6. Словник: SLOVARIUS [Електронний ресурс]: — Режим доступу: http://www.slovarius.ru/slovo94713, дата доступу—17.10.2015 р.

7. Короткова Т.Л. Современные тенденции в маркетинге: инновации в управлении бизнесом / Короткова Т.Л. – М.: Lennex Corp, — Подготовка макета: Издательство Нобель Пресс, 2013. – 322 с.

8. Keith R.J. The marketing revolution // Journal of Marketing. – 1960. - № 24.

9. Левитт Т. Маркетинговая миопия. /В кн.: Классика маркетинга: сборник работ, оказавших наибольшее влияние на маркетинг: Пер. с англ / Сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква; Пер. Т. Виноградова, Д. Раевская, Л. Царук, А. Чех; Под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – С. 11-34. – (Маркетинг для профессионалов).

10. Піменова А.З. Просування технологічного продукту на ринок/ А.З. Піменова, Н.М. Фонштейн. – М. : АНХ, 1998. – 312 с.

11. Ф. Котлер. Основы маркетинга. Перевод на русский язик В. Б. Боброва. Издательство «Прогресс». Москва, 1990. – 654 с.

12. Большая Энциклопедия Нефти Газа. Маркетинговая близорукость. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://www.ngpedia.ru/id221923p1.html, дата доступу—29.11.2015 р.

13. Ф.Котлер. Маркетинг менеджмент/ Изд. 11-е. СПб.: Питер, 2005г. — 800с.

14. Белль Александр-Греем // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона: в 86 т. (82 т. и 4 доп.). — СПб., 1890—1907.

28.11.2015

УДК 338.23:330.131

Шергіна Л.А.
к.е.н., доцент, кафедра економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Савощенко О.О.
бакалавр спеціальності "Економіка підприємства"
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ У КОНФЛІКТНІ ЧАСИ

Анотація. У статті визначено сутність соціальної відповідальності бізнесу. Розглянуто особливості поведінки компанії та її соціальної відповідальності у конфліктні часи. Визначено основні стратегії поведінки бізнесу в умовах конфлікту.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, конфлікт, корпоративна культура, конфліктний менеджмент, волонтерство.

АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В КОНФЛИКТНОЕ ВРЕМЯ

Аннотация. В статье определено значение социальной ответственности бизнеса. Рассмотрены особенности поведения компании и ее социальной ответственности в конфликтное время. Определены основные стратегии поведения бизнеса в условиях конфликта.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, конфликт, корпоративная культура, корпоративный менеджмент, волонтерство.

ASPECTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN CONFLICT TIMES

Abstract. The article explains the purpose of the social responsibility of company. Contains the overview of the main ways of company's behavior in the conflict time. The article states the main strategies of company's behavior during the conflict.

Keywords: social responsibility of the company, conflict, corporate culture, corporate management, volunteering.

Вступ. На сьогоднішній день світ зіткнувся з наростаючою загрозою збільшення кількості збройних конфліктів та воєн. Згідно зі статистикою інформаційного агентства "Bloomberg", у 2014 році у світі велося 11 війн, порівняно з 7 у 2013. Агентство надає песимістичний прогноз по розвитку соціально-політичної ситуації у світі, в якому йдеться про 16 країн і регіонів перед якими стоїть загроза виникнення озброєних конфліктів. [7]

Кожного року сотні тисяч людей у світі стають учасниками та жертвами збройних конфліктів, роками живуть у зонах бойових дій або на територіях, що не контролюються офіційною владою, у стані боротьби та стресів. Дана ситуація негативно впливає на економіко-соціальний розвиток країн та стає каталізатором подальшої ескалації конфліктів.

Представники бізнесу на даних територіях також зіштовхуються в моральними та етичними дилемами. Актуальність даної тематики обґрунтована тим, що саме через впровадження та розвитку корпоративної культури та соціальної відповідальності, бізнес міг би ефективно відповідати на виклики кризових часів, а також допомагати у подоланні конфлікту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що проблематикою соціальної відповідальності компаній займається багато міжнародник організацій та представників, провідну роль серед яких займає Організація Об'єднаних Націй, що створила численні ініціативи та стандарти з даної тематики. В Україні проблемам розвитку соціальної відповідальності бізнесу опікується Центр "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності".

