

енергетичної безпеки.

Ключові слова: енергетична безпека, ЧЕС, економічна рівновага, енергетичні проекти, економічний добробут.

РЕЗЮМЕ

В данной статье проведен анализ взаимоотношений стран-членов ЧЭС в контексте сохранения энергетической безопасности.

Ключевые слова: энергетическая безопасность, ЧЭС, экономическое равновесие, энергетические проекты, экономическое благосостояние.

SUMMARY

The article analyses the cooperation between BSEC member-states in the energy security framework.

Keywords: power security, BSEC, economic balance, power projects, economic prosperity.

РЕГІОНАЛЬНІ МІЖСЕКТОРНІ ПАРТНЕРСТВА: ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ФІЛАНТРОПІЇ

Панченко Є.Г., д.е.н., професор кафедри міжнародного менеджменту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

Петрашко Л.П., к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

Постановка проблеми. Актуальні глобальні виклики: катастрофічні кліматичні зміни, дефіцит природних ресурсів, забруднення навколишнього середовища, глобальна фінансово – економічна криза, енергетичні катаклізми, загрози світової безпеки зумовлюють необхідність пошуку дієвих підходів, спрямованих на попередження та ліквідацію наслідків зазначених небезпек надзвичайних екологічних та економічних ситуацій. Масштаби сучасних екологічних катастроф доводять неможливість подолання їх наслідків силами та ресурсами однієї держави. Вирішення названих проблем можливе за рахунок формування відповідних регіональних систем управління, що дозволить забезпечити стабільність розвитку суспільних та культурних систем, зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, скорочення кількості етнічних та міждержавних конфліктів, раціональне використання та збереження природно – ресурсного потенціалу унікальних територій та регіонів світу.

Міжнародна спільнота сформулювала основний принцип забезпечення ресурсно – екологічної безпеки світу – принцип сталого розвитку. Імперативи сталого розвитку базуються на ідеї гармонізації інтересів держав, ТНК, національного та міжнародного бізнесу шляхом дотримання норм економічної, соціальної, екологічної, правової відповідальності. Сталий розвиток регіонів повинен досягатися за рахунок інтегрованого підходу до вирішення конкретних проблем країн визначених регіонів зацікавленими сторонами в межах регіону (міст, міжнародних організацій, державних установ, державних та приватних фінансових інституцій, соціально – економічних партнерів та громадських організацій, бізнес структур).

Екологічні умови нашого існування вже на сьогодні визначають необхідність обмежень обсягів виробництва, впровадження енергозберігаючих технологій, пошуку альтернативних ресурсних джерел та сприяють еволюційному переходу до інтеграції корпоративної філантропії в стратегічні орієнтири корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнес структур. Яскравим прикладом успішного поєднання соціальних та економічних цілей бізнесу є застосування інструментів корпоративної філантропії. В посткризових умовах розвитку формування регіональних між секторних партнерств в сфері благодійності може стати дієвим інструментом менеджменту по забезпеченню сталого розвитку унікальних територій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій щодо розвитку корпоративної благодійної діяльності компанії та пошуку шляхів розповсюдження ефективних технологій та практичних моделей управління партнерськими соціальними та благодійними програмами свідчить про досить широкі як у міжнародному та в вітчизняному масштабах рамки професійних дискусій[1- 10]. Експерти розрізняють наступні моделі корпоративної благодійності: традиційна, стратегічна благодійність, благодійність як соціальне інвестування (як приклад: венчурна філантропія)[1,2]. Основні відмінності моделей корпоративної філантропії детально описані міжнародними і вітчизняними дослідниками визначеної сфери [1,2,3,4]. Американський, європейський та російський досвід сфери корпоративної філантропії проаналізований в роботах Туркина С., Симпсон С., Івченко С., та інших [1,2,3,4,5]. В українському суспільстві поки що не сформовані чіткі критерії та принципи, що відрізняють поняття корпоративна соціальна відповідальність та корпоративна благодійність (корпоративна філантропія). Досить часто ці поняття ототожнюють або розглядають їх паралельно. Велика кількість спеціалістів вважає корпоративну благодійну діяльність компанії складовою її корпоративної соціальної відповідальності, першим кроком на шляху сталого розвитку компанії. На сьогодні існує нагальна потреба в окресленні формату стратегічної благодійної діяльності компанії, адаптації та впровадження інноваційних інструментів корпоративної благодійності в бізнес середовищі України, визначення теоретико

методологічних підходів формування регіонального між секторного партнерства в сфері корпоративної філантропії.

