

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: НАЦІОНАЛЬНИЙ І ГЛОБАЛЬНИЙ ВИМІРИ

©2022 СЕРІКОВА О. М.

УДК 330.11:304.2
JEL: A13; M21

Серікова О. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри

Стаття присвячена дослідженню особливостей корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які сформувалися на виклики війни Росії та України, наслідками якої стали гуманітарні та соціально-економічні проблеми. Російсько-українська війна змінила реальність життя, у т. ч. економічного, що проявилось у спаді економічної активності підприємств, банкрутстві, зростанні безробіття, зниженні рівня доходів населення. У зв'язку з цим у статті визначено роль і значення КСВ в умовах війни для економіки України. Досліджено основні прояви КСВ та її модифікації у глобальному та національному вимірах у нових реаліях, що сформували нові напрями та критерії, якими стали фінансова допомога, гуманітарна допомога населенню; підтримка медикаментами, медичним обладнанням і медичними послугами; допомога при евакуації та розміщенні населення з районів активних бойових дій; організація сховищ для населення; допомога Збройним Силам України та територіальній обороні; сплата податків наперед; інформаційна кампанія на розповсюдження правди про війну; сприяння збереженню персоналу; релокація бізнесу; IT-підтримка – надання безкоштовного доступу до інформаційних ресурсів. Також для компанії важливо усвідомлювати відповідальність перед працівниками та партнерами, які і далі працюють, часто змінивши звичні обов'язки і перейшовши в режим роботи 24/7. Водночас принципами КСВ бізнесу стали залучення, орієнтованість на людський капітал, корпоративне волонтерство. Розвиток КСВ на виклики війни сприяє соціальній стійкості. Для посилення згуртованості українського суспільства запропоновано розвивати такі практики КСВ, як: соціальний маркетинг, корпоративне волонтерство; соціальне спонсорство; соціальне підприємництво; соціальні інвестиції, які в умовах військового часу набувають особливого значення та формують позитивний імідж бізнесу відповідно до нових суспільних цінностей.

Ключові слова: бізнес, війна, корпоративна соціальна відповідальність, гуманітарна допомога, згуртованість.

Бібл.: 20.

Серікова Ольга Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (просп. Центральний, 59а, Северодонецьк, 93400, Україна)

E-mail: helg@mail1222@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0410-1242>

UDC 330.11:304.2
JEL: A13; M21

Serikova O. M. Corporate Social Responsibility of Business in the Context of War in Ukraine: The National and Global Dimensions

The article studies the features of corporate social responsibility (CSR), which were formed in face of the challenges of the war between Russia and Ukraine, resulting in humanitarian and socioeconomic problems. The Russian-Ukrainian war changed the reality of life, including economic activities, which manifested itself in a decline in economic operation of enterprises, bankruptcy events, rising unemployment, a decrease in the level of income of the population. In this regard, the article defines the role and importance of CSR in the context of war for the economy of Ukraine. The article examines the main manifestations of CSR and its modifications in both the national and the global dimensions in the new realities that subsequently have formed new directions and criteria such as financial assistance, humanitarian aid to the population; support with medicines, medical equipment and medical services; assistance in evacuation and accommodation of the population from areas of active hostilities; organization of shelter facilities for the population; assistance to the Armed Forces of Ukraine and territorial defense; payment of taxes in advance; information campaign to spread the truth about the war; promoting staff retention; business relocation; IT support in form of providing free access to information resources. It is also important for the company to be aware of the responsibility to employees and partners who continue to work, often changing their usual duties and switching to work 24/7. At the same time, attraction, focus on human capital, corporate volunteering have become the principles of CSR of business. The development of CSR against the challenges of war contributes to social sustainability. To strengthen the cohesion of Ukrainian society, it is proposed to develop such CSR practices as: social marketing, corporate volunteering; social sponsorship; social entrepreneurship; social investments, which in wartime conditions acquire special importance and form a positive image of business in accordance with new social values.

Keywords: business, war, corporate social responsibility, humanitarian aid, cohesion.

Bibl.: 20.

Serikova Olga M. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (59a Tsentralnyi Ave., Syyevyeronetsky, 93400, Ukraine)

E-mail: helg@mail1222@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0410-1242>

Концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнесу стала одним із ключових напрямів дотримання принципів сталого розвитку, забезпечуючи розумне використання ресурсів та якісне задоволення потреб споживачів. Тривалий час в Україні створювалося законодавче,

соціальне та культурне підґрунтя розвитку КСВ бізнесу як виклику на необхідність такого економічного розвитку, який би відповідав потребам не тільки сучасного суспільства, а й сприяв би нормальному відтворенню наступних поколінь.

