь-якого проекту КВ є звітування за використання ресурсів компанії. Працівник, який ініціює власний проект, несе відповідальність за надання достовірного звіту після досягнення передбачених результатів.

Важливими у сприянні КВ у бізнесі є питання мотивації та заохочення працівників до дій, наприклад, що стосується виділення робочого часу. Якщо співробітник реалізує волонтерський проект, на це має виділятися певний робочий час. Зазвичай, компанії дозволяють використовувати на КВ проекти приблизно чотири години робочого часу на квартал, що складає біля 2 робочих днів на рік. Така мотивація має сприяти розвитку волонтерського духу в корпоративному середовищі і посиленню бажання об'єднуватися задля реалізації доброчинних ініціатив в колективі.

До проектів, які генерує сама компанія, можуть за бажанням бути залучені співробітники і інші зацікавлені сторони — стейкхолдери. У цьому випадку відповідальність за залучення, реалізацію та результати проекту несе відповідальна особа. Однак, незважаючи на сприяння волонтерським проектам співробітників, компанія залишає за собою право відкладати реалізацію будь-якого проекту через ризик невиконання персоналом своїх основних обов'язків відповідно до трудового договору та посадової інструкції.

Ще одним напрямком, який практикують соціально-відповідальні корпорації, є партнерські стосунки із зацікавленими сторонами, тобто приєднання та участь у волонтерських проектах партнерів.

Обов'язковою умовою будь-якої благодійної ініціативи є відповідність законодавству України і всім внутрішнім політикам і принципам компанії. При цьому, слід пам'ятати, що ініціативи КСВ і відповідно проекти КВ, які є її невідкладною складовою, не є PR-інструментом для залучення додаткової уваги з боку ЗМІ та громадськості. У той же час ці програми не виключають можливість надання інформації про волонтерську діяльність в корпоративних інтересах, які слугують на благо побудови міцної корпоративної культури і підвищення якості бренду роботодавця на ринку.

Висновки. Резюмуючи, можна зробити кілька висновків. *По-перше*, волонтерство в Україні з терен благочинності відповідних профільних організацій поступово

набуває популярності в корпоративному середовищі. *По-друге*, КВ має перспективніші передумови, адже є справді прозорим механізмом і несе на меті лише благодійні наміри. *По-третє*, довіра до КВ буде постійно зростати, адже компанії намагаються регулярно звітувати про свою діяльність і давати суспільству певні надії на покращення ситуації в найхворобливіших для нього сферах. З попереднього висновку витікає такий — суспільні цінності самі диктують напрямки, в яких буде розвиватися КВ в Україні. *По-четверте*, в Україні відбувається початковий етап становлення КВ, адже інвестувати ресурси, і не тільки фінансові, можуть собі дозволити лише міжнародні компанії або лідери галузей, які позиціонують себе як соціально відповідальні. *По-п'яте*, КВ є перспективним у контексті розвитку КСВ організацій, формування позитивного бренду компанії як роботодавця на ринку праці.

Література

1. Верховна Рада України (2011), Закон України «Про волонтерську діяльність» // Відомості Верховної Ради України. — № 42. — Ст.435. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3236-17>.
2. Колот А.М. (2013) «Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів», / А. М. Колот // Економічна теорія. — 2013. — № 4. — С. 5–26. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/statya.doc.
3. Companion (2003) «Корпоративное волонтерство: три в одном». — [Online]: <http://www.companion.ua/articles/content?Callback=46&id=2349>.
4. «Підготовка волонтерів та їх роль у реалізації соціальних проєктів» / Переклад з англ. — Під заг. ред.: І. Звереві, Г. Лактіонової. — К.: Наук. світ, 2001. — 49с.
5. Sustainable business (2013). Матеріали програми: «SustainableGrowthManagement: investmentintointangibleassets». — [Online]: <http://csrjournal.com/5500-sustainable-growth-management-investment-into-intangible-assets.html>.
6. ГВардія. Рейтинг соціально відповідальних компаній України (2013). Всеукраїнський рейтинговий журнал «ГВардія» [Online]: http://kontrakty.ua/doc/rating_CSR_2013.pdf.
7. Дослідження центру «Розвитку КСВ» (2016). [Online]: <http://press.unian.net/pressnews/1262036-krupneyshie-ukrainskie-kompanii-znachitelno-uluchshili-pokazatel-raskryitiya-informatsii-o-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-ekspertyi.html>.
8. «Звіт ООН про стан волонтерства у світі» (2011). [Online]: http://www.volunteer.kiev.ua/pages/236_zvt_pro_stan_volonterstva_u_svt_2011.
9. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. А.М. Колота. — К.: КНЕУ, 2015. — 519, [1] с.

References

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (2011), The Law of Ukraine «On volunteering activity», available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3236-17>.
2. Kolot A.M. (2013), «Corporate social responsibility: the evolution and the development of the theoretical views», Korporativna sotsial'na vidpovidal'nist': evolyutsiya ta rozvytok teoretychnykh pohlyadiv, [Online], available at: http://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/statya.doc.
3. Companion (2003), Korporativnoe volonterstvo: try v odnom [Corporate volunteering: three in one], [Online], available at: <http://www.companion.ua/articles/content?Callback=46&id=2349>.
4. Pidhotovka volonteriv ta yikh rol' u realizatsiyi sotsial'nykh proektiv [Volunteer preparation and the role of the projects process realization] / Translate. — K.: Zvereva I., Laktionova G., 2001. — 49p.

5. Sustainable business (2013). Materials of the program [Sustainable Growth Management: investment into intangible assets], [Online], available at: <http://csrjournal.com/5500-sustainable-growth-management-investment-into-intangible-assets.html>.
6. GVardiya (2013), Reytynh sotsial'no vidpovidal'nykh kompaniy Ukrayiny [Social responsibility companies], [Online]: available at: http://kontrakty.ua/doc/rating_CSR_2013.pdf.
7. Doslidzhennya tsentru «Rozvytku KSV» [Centre of the CSR Development Research], (2016). [Online]: <http://press.unian.net/pressnews/1262036-krupneyshie-ukrainskie-kompanii-znachitelno-uluchshili-pokazatel-raskryitiya-informatsii-o-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-ekspertyi.html>.
8. Zvit OON pro stan volonterstva u sviti [UN report about volunteering in the world], (2011). [Online]: available at: http://www.volunteer.kiev.ua/_pages/236_zvt_pro_stan_volonterstva_u_svt_2011.
9. Kolot, A.M. (2015), Social'navidpovidal'nist': navch. posib. [Social responsibility: study guide], KNEU, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 28.03.2016 р.

УДК 331.55

Шегда А.А.,

аспірант,

Інститут демографії та соціальних досліджень
імені М.В.Птухи НАН України,
andrewrik@ukr.net

Шегда А.А.,

аспірант,

Інститута демографии и социальных исследований
имени М.В.Птухи НАН Украины

Shегда А.А.

Postgraduate student,

Ptoukha Institute for Demography and Social Studies
of the National Academy of Sciences of Ukraine

РОЛЬ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

THE ROLE OF THE PROFESSIONAL MOBILITY OF WORKERS IN PROVIDING INNOVATIVE DEVELOPMENT

У статті досліджено сутність поняття «професійна мобільність». Системно розкрито зміст процесів професійної мобільності на ринку праці. Проаналізовано вплив професійної мобільності працівників на забезпечення інноваційного розвитку національної економіки.