Ціллю нашого дослідження є уточнення поняття стратегічної корпоративної філантропії; оцінка практичних моделей і інструментів реалізації корпоративної благодійної діяльності українських компаній; визначення та формування інструментального забезпечення стратегічної благодійності в українському бізнес – середовищі, визначення методологічних підходів до формування регіонального між секторного партнерства в сфері корпоративної філантропії.

Результати дослідження. Оцінка та систематизація різноманітних концепцій та понять корпоративної благодійності дозволяє визначити поняття стратегічної корпоративної філантропії. Стратегічну корпоративну благодійність ми визначаємо, як діяльність, що забезпечує реалізацію довгострокових цілей компанії; гармонізує інтереси отримувачів допомоги та донорів; розширює інструментальне забезпечення філантропії за рахунок використання наряду з традиційними інструментами і нетрадиційних, а саме: волонтерства, програмного підходу благодійної допомоги, конкурсного фінансування, соціального інвестування, за відсутності бізнес вигоди для компанії – донора, регіонального між секторного партнерства. Модель соціального інвестування в сфері благодійної діяльності компанії дозволяє пов'язати соціальні програми зі стратегічними цілями розвитку основного бізнесу компанії.

Дослідження процесів розвитку благодійної діяльності в Україні проводились в період з 2005 (благодійний фонд «Творчий центр Каунтерпарт») по 2009 роки (Український форум благодійників). Обидва дослідження: «Корпоративна благодійність в Україні» благодійного фонду «Творчий центр Каунтерпарт» та «Практика благодійної діяльності бізнес – компаній в Україні: сучасний досвід» Українського форуму благодійників простежили динаміку розвитку процесів благодійної діяльності в українському бізнес середовищі, дослідили практики та інструменти корпоративної філантропії вітчизняних компаній. Слід зазначити, що названі звіти не є результатом широкомасштабного соціологічного дослідження з необхідною репрезентативною вибіркою. Саме тому, вони не можуть бути автоматично екстрапольовані на всі вітчизняні компанії. До переліку опитаних компаній увійшли відомі компанії, що представляють різні сектори економіки. В силу вищезазначеного, компанії – респонденти (учасників опитування) можна визначити, як компанії – лідери з формування стратегії корпоративної благодійної допомоги.

Використання тих чи інших форм надання благодійної допомоги залежить від активів, які компанія використовує у своїй благодійній діяльності, а саме: фінансові ресурси; товари, майно, послуги; час; професійні навички співробітників.

Тенденції реалізації форм корпоративної філантропії в українському бізнес – середовищі за 2005 – 2009 рр. характеризуються розширенням кількості форм (нова форма – експертна допомога) та зміною акцентів в обранні форми допомоги у вигляді волонтерства, надання товарів та послуг не пов'язаних з діяльністю компанії. [див. рис.1].