Російсько-українська війна змінила реальність життя, у т. ч. економічного, що проявилось у спаді економічної активності підприємств, банкрутстві, зростанні безробіття. За даними Національного банку України (НБУ), падіння ВВП України сповільнилося. За заявою заступника голови НБУ С. Ніколайчука: «У березні ВВП впав на 44%, а у травні падіння скоротилося до 35–40%» [1].

Такі економічні реалії негативно відобразилися на рівні доходів населення. Варто сказати, що уряд України, європейські країни та міжнародні організації намагаються підтримати доходи населення шляхом посилення системи соціального захисту, яка набула змін під час війни: збільшився розмір та обсяги фінансування допомоги внутрішньо переміщеним особам (ВПО), надається соціальна допомога роботодавцям за працевлаштування ВПО, надходить допомога малозахисним верствам населення від міжнародних організацій. Водночас, окрім дій уряду в частині соціального захисту, варто підкреслити роль бізнесу, яка в умовах військового часу змінилася в напрямі посилення КСВ. Незважаючи на те, що бойові дії на території України призвели до припинення, банкрутства або зменшення ділової активності підприємств, деякі з них намагаються надати необхідну допомогу для ліквідації наслідків обстрілів, мінімізації гуманітарних проблем. КСВ бізнесу в умовах війни набула нового окрасу, враховуючи як національний, так і глобальний виміри. З боку національних компаній та українського уряду це має прояв у збереженні робочих місць, у соціальних програмах підтримки доходів працівників та роботодавців. З боку глобалізованого суспільства це виражається у встановленні санкцій і виходу світових компаній із російського ринку.

Варто зазначити, що наразі науковці України змінили напрям своїх досліджень у бік пошуку механізмів підтримки економіки в умовах війни. Огляд економічних втрат, падіння рівня доходів, спираючись на дані міжнародних організацій, здійснюють у своїх публікаціях В. Близнюк, Е. Лібанова, Т. Перегудова, О. Снігова та інші, водночас шукаючи засоби пом'якшення негативних соціально-економічних наслідків війни в Україні.

У нових воєнних реаліях набуває нової ролі КСВ бізнесу, що потребує наукових досліджень для посилення його ролі у відбудові національної економіки. Варто зазначити, що КСВ бізнесу як соціально-економічна категорія широко зустрічається в науковому та практичному обігу, що обумовлено її актуальністю в умовах сталого розвитку та спрямованістю на досягнення цілей тисячоліття, що знаходить своє відображення в працях таких зарубіжних науковців, як Т. Бредгард, П. Друкер, А. Керролл, Ф. Котлер, М. Маскон, Дж. Мун, Л. Ненсі. Серед вітчизняних учених особливо хотілося б відмітити таких, як О. Грішнова, А. Гриненко, Т. Зоря, Я. Ільницький, В. Ковтун, А. Колот та інші.

Тривалий час науковці намагаються визначити методологічну базу КСВ. Не вшухають дискусії щодо критеріїв її оцінювання та засобів розвитку. Однак нові військові реалії обумовили зміну критеріїв та напрямів, за якими має оцінюватися КСВ. Такі критерії змінилися як соціальний виклик на події, що розгорнулися в Україні внаслідок війни. Причому варто додати, що ці зміни торкнулися не тільки українського бізнесу, а й світового.

Мета статті – визначити особливості корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в глобальному та національному вимірі шляхом виділення додаткових напрямів і критеріїв, які обумовлені війною Росії та України.

З огляду на еволюцію КСВ варто нагадати, що вона стала необхідністю для подолання негативних екологічних, соціальних та інших наслідків неетичного ведення підприємницької діяльності, що вимагало перегляду норм ведення бізнесу в бік мінімізації шкідливих викидів в атмосферу, водоюми, ґрунти та підвищення соціальної відповідальності перед споживачами, діловими партнерами, населенням, суспільством. Розуміючи основну проблему, науковці та світові експерти створювали методологічну базу щодо розуміння сутності даної категорії, критеріїв її оцінювання для визначення рівня розвитку в різних країнах і розробки механізмів її забезпечення.

Наукові пошуки привели до розуміння КСВ як відповідальності організації, компанії за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорої й етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, у тому числі здоров'ю та добробуту суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки; інтегрована в діяльність організації та практикується в її відносинах [2].

