

Научная статья  
[https://doi.org/ 10.23672/SAE.2024.47.33.004](https://doi.org/10.23672/SAE.2024.47.33.004)  
УДК 316.4



## МОТИВАЦИЯ УЧАСТИЯ В КОРПОРАТИВНОМ ВОЛОНТЕРСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ДАГЕСТАНСКОГО НАСЕЛЕНИЯ)

Муллахмедов Х.С.

Дагестанский государственный технический университет

**Аннотация.** В советский период развития российского государства огромное внимание уделялось социальной сфере, распространенным было шефское движение, в постсоветский период распространение получило корпоративное волонтерство. В статье анализируется корпоративное волонтерство в современном дагестанском обществе и мотивация участия в нем. Результаты авторского социологического исследования показывают отсутствие в общественном сознании опрошенного дагестанского населения информации о добровольческой деятельности организации, в которой они работают; основным информационным источником о волонтерской и благотворительной деятельности компании выступает официальная информация. Индивидуальное участие в корпоративном добровольчестве респонденты объясняют личными нравственными и религиозными убеждениями. В результате, анализ мотивации участия в корпоративном волонтерстве показывает, что респонденты малоинформированы о добровольческих мероприятиях и акциях осуществляемых по месту их работы. Основными источниками выступают решения руководства организаций, предприятий о проведении тех или иных акций.

**Ключевые слова:** корпоративное волонтерство, добровольчество, дагестанское население, социальная ответственность, гражданская активность, милосердие.

## MOTIVATION FOR PARTICIPATION IN CORPORATE VOLUNTEERING (USING THE EXAMPLE OF THE DAGESTANI POPULATION)

Hadzhimurad S. Mullahmedov

Dagestan State Technical University

**Abstract.** During the Soviet period of the development of the Russian state, great attention was paid to the social sphere, the patronage movement was widespread, and corporate volunteering became widespread in the post-Soviet period. The article analyzes corporate volunteering in modern Dagestan society and the motivation for participation in it. The results of the author's sociological research show the lack of information in the public consciousness of the surveyed Dagestani population about the volunteer activities of the organization in which they work; the main information source about the volunteer and charitable activities of the company is official information. Respondents explain individual participation in corporate volunteerism by personal moral and religious beliefs. In the result, analysis of motivation for participation in corporate volunteering shows that respondents are poorly informed about voluntary activities and actions carried out at their workplace. The main sources are decisions of the management of organizations, enterprises about the conduct of such or other actions.

**Keywords:** corporate volunteering, volunteerism, Dagestani population, social responsibility, civic engagement, charity.

**Введение.** В науке сложилось понимание корпоративного волонтерства как одного из «наиболее важных способов и инструментов, которые позволяют поддерживать социальную активность организации... способствует формированию устойчивых отношений как с государством, так и с местными сообществами» [1, с. 127].

Что такое корпоративное волонтерство? По мнению Н.И. Горловой:

«1) корпоративное волонтерство – это привлечение коллектива организации к различным благотворительным мероприятиям, организатором которых выступает как сама компания, так и сторонние организации;

2) корпоративное волонтерство – это добровольное участие сотрудников в различных социальных проектах, реализуемых в рамках компании;

3) корпоративное волонтерство – это партиципация коллектива в добровольной работе своей компании, которая организуется и проводится при ее непосредственной поддержке в формате различных социальных программ;

4) корпоративное волонтерство – это любые формы поддержки и поощрения компанией участия своих работников, а также членов их семей в жизни местного сообщества (или в социальных программах большего масштаба) в качестве добровольцев по оказанию безвозмездных социальных, юридических, образовательных, медицинских и иного рода услуг» [2, с. 57].

В настоящее время программы корпоративного волонтерства получили широкое распространение в мире в целом. Появление частных крупных компаний закономерно способствовало формированию в их политике социального аспекта, подразумевающего оказание помощи учреждениям и организациям, которые испытывают сложности с финансированием. Реалии свидетельствуют о том, что корпоративное волонтерство выполняет важную функцию в консолидации социума, воспитании в обществе принципов милосердия, сочувствия, сострадания, взаимопомощи. Кроме того, нельзя игнорировать и воздействие вероучения на волонтерство в целом, обозначение духовными лидерами важности служения обществу. Разумеется, имеет место различия в корпоративном волонтерстве по регионам: экономически развитые субъекты, в которых функционируют мощные промышленные предприятия, естественно, имеют возможность поддерживать социальные объекты, поощрять своих работников участвующих корпоративных добровольческих акциях.