В договорах ООН та багатьох інших ініціативах питанням соціальної відповідальності бізнесу присвячена значна увага. Проте потребує додаткового вивчення проблематика соціальної відповідальності бізнесу саме за умов української кризи, зважаючи на те, що українські підприємства зіштовхнулися з проблемами озброєного конфлікту вперше за часи незалежності української держави.

Постановка завдання. Метою статті є визначення основних аспектів соціальної відповідальності бізнесу в конфліктні часи, а також визначення основних стратегій поведінки компанії під час конфлікту. У процесі написання роботи використовувалися наступні методи дослідження: порівняння, спостереження, узагальнення, формалізації.

Результати. У взаємопов'язаному світі, де приватний сектор, уряд та соціум мають різні обов'язки, але поділяють зацікавленість в стабільності та розвитку – бізнес може стати сильним агентом впливу та змін. Проведення відповідальних бізнес-операцій у всіх регіонах світу та вживання заходів для зміцнення миру в інтересах всіх, в тому числі бізнесу. Конфлікти і нестабільність впливають не тільки на людей і навколишнє середовище, вони також становлять небезпеку для всіх частин бізнес середовища. Відповідальна поведінка бізнесу сприяє розвитку та допомагає суспільству подолати труднощі на шляху до стабільності.

Єдиного терміну для поняття "соціальна відповідальність бізнесу" не існує. Згідно з визначенням Міжнародного форуму лідерів бізнесу (IBLF): соціальна відповідальність бізнесу означає сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству і допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу.

Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD) визначає соціальну відповідальність бізнесу як "зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством в цілому для поліпшення якості їхнього життя [10].

Отже, різні організації пропонують різні визначення, хоча в них є спільна основа: соціальна відповідальність бізнесу переймається тим, які компанії керують комерційною діяльністю для створення загального позитивного впливу на суспільство.

Особливо важливу роль соціальна відповідальність бізнесу в українському суспільстві почала відігравати під час конфлікту на Сході України.

Явище конфлікту виникає тоді, коли дві або більше сторін мають несумісні інтереси, демонструють вороже ставлення, або вчиняють дії, що перешкоджають іншим сторонам реалізувати свої інтереси.

Згідно з класифікацією "Business for Peace", зоною конфлікту вважається територія, на якій:

1) існують насильницькі дії, включаючи війну або заколот,

2) підвищений політичний та соціальний ризик або нестійкість,
3) існують побоювання з приводу порушень прав людини,
4) проходить деескалація конфлікту [8].

Питання ролі бізнесу під час протікання конфліктів на території його ведення залишається відкритим в економічних дискусіях. З однієї позиції, бізнес не повинен нести відповідальності за забезпечення миру, а з іншої – під час конфліктів, як воєнних, так і соціально-економічних, ведення бізнесу ускладнюється або стає зовсім неможливим. В таких ситуаціях перед компанією постають три альтернативи поведінки: вести бізнес як звичайно, вийти з території конфлікту чи сприяти встановленню миру.

Існує три рівні соціальної відповідальності бізнесу за конфліктних умов – комплаєнс, "не нашкодь", забезпечення миру.

РИС.1. ІЄРАРХІЯ РІВНІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

- Комплаєнс – мінімальний рівень, передбачає дотримання компанією норм національного та міжнародного законодавства.
- "Не нашкодь" – передбачає дії з боку компанії, спрямовані на уникнення або пом'якшення негативних наслідків конфлікту.
- Забезпечення миру – проактивна позиція компанії, участь у реалізаціях заходів, спрямованих на консолідацію мирних відносин та посилення здатності політичних, соціально-економічних та культурних інституцій до вирішення конфліктів, створення дієвих механізмів для підтримки стійкого миру.

Корпоративна соціальна відповідальність та її аспекти стали одним з основних та найбільш дискутованих питань на міжнародній арені, особливо в умовах наростаючих збройних конфліктів та загальній неспокійності у багатьох регіонах світу.