Відомий науковець Г. Боуен (*H. Bowen*), який присвятив свої праці КСВ, розглядає її як добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальну, економічну й екологічну сфери, які безпосередньо пов'язані з основною діяльністю, проте які виходять за рамки визначеного законом мінімуму [3].

За думкою А. Керролла (*A. B. Carroll*), який є автором концепції обов'язків, у системі обов'язків корпорації мають бути такі складові: економічна (бути прибутковим); правова (дотримання закону); етична; філантропічна (бути суспільно відповідальним) [4].

В основі КСВ покладено соціальну відповідальність людини як відображення її органічного зв'язку із суспільством і природою, про що зазначає А. Колот у своїй публікації «Соціальна відповідальність людини як чинник стійкої соціальної динаміки: теоретичні засади», в якій він порушує питання ієрархічної структури соціальної відповідальності людини, виокремлення ступенів соціальної відповідальності особи, що має сприяти сталому розвитку суспільства [5].

Слід сказати, що Концепція КСВ передбачає те, щоб вести не егоїстично спрямований на прибутки бізнес, а враховувати інтереси суспільства, навколишнього середовища, будучи відповідальними суспільними інститутами у формуванні суспільного устрою країни, де ведеться даний бізнес. Про це зазначено в «Зеленій книзі з корпоративної соціальної відповідальності», сформованій Європейською комісією, за визначенням якої КСВ – це концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні й екологічні питання у свою комерційну діяльність і взаємодіють із зацікавленими сторонами на добровільній основі [2].

У Глобальному договорі ООН визначено основні принципи КСВ бізнесу, в якому зазначено такі напрями, як права людини, трудові відносини, довкілля та протидія корупції, в межах яких наголошено на тому, що ділові кола:

- ✦ повинні підтримувати та поважати захист проголошених на міжнародному рівні прав людини;
- ✦ не повинні бути причетними до порушень прав людини;
- ✦ повинні підтримувати свободу об'єднань і реальне визнання права на укладання колективних договорів;
- ✦ повинні виступати за ліквідацію всіх форм примусової праці;
- ✦ повинні виступати за повну ліквідацію дитячої праці;
- ✦ повинні виступати за повну ліквідацію дискримінації у сфері праці та зайнятості;
- ✦ повинні підтримувати підхід до екологічних питань, заснований на принципі обережності;
- ✦ повинні запроваджувати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан довкілля;
- ✦ повинні сприяти розвитку та розповсюдженню екологічно безпечних технологій;
- ✦ повинні протидіяти всім формам корупції, включно зі здирицтвом і хабарництвом [6].

На розвиток КСВ в Україні спрямовано Концепцію реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року, яка схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 р. № 66-р [7]. Дана Концепція спрямована на створення нормативно-правового забезпечення реалізації цілей сталого розвитку; на заохочення українських компаній на дотримання міжнародних стандартів і принципів ведення бізнесу. Основними критеріями КСВ на цей період стали:

- ✦ сприяння рівності в оплаті праці чоловіків та жінок;
- ✦ зменшення диференціації доходів населення;
- ✦ збільшення темпів номінального зростання заробітної плати;

- ✦ збільшення частки об'єктів громадського та цивільного призначення, благоустрою, транспортної інфраструктури, дорожнього сервісу, облаштованих з урахуванням потреб осіб з інвалідністю;
- ✦ збільшення частки транспортних засобів загального користування, пристосованих для користування особами з інвалідністю з вадами зору, слуху та з ураженнями опорно-рухового апарату;
- ✦ збільшення частки вебсайтів, доступних для осіб з порушенням зору та слуху;
- ✦ сприяння зайнятості осіб з інвалідністю;
- ✦ зменшення кількості осіб, потерпілих від нещасних випадків на виробництві;
- ✦ зменшення частки працівників, зайнятих на роботах зі шкідливими умовами праці, у загальнообліковій кількості штатних працівників;
- ✦ зменшення частки викидів забруднених стічних вод у водні об'єкти в загальному обсязі викидів;
- ✦ збільшення приросту прямих іноземних інвестицій в економіку України тощо.

Говорячи про розвиток КСВ в Україні, варто зазначити, що 83% компаній впроваджують КСВ в Україні, 52% компаній мають затверджені стратегії КСВ, 67% репутації – це її КСВ (за даними CSR Ukraine [8]).