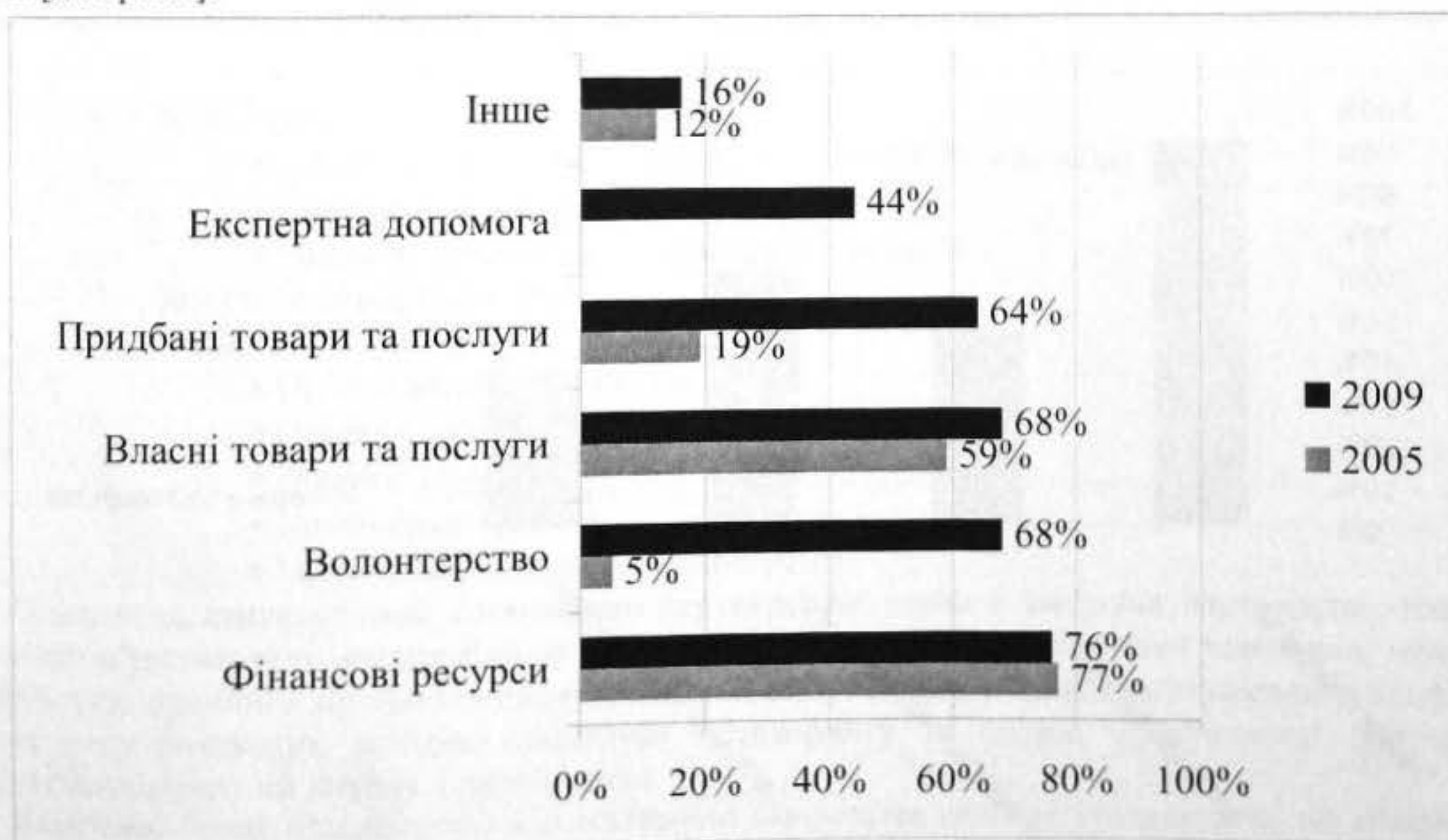


Рис. 1. Тенденції використання форм надання благодійної допомоги в українських компаніях (% від загальної кількості досліджуваних компаній) [7, с.30]

Названі тенденції сформувались під впливом фінансової кризи 2008 – 2009рр. та розширенням інформаційної обізнаності бізнес компаній з практикою застосування різних форм корпоративної філантропії. Слід зазначити, що серед компаній українського бізнес середовища найбільш поширені інструменти корпоративної благодійності, базою яких є фінансові активи, а саме: адресна благодійна допомога, власні операційні і грантові програми, допомога через спеціалізовану благодійну організацію та створення власного

благодійного фонду.[Табл.1]. Застосування інструменту корпоративної філантропії: pro-bono послуги (надання безоплатних професійних послуг громадським і благодійним організаціям, незахищеним верствам населення) практиці українських компаній є скоріше винятком, аніж правилом. Поясненням цьому може слугувати те, що одного боку компанії не володіють відповідною термінологією та не можуть якісно співвіднести свою благодійну діяльність із загальнозживаними термінами, а з іншого боку, надання не грошової допомоги переважній більшості компаній носить доволі стихійний характер та не оформлене у відповідну програму компанії. Лише окремі структури використовують цей інструмент як один із стратегічних компонентів політики КСВ.