Аспекти регулювання та запровадження соціальної відповідальності бізнесу розглянуто в актах міжнародного законодавства, а саме: Міжнародне законодавство у галузі прав людини та Міжнародне гуманітарне право, а також запровадження міжнародних добровільних ініціатив та стандартів, таких як:

1) Глобальний Договір ООН;
2) Керівні принципи ООН;
3) Керівні принципи ООН з питань бізнесу та прав людини;
4) Бізнес за мир (B4P);
5) Керівні принципи ОЕСР для багатонаціональних корпорацій;
6) Ініціатива "День миру";
7) Ініціатива етичної торгівлі;

Глобальний Договір ООН закликає компанії в рамках свого впливу охоплювати підтримку та введення в дію набору основних цінностей в галузі прав людини, трудових норм, навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Згідно з цим, було створено десять принципів Глобального Договору ООН [4].

В ході нашого дослідження було проаналізовано багато міжнародних добровільних ініціатив, зокрема ініціативу "Business for peace", що надає компаніям рекомендації по поведінці під час конфліктних часів в таких напрямках: в сфері основної діяльності, в сфері

відносин з владою, в сфері роботи з місцевими зацікавленими сторонами та в сфері стратегічних соціальних інвестицій.

В сфері основної діяльності компаніям рекомендується ретельно стежити за своїми діловими відносинами, а також за потоками грошових коштів та ресурсів і розробити сувору систему управління каналами розподілу так, щоб ніяким чином не надавати фінансування або підтримку озброєним групам, що можуть отримати вигоду з доходів, отриманих від реалізації таких товарів та послуг.

Таблиця 1

Десять принципів Глобального Договору ООН

ПРИНЦИП	ЗНАЧЕННЯ
	Права людини
ПРИНЦИП 1	Компанії повинні підтримувати та поважати інтернаціонально проголошені права людини
ПРИНЦИП 2	Компанії повинні бути впевненні в непорушності прав людини на своїх підприємствах
	Трудові норми
ПРИНЦИП 3	Компанії повинні підтримувати свободу об'єднання і дієве визнання права на ведення колективних переговорів
ПРИНЦИП 4	Ліквідація всіх форм примусової праці
ПРИНЦИП 5	Ліквідація дитячої праці
ПРИНЦИП 6	Недопущення дискримінації в галузі праці та занять
	Навколишнє середовище
ПРИНЦИП 7	Компанії просять підтримати попереджувальний підхід до вирішення екологічних проблем
ПРИНЦИП 8	Вживати ініціативи, спрямовані на підвищення екологічної відповідальності
ПРИНЦИП 9	Сприяти розвитку та поширенню екологічно чистих технологій
	Боротьба з корупцією
ПРИНЦИП 10	Компанії повинні боротися з корупцією у всіх її формах, включаючи здирництво і хабарництво.

В сфері відносин з урядом, компаніям рекомендується вивчити всі можливості для конструктивної взаємодії з урядом з тим, щоб підтримувати мир, а також вжити всіх необхідних заходів , щоб уникнути співучасті у порушеннях прав людини з боку державних суб'єктів щодо всіх аспектів діяльності компанії.

В сфері роботи з місцевими зацікавленими сторонами, компаніям рекомендується у контексті внутрішньої та групової напруженості прийняти широкий і комплексний підхід до взаємодії з зацікавленими сторонами, зокрема з відповідними організаціями громадянського суспільства, а також з міжнародними організаціями.

В сфері стратегічних соціальних інвестицій, компаніям рекомендується використовувати таку ж саму суворість у розробці соціальної стратегії інвестування як в інших аспектах господарської діяльності [8].

Соціальні проекти можуть бути спрямованими на:

1) відновлення інфраструктури звільнених населених пунктів;
2) гуманітарну допомогу цивільному населенню;
3) проведення інформаційних кампаній;
4) преквалiфікацію населення з метою працевлаштування тощо.