На думку П. Мороза, директора департаменту КСВ ПрАТ «МХП» («МХП» – «Миронівський хлібопродукт» – одна з перших компаній в Україні, яка почала впроваджувати програми КСВ), відповідальність бізнесу в умовах війни має вбудовуватися на усвідомленості цінності кожної людини в команді, відновленні соціальної стійкості та відповідальності перед працівниками, партнерами та споживачами, що має прояв у задоволенні нагальних потреб працівників, партнерів, споживачів, громадян, підтримці захисників України [9].

В умовах військових дій в Україні соціально-економічні реалії змінилися, що потребує перегляду напрямів та критеріїв КСВ. У кожного свій фронт, свій фронт і в бізнесу. Однак нові умови, в яких опинилася Україна внаслідок військової агресії Росії, обумовлюють необхідність посилення КСВ бізнесу не тільки на національному, а й на глобальному рівні з виділенням додаткових напрямів і критеріїв.

В. Ткач стверджує, що під час воєнного стану КСВ бізнесу змінилася на благодійність і волонтерство, а саме: допомога внутрішньо переміщеним особам; допомога збройним силам України [10].

Однак слід зауважити, що КСВ цим не обмежується та охоплює й інші напрями діяльності, серед яких відповідальність перед своїми працівниками. Розуміючи цінність постійного персоналу, який володіє потрібними якостями, відбувається переселення

працівників у місця релокації бізнесу, завдяки чому формується сильна соціальна культура організації. Така поведінка позитивно впливає на позиції підприємства на ринку, адже формує позитивний імідж в очах споживачів. Частина організацій для захисту своїх співробітників перейшла на дистанційний режим праці, безумовно, в тих сферах діяльності, де це було можливо. У даному випадку важливо зберегти соціальний клімат і згуртованість працівників, що можливе зробити шляхом не тільки колективного обговорення робочих питань через ZOOM, Microsoft Team, а й спілкування на побутові теми.

Посилилися і соціальна відповідальність уряду по відношенню до бізнесу. Для забезпечення ділової активності підприємств було вжито заходів стосовно спрощення оподаткування, зміни трудового законодавства в напрямку його лібералізації та забезпечення гнучкості та мобільності на ринку праці; підтримку агропромислового сектора економіки тощо. Надається соціальна допомога роботодавцям за працевлаштування ВПО в розмірі 6500 грн, що регулюється Постановою Кабінету Міністрів України від 20 березня 2022 р. № 331 «Про затвердження Порядку надання роботодавцю компенсацій витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні» [11].

Багато вітчизняних науковців відмічають, що український бізнес згуртувався в напрямі гуманітарної допомоги й оборони України. Важливим напрямом КСВ в умовах війни стала допомога Збройним Силам України: «Київстар» – 3 млрд грн до держбюджету + 33 млн грн на благодійництво; «Еско-Північ» – 100 млн грн; Віктор та Олена Пінчук разом із компанією «Інтертайп» – понад 25 млн доларів; Група «L'Oreal» – 5 млн євро; Компанія «Астарта» – 489 млн грн до державного та місцевих бюджетів + гуманітарні вантажі та продовольство на суму майже 300 млн грн [12].

Допомога не обмежується фінансовими перерахунками, а визначається і забезпеченням безперервного зв'язку в умовах війни, обладнанням бомбосховищ, якісним виконанням своїх ділових обов'язків.

Хотілося б звернути увагу на те, що в Україні експертною організацією Центр «Розвиток КСВ» CSR Ukraine створено єдиний Каталог внеску бізнесу в російсько-українську війну, в якому представлено 124 компанії малого та середнього бізнесу, 189 компаній великого бізнесу та 1 бізнес-асоціація. Основними напрямками КСВ стали фінансова допомога, загальна сума якої склала понад 2 млрд грн; гуманітарна допомога в розмірі понад 3 млрд грн; сплата податків наперед, що становило більше ніж 3 млрд грн; піклування про власних співробітників, що має прояв у їх релокації; IT-підтримка, що виражається в наданні безкоштовного доступу до сервісів [13].

У відповідь на виклики війни бізнес намагається здійснити релокацію, але це можливо не для всіх і обумовлено активністю бойових дій, сферою діяльності й особливостями технологічного процесу. За даними ADVANTER.GROUP, релокацію бізнесу здійснили лише 2%; частка підприємств, які зазначили, що релокація знаходиться в процесі, становила 7%; тих, для яких релокація відбулася частково, – 12%; не встигли – 31%; таких, що не бачать сенсу, – 48% [14].