Различные аспекты корпоративного волонтерства исследуются Краснопольской [3], С.П. Перегудовым и И.С. Семеновым [4], А.Д. Галюк и М.Р. Хайдаршиной [5], Т.Ю. Шахнес [6], А.А. Шлихтером [7] и др.

Рассмотрение корпоративного волонтерства затрагивает и вопрос корпоративной социальной ответственности. Широкое распространение получила пирамида Керрола, которая включает в себя а) экономическую ответственность; б) юридическую ответственность; в) этическую ответственность [8, с. 66].

**Методика исследования.** Социологический опрос по изучению корпоративного добровольчества проведен в 2023 г. в городах и районах Республики Дагестан. Участниками опроса выступили сотрудники коммерческих торговых центров, частных медицинских клиник, компаний по реализации промышленной и сельскохозяйственной продукции, производства мебельной продукции. N=649.

**Результаты.** В рамках изучения корпоративного волонтерства, был задан вопрос: «Знаете ли Вы, какие направления волонтерства и благотворительной деятельности есть в компании, в которой Вы работаете?». Полученный материал показывает, что 42,3 % опрошенных не владеют информацией о добровольческой деятельности организации, в которой они работают, следовательно, не знают какие программы есть в компании. Далее, 11,3 % знают о существовании грантов для сотрудников, 8,3 % указали на оказание своей компанией помощи про-боно (использование профессиональных знаний, опыта), 7,4 % участие своей компании в благотворительных акциях, 6,4 % отметили осуществление шефства над социальными учреждениями.

Однако ответы на «контрольный вопрос»: «Каким учреждениям организациям Ваша компания оказывает помощь?» свидетельствуют о том, что сотрудники малознакомы с корпоративным добровольчеством. Данное обстоятельство вызывает ряд вопросов, в частности: «Насколько развита в современном дагестанском обществе корпоративное волонтерство?», «Как часто те или иные организации оказывают помощь социальным учреждениям?», «Выделение финансовой и продуктовой помощи во время мусульманского поста (Ураза) как рассматривать – выполнение религиозного постулата или добровольческий акт?».

Участие в корпоративном волонтерстве определяется деятельностью самой организации, которая принимает участие в определенных акциях оказания различной помощи. Кроме того, привлечение сотрудников компании к добровольческой работе напрямую зависит от информированности работников в такой работе: «корпоративное волонтерство, как мощный инструмент изменения корпоративной культуры и корпоративных ценностей, позволяет сотрудникам отечественных фирм проявить себя, получить опыт управленческих навыков, публичных выступлений и др.

Кроме того, корпоративное волонтерство целесообразно оценивать не только с точки

зрения его эффективности и результатов для компании и ее сотрудников, но и для социального окружения. Ведь вовлеченность в волонтерство взрослых позитивно влияет на формирование мировоззренческих установок членов семьи и детей, воспитывающихся в семьях добровольцев» [9, с. 132].

В исследовании был задан вопрос: «Из каких источников Вы получаете информацию о волонтерской и благотворительной деятельности компании?», который показывает, что основными источниками выступают «официальные письма и распоряжения» и «объявления от руководителя, а также оповещение на совещаниях» – 42,3 % и 37,1 %, соответственно; для 15,4 % опрошенных источником являются «печатные объявления на стендах, телепанелях в офисе», 11,3 % указали на новости и объявления на официальном сайте своей организации. При этом 8,7 % узнают о добровольческой работе своей компании из разговоров с коллегами, статистически незначимая часть не имеет какой-либо информации о корпоративном волонтерстве (3,5 %).

Насколько активно респонденты участвуют в проводимых руководством организации добровольческой работе и волонтерских акциях? Эмпирический материал показывает, что 48,7 % затруднились вспомнить о своем участии в волонтерских мероприятиях, организованных компанией, 21,3 % принимали участия, 25,7 % респондентов участвовали в добровольческих акциях организованных не компанией, в которой они трудятся, а другими людьми (друзьями, родственниками, соседями). Как правило, эти мероприятия носят экологический характер, помощь питомникам, поиск пропавших людей и т.д.