На нашу думку, основними проблемами з якими зіштовхнулися українські компанії під час озброєнного конфлікту на Сході України є зокрема такі:

- мобілізація співробітників,
- забезпечення безпеки працівників,
- релокація працівників,
- моральний стан працівників тощо.

У разі мобілізації співробітників, компанія повинна закріпити за ними місце роботи, а також за можливістю допомогти в зборі коштів на купівлю співробітнику воєнної амуніції, тощо. Окремі українські компанії (зокрема “Сушия” тощо), організовують для співробітників, що опинилися на території збройного конфлікту, програму релокації, тобто переїзду їх та їхніх сімей на території, що підконтрольні уряду України. Для цього вони оплачують таким

співробітникам переїзд, повністю або частково компенсують їм витрати на житло, а також надають робоче місце тощо.

Окрему увагу українським компаніям необхідно приділити моральному стану своїх працівників, що постійно проживають в напрузі та страху. Організація заходів, спрямованих на боротьбу зі стресом, наприклад, запрошення психолога для обговорення негативної інформації допоможе підтримати персонал у складний період [11].

Приклад соціально відповідальної компанії у конфліктні часи показує компанія "Нова Пошта", що у липні 2014 року запустила соціальну ініціативу "Гуманітарна пошта України", що надала можливість волонтерським організаціям та ініціативним групам відправляти і отримувати вантажі безкоштовно в будь-якому відділенні компанії по всій Україні.

На сьогоднішній день ключову роль в забезпеченні необхідною допомогою постраждалих жителів і солдатів Української армії відіграють волонтерські організації та особисті ініціативи. Саме тому компанія «Нова Пошта» взяла рішення запустити «Гуманітарну пошту України».

У програмі бере участь 280 волонтерських організацій та ініціативних груп, які систематично на постійній основі займаються збором і доставкою різної гуманітарної допомоги:

- солдатам Української армії, які проходять та пройшли службу в зоні АТО;
- пораненим солдатам Української армії по всій країні;
- жителям постраждалих регіонів;
- вимушеним переселенцям зі Сходу України.

Результати роботи проекту після восьми місяців роботи:

1) У програмі взяли участь 280 волонтерських груп.
2) Загальна кількість відправлених посилок становила 24 787шт. (серед яких одяг та взуття, продукти харчування, засоби захисту, засоби обігріву, медикаменти, господарські товари тощо)
3) Всього було відправлено 5 206 т вантажу [12].

Крім безкоштовних доставок гуманітарних вантажів, компанія «Нова Пошта» постійно інформує своїх бізнес-клієнтів та партнерів про потреби волонтерських організацій, таким чином, дозволяючи закрити багато питань в забезпеченні солдат української армії і вимушених переселенців.

Висновки. Соціальна відповідальність - одна з рушійних сил позитивного впливу компанії на суспільство. У конфліктні часи роль соціальної відповідальності компанії у суспільстві помітно зростає, адже компанія може розділити з державою певні функції та затрати стосовно постраждалих під час конфлікту осіб.

Згідно з законодавства, компанії не несуть жодної відповідальності за забезпечення миру, проте, ведення бізнесу під час конфліктів, особливо озброєних, ускладнює ведення бізнесу, або зовсім унеможливлює його.

Під час протікання збройного конфлікту на Сході України компанії зіштовхуються за наступними проблемами: мобілізація співробітників, забезпечення безпеки працівників, їх релокація, моральний стан тощо.

В контексті соціальної відповідальності під час конфліктних часів, компанія може обрати одну з наступних стратегій - комплаєнс, «не нашкодь» та забезпечення миру.

Обираючи стратегію забезпечення миру, компанія може організовувати заходи з покращення життєвого стану своїх співробітників, зокрема закріплення за працівником його місця роботи, допомога у зборі коштів на витрати, пов'язані з мобілізацією, частково компенсувати витрати працівникам, що набули статусу вимушено переселеної особи та ін.