Слід нагадати, що для забезпечення процесу релокації бізнесу уряд України запустив відповідну програму. Для того, щоб взяти в ній участь, слід подати заявку на сайті «Прозоро.Продажі». За даними Міністерства економіки, станом на 28 квітня програмою релокації скористалися понад 400 підприємств, ще приблизно для 500 підприємств підібрано виробничі майданчики. Регіонами релокацій стали Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Тернопільська, Хмельницька, Чернівецька, Вінницька, Волинська та Рівненська області [15].

Необхідно розуміти, що війна в Україні несе негативні наслідки не тільки для національної економіки, а й для світу, оскільки Україна була експортером чорних металів, зернових, пшениці, кукурудзи, руд, жирів та олії, добрив тощо. Від економічної активності в Україні залежить продовольча та гуманітарна безпека інших країн світу.

Щодо глобального рівня, то напрямом КСВ є вихід компаній із російського ринку. Так, понад 750 великих компаній світу показали своє ставлення до подій в Україні та дій Росії по відношенню до українського населення своїм виходом з російського ринку. Іншим їх проявом була масштабна фінансова підтримка України: IKEA – 22 млн дол., LEGO Group – 16 млн дол., Binance і Carlsberg Group – по 10 млн дол., Biedronka, LVMH, Amazon та інші – по 5 млн дол. [16]. Гуманітарну допомогу також надавали такі компанії, як: ASTERS, RERREXPO, CRH, kronospan, Bayer, METINVEST, ArselorMittal, D.TECK, MHP, BASF, KERNEL, Dyckerhoff Cement Ukraine, «Укренерго», «Інтертайп», DCH Steel [17].

КСВ бізнесу в глобальному вимірі можна оцінити через участь компаній і країн у санкціях проти Росії, до чого долучилися країни Євросоюзу, а також США, Велика Британія, Канада, Японія, Австралія, Швейцарія та інші. Санкції охоплюють заборону на торгівлю, а також фінансування та інвестиції у т. зв. ДНР і ЛНР, введено санкції проти російських банків «ВЕБ», «Промзв'язок банку» та їх 42 дочірніх структур; проти російських підприємств; призупинено сертифікацію магістрального газопроводу «Північний потік-2»; обмежено розміщення російських облігацій тощо [18].

Накладені санкції, безумовно, нанесли тяжкий удар по російській економіці. За думкою експертів, для відновлення економіки до рівня 2021 р. Росії може знадобитися 10 років [19].

Позитивними моментами КСВ бізнесу в умовах війни є посилення мотивації та продуктивності праці, що є важливою умовою функціонування економіки. Зміною у формуванні КСВ бізнесу стало те, що це не ініціатива зверху, а відгук бізнесу на події, що відбуваються в Україні. Змінився напрям на гуманітарну допомогу, на підтримку Збройних Сил України, на сприяння утримання економіки для формування сильної та незалежної держави. Для сучасного українського суспільства характерною стала одна спрямованість дій держави, уряду, бізнесу, населення в захисті країни та підтримці економіки. Така спрямованість українського суспільства сприяє інклюзивному розвитку, коли формуються нові суспільні цінності, які приймає більшість населення.

Дослідження особливостей ведення бізнесу в умовах війни сприяло виділенню таких напрямів КСВ:

- ✦ фінансова допомога;
- ✦ гуманітарна допомога населенню;
- ✦ підтримка медикаментами, медичним обладнанням і медичними послугами;
- ✦ допомога при евакуації та розміщенні населення з районів активних бойових дій;
- ✦ організація сховищ для населення;
- ✦ допомога Збройним Силам України та територіальній обороні;
- ✦ сплата податків наперед;
- ✦ інформаційна кампанія на розповсюдження правди про війну;
- ✦ сприяння збереженню персоналу, релокація бізнесу;
- ✦ IT-підтримка – надання безкоштовного доступу до інформаційних ресурсів;
- ✦ режим роботи 24/7 для забезпечення нагальних потреб населення;
- ✦ вихід міжнародних організацій з російського ринку;
- ✦ санкції з боку з різних країн.

Принципами КСВ бізнесу стали згуртованість, залучення до суспільних проблем, орієнтованість на людський капітал, корпоративне волонтерство.

Цікавим інструментом КСВ бізнесу є соціальний маркетинг – проведення заходів, спрямованих на зміни поведінки певної групи людей з певною соціальною метою (охорона здоров'я, навколишнього середовища), який наразі має змінити свої орієнтири на умови військового часу з проведенням корпоративних заходів відповідно до суспільно значущих проблем, а саме: допомога Збройним Силам України, ВПО, участь у відновленні територій, інформаційна кампанія щодо розповсюдження правди про війну.