Результати дослідження підтверджують факт того, що переважна кількість компаній здійснюють свою благодійну діяльність не самотужки, а у партнерстві (80% опитаних компаній) [7,с.39]. Важливим є те, що партнерами в сфері благодійності є не лише бізнес структури, а й державні установи, спеціалізовані благодійні організації, громадські організації. Звичайно ж у кожного партнера власна мотивація та цілі на кожному етапів розробки та впровадження філантропічних проектів. Ілюстрація вибору форм партнерства благодійної діяльності компаніями українського бізнес середовища в 2009 році представлена на рис.2. Основними сферами визначеного партнерства є соціальний захист (85% опитаних компаній), освіта (69%), охорона здоров'я (62%), культура (54%), спорт і довкілля (46%), розвиток громади (38%), екологія і навколишнє середовище (31%), наука, технології (31%) [7,с.41].

Таблиця 1
Практика використання інструментів корпоративної благодійності в українських компаніях, 2009 р. (% до загальної кількості досліджуваних компаній) адаптовано 7, с.31-32]

Інструменти корпоративної благодійності	% до загальної кількості досліджуваних компаній (можливе паралельне використання декількох інструментів)
Адресна матеріальна допомога	68%
Власні операційні програми	68%
Допомога через спеціалізовану благодійну організацію	48%
Власна грантова програма	32%
Власний благодійний фонд	28%
Власні волонтерські програми	28%
Соціальний маркетинг	28%
Благодійна допомога товарами	16%
Pro-bono послуги	8%
Допомога через державну структуру	8%
Інше	16%