В сфері регулювання та консультування з питань соціальної відповідальності компанії було створено багато міжнародних добровільних ініціатив та стандартів, зокрема Глобального Договору ООН, в якому прописані основні принципи, якими мають керуватися компанії протягом свого життєвого циклу, та концепція «Business for peace», що надає компаніям, що опинилися у зоні конфлікту рекомендації, щодо так званих «правил виживання».

Важливість соціальної відповідальності компаній в контексті української кризи також пов'язана з тим, що у державі не вистачає бюджетних коштів на фінансування всіх витрат, що пов'язані з озброєнним конфліктом, тож компанія має змогу добровільно перенести на себе частину зобов'язань, зокрема у вирішенні гуманітарних питань.

Приклад соціальної відповідальності продемонструвала компанія «Нова Пошта»,

створивши ініціативу «Гуманітарна пошта України», що забезпечує необхідною допомогою постраждалих жителів і солдатів Української армії.

Список використаних джерел:

1.Корпоративна соціальна відповідальність : підручник / О. Денис, О. Дубовик,А.Я.Кузнєцова,Є. Е. Матвєєв, О. М. Петрое, Т. С. Смовженко, І. З. Сторонянська, С. В. Шульц ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А. Я. Кузнєцової. – Друге вид., доповн. – К. : УБС НБУ, 2010. – 384 с.

2. Конфліктологія: Підручник. — К.: МАУП, 2003. — 360 с.

3. Geneva Conventions and Additional Protocols I and II : Електронний ресурс/https://www.icrc.org/eng/resources/documents/misc/additional-protocols-1977.htm

4. Guiding Principles on Business and Human Rights :Електронний ресурс / http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf

5. Bad Guys, Good Guys, or Something in between? / Moira Feil, Susanne Fischer, Andreas Haidvogl, Melanie Zimme (2008): Електронний ресурс / https://www.icrc.org/eng/resources /documents/publication/p0882.htm

6. Business and International Humanitarian Law / ICRC (2006): Електронний ресурс / http://www.hsfk.de/downloads/prif84.pdf

7. Bloomberg: A Pessimist's Guide to the World in 2015 / Електронний ресурс/ http://www.bloomberg.com/graphics/2015-flash-points/

8. Business For Peace: A Business Leadership Platform / Електронний ресурс/https://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Peace_and_Business/B4P_Flyer.pdf

9. "Guidance on Responsible business in conflict-affected and High-risk areas: a Resource for companies and investors" / Електронний ресурс/ https://www.unglobalcompact.org/docs/ issues_doc/Peace_and_Business/Guidance_RB.pdf"

10. Соціальна відподальність бізнесу: розуміння та впровадження / Електронний ресурс/ http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf

11. Аналітичні матеріали Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» http://csr-ukraine.org

12. Сайт компанії «Нова Пошта» http://novaposhta.ua

15.12.2015

УДК 338

Шух О.І.
студентка ФЕМП
Київський національний торговельно-економічний університет

ЕНЕРГЕТИЧНА НЕЗАЛЕЖНІСТЬ УКРАЇНИ

Анотація. Для вирішення питання енергетичної незалежності та гарантування національної безпеки існує необхідність провести аналіз самозабезпечення країни необхідним паливом та визначити шляхи зменшення залежності країни від зовнішніх експортерів.

Ключові слова: енергетика, відновлювальні джерела енергії, національна безпека, диверсифікація.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ НЕЗАВИСИМОСТЬ УКРАИНЫ

Аннотация. Для решения вопроса энергетической независимости и обеспечения национальной безопасности существует необходимость провести анализ самообеспеченности страны необходимым топливом и определить пути уменьшения зависимости страны от внешних экспортеров.

Ключевые слова: энергетика, возобновляемые источники энергии, национальная безопасность, диверсификация.

ENERGY INDEPENDENCE OF UKRAINE

Abstract. To address the issue of energy independence and national security it is necessary to analyze of the country's self-sufficiency in essential fuel and to identify ways to reduce the country's dependence on foreign exporters.

Keywords: energy, renewable energy, national security, diversification.

Вступ. Актуальність проблеми забезпеченості енергоресурсами доведена міжнародними конфліктами, які характеризували міжнародну ситуацію протягом тривалого часу. Енергетика