Набуває особливого значення в умовах воєнного часу корпоративне волонтерство, соціальне спонсорство, соціальне підприємництво та соціальні інвестиції.

Додатковим напрямком КСВ має стати зайнятість населення відповідно до потреб економіки вій-

ськового часу, про що зазначає у своїй статті Т. Перегудова, зазначаючи про необхідність формування інституту соціальних трансфертів, обумовлених зайнятістю. За її пропозиціями, мають бути встановлені умови для працездатних осіб, які отримують соціальну допомогу, відпрацювати певну кількість годин для задоволення потреб військової економіки [20].

Соціально-економічний ефект від посилення КСВ бізнесу в умовах війни проявляється у збільшенні репутації компанії; посиленні національної згуртованості; підтримці економіки, зайнятості населення; підвищенні довіри до компанії серед споживачів та збільшення їх кола; забезпечення соціальної стійкості. Можна вважати, що КСВ є певною формою інвестицій, завдяки яким формується позитивний імідж компанії відповідно до нових цінностей суспільства.

Важливо розуміти, що концепція КСВ – це не тільки дотримання норм і правил, які пропагуються світовими та державними інститутами, а й готовність бізнесу реагувати на нові виклики, розвиваючи нові цінності, формування нових ініціатив від самого бізнесу. Як це відбулося наразі в Україні, коли виникла загроза цілісності країни, коли населення потребує евакуації, гуманітарної допомоги, – КСВ стає більш добровільним, а не обов'язковим інститутом. Війна сформувала нову філософію КСВ, спрямовану на формування соціальної стійкості.

ВИСНОВКИ

Війна Росії та України призвела до людських жертв, спричинила колосальні економічні збитки та сформувала гуманітарні проблеми. Незважаючи на складні умови, уряд України прикладає максимум зусиль для підтримки економіки. Зміни реалій ведення бізнесу обумовили перегляд норм КСВ з виділенням нових напрямів і критеріїв, які є актуальними в умовах війни. Соціальним ефектом КСВ бізнесу під час війни стала згуртованість української нації, економічним ефектом чого є підтримка економіки та доходів населення. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Мельник С. Падіння ВВП України сповільнилося до 35–40% – НБУ // Економічна правда. 15 червня 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/15/688210/>
2. Корпоративна соціальна відповідальність // Інтернет-енциклопедія URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність_бізнесу
3. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. N. Y. : Harper & Row, 1953. 276 p.
4. Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. 1999. Vol. 38. Iss. 3. P. 268–295. DOI: <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>

5. Колот А. Соціальна відповідальність людини як чинник стійкої соціальної динаміки: теоретичні засади. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 3. С. 3–9.
6. Десять принципів Глобального договору ООН / Network Ukraine. URL: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/desjat-principiv-gd-oon/>
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» від 27.01.2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text>
8. Закликаємо бізнес підтримати Україну / CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org/>
9. Мороз П. На яких ціннісних орієнтирах вибудувати КСВ в умовах сучасних викликів? // Global Compact Network Ukraine. МХП Агроіндустріальний холдинг. Уроки ділової доброчесності під час війни. 2022. № 7. URL: <https://www.facebook.com/globalcompact.Ukraine/photos/pcb.3136535149995925/3136531253329648>
10. Ткач В. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління підприємств сфери гостинності // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект» (м. Чернівці, 5 травня 2022 р.). Чернівці : Технодрук, 2022. С. 22–32. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tkach6.htm
11. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку надання роботодавцю компенсацій витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні» від 20.03.2022 р. № 331. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-2022-p#Text>
12. Творять історію. Як працює та допомагає ЗСУ бізнес в Україні під час війни // НВ. 16 червня 2022. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/dopomoga-zsu-yak-ukrajinskiy-biznes-dopomagaye-zahisnikam-pid-chas-viyani-50246518.html>
13. Український бізнес і війна: каталог внеску в перемогу України від CSR Ukraine / mind. 14 квітня 2022. URL: <https://mind.ua/news/20239691-ukrayinskij-biznes-i-vijna-katalog-vnesku-biznesu-v-peremogu-ukrayini-vid-csr-ukraine>
14. Рихлицький В. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства // Економічна правда. 23.03.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2022/03/23/684549/>
15. Релокація на захід України: як бізнес рятує виробництво від війни // DW. 04.05.2022. URL: <https://www.dw.com/uk/relokatsiia-na-zakhid-ukrainy-yak-biznes-riatuie-vyrobnytstvo-vid-viiny/a-61669236>
16. Корпоративна соціальна відповідальність та війна в Україні // Громадський простір. 03.05.2022. URL: <https://www.prostir.ua/?news=korporatyvna-sotsialna-vidpovidalnist-ta-vijna-v-ukrajini>
17. Бойко О. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану / European Business Association. 25.03.2022. URL: <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>
18. Санкції проти Росії / Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/russian-invading/sanctions/>
19. Польща просить Євросоюз посилити санкції проти Росії // Слово і діло. 2022. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/06/19/novyna/svit/polshha-prosyt-yevrosoyuz-posylyty-sankcziyi-proti-rosiyi>
20. Перегудова Т. Соціальні трансферти: обумовленість зайнятстю у воєнній економіці України. *Стратегія економічного розвитку України*. 2022. Вип. 50. С. 56–70. DOI: 10.33111/sedu.2022.50.056.070