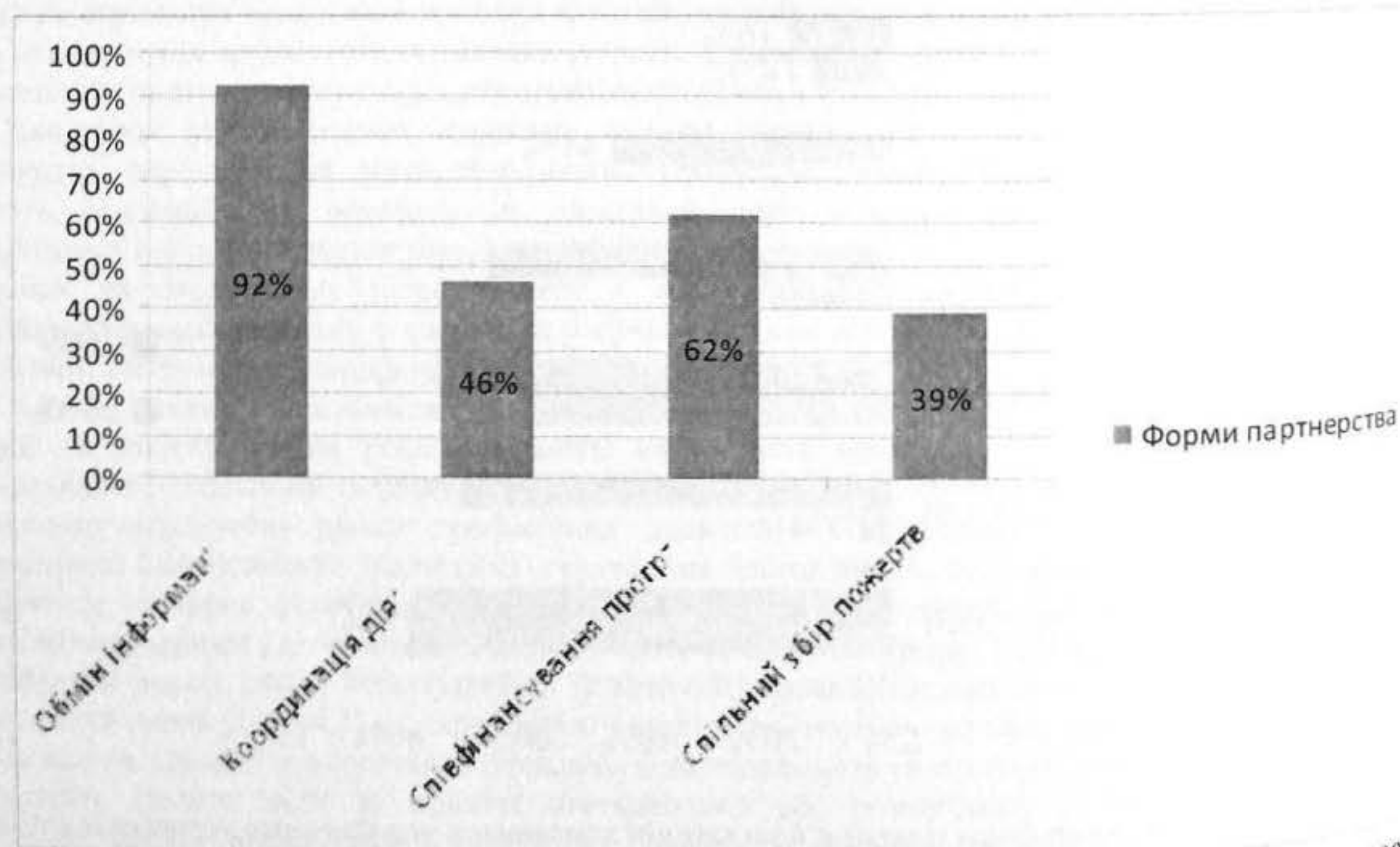


Рис. 2 **Форми партнерства благодійної діяльності компаній українського бізнес середовища, 2009р. (% від загальної кількості опитаних компаній) [7,с.40]**

Регіональні між секторні партнерства в сфері корпоративної філантропії – це цілий комплекс, розбудову якого потребує часу та компетентності його учасників. Поняття регіональне між секторне партнерство можна

визначити, як процес побудови взаєморозуміння та взаємоповаги представників різних секторів (бізнесу, держави, громадського суспільства) країн однієї регіональної присутності для спільного вирішення проблем названого регіону. Це добровільне співробітництво, мета якого сталий розвиток регіону, що ґрунтується на ефективному розподілі додаткових ресурсів через корпоративний бізнес, громадське суспільство і державні структури. В залежності від характеру діяльності регіональні між секторні партнерства можна класифікувати наступним чином: програмні партнерства, політичні та стратегічні партнерства, партнерства лобіювання, багатовимірні партнерства. Теоретико – методологічні підходи до формування регіонального між секторного партнерства в сфері благодійності визначені в його моделі.

МОДЕЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО МІЖСЕКТОРНОГО ПАРТНЕРСТВА

1. Визначення потреби
 - Проблеми та пріоритети проблем
 - Успішні практики реалізації визначених проблем.
 - Альтернативні рішення проблем
 - Необхідні ресурси
2. Пошук потенційних партнерів
 - Країни (структури) регіональної належності
 - Проведення консультацій
 - Партнерська угода
3. Формування програми партнерства
 - Мета та завдання
 - Результати
 - Рамки обмеження (законодавчі, політичні, соціальні, часові, територіальні)
 - Заходи та виконавці
 - Розподіл ресурсів
 - Кошторис
4. Реалізація програми
 - Мотивація партнерів
 - Керівництво: делегування повноважень та підтримка ініціатив «знизу»
5. Технічна підтримка партнерських відносин
 - Проміжна оцінка партнерства
 - Підтримка постійної комунікації
6. Моніторинг
 - Аналіз виконання програми (досягнення результатів)
 - Виявлення проблем
 - Розробка рішень щодо вирішення проблем
7. Завершення партнерства
8. Реінжиніринг програми партнерства
 - Оцінка досягнутих результатів
 - Оцінка незапланованих результатів
 - Основні уроки
 - Кращі практики
 - Можливості покращення програми.

Основними структурними елементами партнерської угоди є завдання партнерства, план дій, індикатори ефективності, ресурси та їх розподіл між партнерами, обов'язки партнерів, механізми фінансування, принципи прийняття рішень, система комунікацій, механізм врегулювання конфліктів, система анти ризикових заходів, процедура моніторингу та оцінки ефективності партнерства, стратегія завершення чи виходу з партнерства.