Какова мотивация у опрошенных участвовать в мероприятиях корпоративного волонтерства? По мнению А.Д. Галюк и М.Р. Хайдаршиной, «развитие человеческого потенциала – одна из основных выгод от программ корпоративного волонтерства. Эта деятельность позволяет мотивировать персонал на эффективную работу, разъяснять корпоративные ценности, а также через оценку степени участия сотрудников в добровольческих проектах выявлять их потенциал» [10, с. 210]. Результаты опроса см. табл. № 1.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Почему лично Вы участвуете в мероприятиях корпоративного волонтерства в Вашей компании?» (%)

Варианты ответов	%
------------------	---

В этой деятельности участвуют мои руководители	11,2
Это позволяет мне научиться чему-то новому	9,3
Мне нравятся поощрения со стороны компании	14,0
Эта деятельность важна для компании	12,3
Это соответствует моим религиозным принципам	49,6
Эта деятельность улучшает мои отношения с коллегами по работе	21,1
Потому что обладаю специальными знаниями и умениями, важными для решения проблем	7,3
Это интересно и нужно для самореализации	10,0
Эта деятельность может помочь мне в карьере	9,1
Эта деятельность важна для развития моей страны	6,1
Я получаю положительные эмоции, удовлетворение	39,3
Я хочу помочь конкретным людям	41,1
Это хорошая форма проведения досуга	6,8
Потому что мои коллеги тоже участвуют в этой деятельности	8,8
Моя семья, родственники поддерживают меня в этом	29,3
Я считаю участие в добровольческой работе своим моральным долгом	67,1

Полученный материал показывает, что опрошенное население активно участвует в добровольческой работе и здесь доминируют 4 позиции: «я считаю участие в добровольческой работе своим моральным долгом», «добровольческая деятельность соответствует моим религиозным принципам», «хочу помочь конкретным людям», «я получаю положительные эмоции, удовлетворение».

Авторская гипотеза, что ключевой причиной участия сотрудников компании в корпоративном волонтерстве являются поощрения, возможность для карьерного роста, сопричастность коллективу, участие руководства не подтверждается:

эмпирический материал показывает, что мотивацией волонтерства для респондентов выступают личные моральные и религиозные убеждения, желание оказать помощь нуждающимся в помощи социальным группам.

Далее результаты на вопрос: «В каких именно волонтерских мероприятиях компании участвовали Вы?» показывают, что 68,6 % были вовлечены в оказание помощи «где было личное общение с людьми и помощь тем, кто в ней нуждается», 12,3 % участвовали в мероприятиях, которые проходили без личного контакта волонтера и нуждающегося в помощи и 19,1 % «в тех, и в других», то есть где они могли непосредственно видеть когорту получающую помощь, а могли не видеть.

**Заключение.** Таким образом, анализ мотивации участия в корпоративном волонтерстве показывает, что респонденты малоинформированы о добровольческих мероприятиях и акциях осуществляемых по месту их работы. Основными источниками выступают решения руководства организаций, предприятий о проведении тех или иных акций.

Вместе с тем, для участников исследования ключевыми доводами участия в добровольческой деятельности являются религиозные постулаты, а также моральные убеждения и принципы сострадания, милосердия. Предположение, что в основе корпоративного волонтерства лежит стремление работников получать определенные привилегии в трудовой сфере – полученными результатами социологического опроса не подтверждается.

#### Конфликт интересов

Не указан.

#### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

#### Conflict of Interest

None declared.

#### Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

#### Литература:

1. Горлова Н.И., Троска З.А., Грибкова О.В. Корпоративное волонтерство как элемент устойчивого развития организации // *Наука Красноярья*. Т. 6. № 4. 2017. С. 126–151.
2. Горлова Н.И. История и перспективы развития российского корпоративного волонтерства // *Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета*. 2016. № 4 (40). С. 56–61.
3. Краснопольская И. Корпоративное волонтерство в России: основные характеристики // *Корпоративное волонтерство в России: сб. лучших практик / Отв. ред. Т. Бачинская*. Изд. 2-е. М.: Центр развития филантропии «Сопричастность», 2012. С. 36–42.
4. Перегудов С.П., Семенов И.С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. М.: Прогресс-Традиция, 2008. – 447 с.
5. Галюк А.Д., Хайдаршина М.Р. Повышение вовлеченности персонала на основе корпоративного волонтерства // *Инновации, технологии, наука: Сборник статей Международной научно-практической конференции / Отв. ред.: Сукиасян А.А.* 2016. С. 208–211.
6. Шахнес Т.Ю. Корпоративное волонтерство как важнейшая составляющая социально ответственного бизнеса // *Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС*. 2016. № 2. С. 114–119.
7. Шлихтер А.А. Направления и механизмы взаимодействия социально ответственного бизнеса с некоммерческим сектором США. М.: ИМЭМО РАН, 2010. – 104 с.
8. Бадмаева Л.Б. Диалектика развития концепции корпоративной социальной ответственности // *Проблемы современной экономики*. 2010. № 4. С. 65–68.
9. Горлова Н.И., Троска З.А., Грибкова О.В. Корпоративное волонтерство как элемент устойчивого развития организации // *Наука Красноярья*. Т. 6. № 4. 2017. С. 126–151.
10. Галюк А.Д., Хайдаршина М.Р. Повышение вовлеченности персонала на основе корпоративного волонтерства // *Инновации, технологии, наука: Сборник статей Международной научно-практической конференции / Отв. ред. Сукиасян А.А.* 2016. С. 208–211.

#### References:

1. Gorlova N.I., Troska Z.A., Gribkova O.V. *Corporate volunteerism as an element of sustainable development of the organization* // *Science of Krasnoyarsk region*. Vol. 6. No. 4. 2017. Pp. 126-151.
2. Gorlova N.I. *History and prospects of development of Russian corporate volunteerism* // *Scientific notes. Electronic scientific journal of Kursk State University*. 2016. No. 4 (40). Pp. 56-61.
3. Krasnopolskaya I. *Corporate volunteering in Russia: main characteristics* // *Corporate volunteering in Russia: collection of best practices* / Ed. by T. Bachinskaya. Ed. 2-E. M.: Center for the Development of philanthropy "Ownership", 2012. Pp. 36-42.
4. Peregudov S.P., Semenenko I.S. *Corporate citizenship: concepts, world practice and Russian realities*. M.: Progress-Tradition, 2008. – 447 p.
5. Galyuk A.D., Khaidarshina M.R. *Increasing staff engagement based on corporate volunteering* // *Innovations, technologies, science: Collection of articles of the International scientific and practical conference* / Ed.: Sukiasyan A.A. 2016. Pp. 208-211.
6. Shakhnes T.Yu. *Corporate volunteering as the most important component of socially responsible business* // *Bulletin of the Moscow International Higher School of Business MIRBIS*. 2016. No. 2. Pp. 114-119.
7. Shlichter A.A. *Directions and mechanisms of interaction of socially responsible business with the non-profit sector of the USA*. M.: IMEMO RAS, 2010. – 104 p.
8. Badmaeva L.B. *Dialectics of the development of the concept of corporate social responsibility* // *Problems of modern economics*. 2010. No. 4. Pp. 65-68.
9. Gorlova N.I., Troska Z.A., Gribkova O.V. *Corporate volunteerism as an element of sustainable development of the organization* // *Science of Krasnoyarsk region*. Vol. 6. No. 4. 2017. Pp. 126-151.
10. Galyuk A.D., Khaidarshina M.R. *Innovations, technology, science: Collection of articles of the International Scientific and Practical Conference*. 2016. Pp. 208–211.

**Информация об авторе:**

**Муллахмедов Хаджимурад Сайдахмедович**, аспирант кафедры психологии и социокультурного сервиса, Дагестанский государственный технический университет, Махачкала, e-mail: mr.mullakhmedov@mail.ru, ORCID 0009-0005-1215-2452.

**Hadzhimurad S. Mullahmedov**, PhD student Departments of Psychology and Socio-cultural service, Dagestan State Technical University, Makhachkala.