REFERENCES

- Boiko, O. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu u period voiennoho stanu" [Social Responsibility of Business during Martial Law]. European Business Association. March 25, 2022. <https://eba.com.ua/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-u-period-voyennogo-stanu/>
- Carroll, A. B. "Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct". *Business and Society*, vol. 38, no. 3 (1999): 268-295. DOI: <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- "Desiat pryntsyviv Hlobalnoho dohovoru OON" [Ten Principles of the UN Global Compact]. Network Ukraine. <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/desjat-principiv-gd-oon/>
- "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist ta viina v Ukraini" [Corporate Social Responsibility and War in Ukraine]. Hromadskyi prostir. May 03, 2022. <https://www.prostir.ua/?news=korporatyvna-sotsialna-vidpovidalnist-ta-vijna-v-ukrajini>
- "Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist" [Corporate Social Responsibility]. Internet-entsyklopediia. http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_відповідальність_бізнесу
- Kolot, A. "Sotsialna vidpovidalnist liudyny yak chynnyk stiikoi sotsialnoi dynamiky: teoretychni zasady" [Human Social Responsibility as a Factor of Sustainable Social Dynamics: Theoretical Foundations]. *Ukraina: aspekty pratsi*, no. 3 (2011): 3-9. [Legal Act of Ukraine] (2020). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-p#Text>
- [Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-2022-p#Text>
- Melnyk, S. "Padinnia VVP Ukrainy spovilnylosia do 35-40% – NBU" [The Fall in Ukraine's GDP Has Slowed to 35-40% – NBU]. *Ekonomichna pravda*. June 15, 2022. <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/15/688210/>
- Moroz, P. "Na yakykh tsinnisnykh oriientyrah vybudovuvaty KSV v umovakh suchasnykh vyklykiv?" [On What Value Guidelines Should CSR Be Built in the Face of Modern Challenges?]. *Global Compact Network Ukraine. MKhP Ahroindustrialnyi kholdynh*. Uroky dilovoi dobrochesnosti pid chas viiny. 2022. <https://www.facebook.com/globalcompact.Ukraine/photos/pcb.3136535149995925/3136531253329648>
- "Polshcha prosyt Yevrosoiuz posylyty sanktsii proty Rosii" [Poland Asks the European Union to Strengthen Sanctions Against Russia]. *Slovo i dilo*. 2022. <https://www.slovoidilo.ua/2022/06/19/novyna/svit/polshha-prosyt-yevrosoyuz-posylyty-sankcziyi-proti-rosiyi>

Perehudova, T. "Sotsialni transferty: obumovlenist zaini-
atistiu u voienii ekonomitsi Ukrainy" [Social Transfers:
Conditionality of Employment in the Military Econ-
omy of Ukraine]. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku
Ukrainy*, no. 50 (2022): 56-70.

DOI: 10.33111/sedu.2022.50.056.070

"Relokatsiia na zakhid Ukrainy: yak biznes riatiue vyrob-
nytstvo vid viiny" [Relocation to the West of Ukraine:
How Business Saves Production from War]. *DW*.
May 04, 2022. <https://www.dw.com/uk/relokatsiia-na-zakhid-ukrainy-yak-biznes-riatiue-vyrobnytstvo-vid-viiny/a-61669236>

Rykhlytskyi, V. "Biznes v umovakh viiny: khto zaznav
naibilshykh vtrat ta yak vidnovliuutsia pidpriemstva"
[Business in the Conditions of War: Who Suffered the
Greatest Losses and How Businesses Recover]. *Eko-
nomichna pravda*. March 23, 2022. <https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2022/03/23/684549/>

"Sanktsii proty Rosii" [Sanctions Against Russia]. *Minfin*.
<https://index.minfin.com.ua/ua/russian-invading/sanctions/>