Висновки. Досвід міжнародного між секторного партнерства дозволяє стверджувати, що використання бізнес структурами названого інструменту корпоративної благодійності дозволяє реалізувати свою відповідальність перед суспільствами, громадами, регіонами, територіями їх діяльності; досягти цілей, які були б неможливі, якби вони працювали самотужки; сформувати чіткі конкурентні бізнес. А саме: формування нової мережі каналів зв'язку для розширення можливості нівелювання соціальних конфліктів та ризиків; покращення зв'язків з громадою регіону; впровадження нових інструментів менеджменту, гармонізації інтересів партнерів в сфері соціальної відповідальності, збільшення соціального капіталу учасників партнерства, підвищення рівня інформованості груп стейкхолдерів, пом'якшення негативного впливу на навколишнє середовище, зростання

людського капіталу. Міжсекторний партнерський підхід дозволяє компаніям збільшити власний соціальний ефект, який сприятиме сталому розвитку регіону, зміцненню соціально відповідального іміджу компаній та підвищенню її міжнародної конкурентоспроможності.

Реалізація рекомендацій щодо формування моделі регіонального між секторного партнерства в сфері стратегічної корпоративної філантропії дозволить гармонізувати благодійні та бізнес цілі українських компаній. За умов підтримки держави, наслідування досвіду успішних практик благодійної діяльності міжнародних та вітчизняних компаній регіональне між секторне партнерство перетвориться у потужний ресурс розвитку корпоративної соціальної відповідальності компанії перед навколишнім середовищем, суспільством, громадою, соціально незахищеними верствами населення, а значить в ресурс сталого розвитку унікальних регіонів світу.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Туркин С, Симпсон С. Социальное измерение в бизнесе. Бизнес. Общество. Власть. – М.: Красная площадь. 2001. – 96с.
2. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства/ Пер. з англ.. С.Яринич. – К.: Стандарт, 2005.- 302с.
3. Burlingame D. Corporate Philanthropy at the Crossroads. Indiana:1998
4. Salamon, Lester M. America's Nonprofit Sector. A Primer. Second edition. The Independent Sector, 1999
5. Company Giving in Europe. A survey of different approaches to Community Involvement in Each of the Member States of the European Community with Case Studies of Good Practices. Brussels: European Foundation Centre, 1999
6. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) / Автори: О.В. Безпалько, Ю.М. Галустян, А.В. Гулевська-Черниш, Г.М. Лактіонова, Л.Б. Магдюк, Д.В. Непочатова, Л.М. Паливода/ за заг.ред. А.В. Гулевської-Черниш. – к.: Книга плюс. 2008. – 120с.
7. Практика благодійної діяльності бізнес – компаній в Україні: сучасний досвід (звіт за результатами дослідження) / Автори: А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський; за заг. ред. А.Гулевської-Черниш. – К.: Салютіс, 2010. – 60 с.
8. Благодійність бізнесу: корисно для себе – ефективно для інших. Інформаційно – методичний посібник /Автори: А.Гулевська – Черниш, О.Мацібох, Д.Мурашко, Д.Непочатова, Л.Паливода, Л.Сидельник, Ю.Щербініна, Л.Ярошенко; за заг. ред.. А.Гулевської – Черниш, Д.Непочатової. – К.: Книга плюс. 2009. – 152 с.
9. Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине. – К.: ЦФ ОЛБИ, 2008. – 160 с.
10. Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине. – К.: Оранта, 2007. – 138 с.
11. Принципи ефективної благодійності. Практичні рекомендації для благодійників/ Європейський центр фондаций. – К.: Український форум благодійників, 2008. – 10с.

РЕЗЮМЕ

Уточнено поняття стратегічної корпоративної філантропії, проаналізовані та оцінені практики реалізації корпоративної благодійності українських компаній, визначені методологічні підходи до формування регіонального між секторного партнерства в сфері корпоративної філантропії.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративна філантропія, стратегічна корпоративна благодійність, інструменти стратегічної філантропії, регіональне між секторне партнерство.

РЕЗЮМЕ

Уточнено понятие стратегической корпоративной филантропии, проанализированы и оценены практики реализации корпоративной благотворительности украинских компаний, определены методологические подходы к формированию регионального межсекторного партнерства в сфере корпоративной филантропии.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпоративная филантропия, стратегическая корпоративная благотворительность, инструменты стратегической филантропии, региональное межсекторное партнерство.

SUMMARY

The notion of strategical corporate philanthropy is specified; the analysis and assessment of the realisation of corporate charity in Ukrainian companies is undertaken; the model of regional boundary fan – shaped partnership is defined.

Keywords: corporate social responsibility, corporate philanthropy, strategical corporate charity, strategical philanthropy, regional boundary fan – shaped partnership.