"Tvoriat istoriiu. Yak pratsiuie ta dopomahaie ZSU biznes
v Ukraini pid chas viiny" [Making History. How Busi-

ness Works and Helps the Armed Forces of Ukraine in
Ukraine during the War]. *NV*. June 16, 2022. <https://biz.nv.ua/ukr/markets/dopomoga-zsu-yak-ukrajinskiy-biznes-dopomagaye-zahisnikam-pid-chas-viiny-50246518.html>

Tkach, V. "Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak instrument
upravlinnia pidpriemstv sfery hostynnosti" [Social
Responsibility of Business as a Management Tool of
Enterprises in the Field of Hospitality]. *Upravlinnia
rozvytkom sfery hostynnosti: rehionalnyi aspekt*. 2022.
https://tourlib.net/statti_ukr/tkach6.htm

"Ukrainskyi biznes i viina: kataloh vnesku v peremohu
Ukrainy vid CSR Ukraine" [Ukrainian Business and
War: Catalog of Contribution to Ukraine's Victory from
CSR Ukraine]. *mind*. April 14, 2022. <https://mind.ua/news/20239691-ukrayinskij-biznes-i-vijna-katalog-vnesku-biznesu-v-peremogu-ukrayini-vid-csr-ukraine>

Vowen, N. *Social Responsibilities of the Businessman*. New
York: Harper & Row, 1953.

"Zaklykaiemo biznes pidtrymaty Ukrainu" [We Call on
Business to Support Ukraine]. CSR Ukraine. <https://csr-ukraine.org/>

УДК 35:022.8

JEL: M14; O57; Z19

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-6-100-108>

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ КРАЇН ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ КУЛЬТУРНИМИ ОСОБЛИВОСТЯМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

©2022 КАЛЮЖНА Н. Г., МАМІТЬКО Ю. С.

УДК 35:022.8

JEL: M14; O57; Z19

Калюжна Н. Г., Мамітько Ю. С. Кластеризація країн за національними культурними особливостями як інструмент розвитку корпоративної культури міжнародних компаній

Статтю присвячено впорядкування країн за національними культурними особливостями на підставі кластерного аналізу та визначення на-
прямів адаптації корпоративної культури українських компаній до умов співробітництва з компаніями різних країнних кластерів. Обґрунтовано,
що корпоративна культура є одним із ключових факторів успіху для міжнародної компанії. Доведено, що українським міжнародним компаніям
варто сконцентруватися на впровадженні в практику управління світових стандартів корпоративної культури, які базуються на врахуванні
національних культурних особливостей. Проаналізовано вплив національної культури на корпоративну культуру міжнародних компаній різних
країнних кластерів на основі 6-D моделі Герта Хофстеде. Розглянуто особливості корпоративної культури українських міжнародних компаній
та оцінено суттєвість національних культурних відмінностей між компаніями України та типових країн різних кластерів, а саме: країн Азії,
Північної Європи, Германської Європи, Латинської Америки, Близького Сходу та англо-американських країн. Показано, що корпоративна культура
українських міжнародних компаній найлегше адаптується до турецьких компаній, найважче – до американських і шведських. Визначено, на які
напрями адаптації корпоративної культури українській міжнародній компанії слід звернути увагу для ефективного співробітництва з міжнарод-
ними компаніями з Японії, США, Німеччини, Швеції, Аргентини та Туреччини. Доведено, що надані рекомендації сприятимуть отриманню резуль-
тативної комбінації корпоративної культури української міжнародної компанії з оригінальною культурою компанії-партнера. Наголошено, що
попри вагомість впливу національних культурних особливостей на корпоративну культуру міжнародних компаній, не слід недооцінювати вплив
глобалізації, що певною мірою з часом згладжує різкі культурні відмінності та мінімізує вимоги до культурної адаптації.

Ключові слова: корпоративна культура, міжнародна компанія, національні культурні відмінності, кластерний аналіз, адаптація, глобалізація.

Рис.: 8. **Табл.:** 1. **Формул.:** 1. **Бібл.:** 11.

Калюжна Наталія Геннадіївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри світової економіки, Державний торговельно-економічний
університет / Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: n.kalyuzhna@knu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0513-705X>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/2229717/nataliya-g-kalyuzhna/>

Мамітько Юлія Сергіївна – студентка, Державний торговельно-економічний університет / Київський національний торговельно-економічний
університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: Y_Mamitko_FMTP_18_14_B_d@knu.edu.ua