

УДК 330.3:334.0

## Соціальна відповідальність бізнесу в конфліктні часи

**Безвух С.В.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування  
Хмельницького національного університету

Стаття присвячена актуальним питанням соціально-відповідальної діяльності компаній у конфліктних умовах. Розглянуто сутність соціальної відповідальності бізнесу та конфлікту. Визначено ризики, з якими будуть стикатись компанії у випадку продовження діяльності в зоні конфлікту. Окреслено напрями КСВ-діяльності бізнесу в конфліктних умовах. Досліджено вітчизняну практику соціальної відповідальності компаній в зоні конфлікту.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, КСВ-діяльність, конфлікт, зона конфлікту.

Bezvuh S.V. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В КОНФЛИКТНЫЕ ВРЕМЕНА

Статья посвящена актуальным вопросам социально-ответственной деятельности компаний в конфликтных условиях. Рассмотрены сущности социальной ответственности бизнеса и конфликта. Определены риски, с которыми будут сталкиваться компании в случае продолжения деятельности в зоне конфликта. Определены направления КСО-деятельности бизнеса в конфликтных условиях. Исследовано отечественную практику социальной ответственности компаний в зоне конфликта.

**Ключевые слова:** социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, КСО-деятельность, конфликт, зона конфликта.

Bezvuh S.V. SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN TIMES OF CONFLICT

The article has been devoted to current issues of social responsible activity of companies in conflict terms. The essences of social responsibility and conflict have been considered. The risks that will face the company in case of continuation of activity in the zone of conflict have been defined. Directions of business CSR-activity in conflict conditions have been outlined. National practice of corporate social responsibility of companies in the conflict zone has been studied.

**Keywords:** social responsibility, corporate social responsibility, CSR-activities, conflict, conflict zone.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** На сьогодні в суспільстві домінує модель існування, яку можна описати словами «кожен сам за себе». У таких умовах окремий суб'єкт суспільства розуміє: якщо він не потурбується про себе, то ніхто більше цього не зробить. Як населення, так і бізнес керується, в першу чергу, власними інтересами і ставить їх за мету свого існування. Навіть державні структури, які створені для забезпечення сприятливих умов життя та функціонування суб'єктів економіки, не виконують свої функції повною мірою.

Модель існування «кожен сам за себе», яка продукується в багатьох країнах світу, є руйнівною. І її негативні наслідки вже давно проявляються. На глобальному рівні деяких регіонів це проблеми з водою, ресурсне виснаження планети, військові конфлікти, екологічні проблеми, нерівномірність розвитку країн тощо. На рівні окремої країни вони можуть проявлятися через слабку розвиненість деяких регіонів, високий рівень безро-

бітних, невеликі доходи основної маси населення і значне його розшарування на бідних та багатих, високий рівень міграції за кордон, страйки, екологічні проблеми тощо.

Деякі люди розуміють руйнівний вплив наявної моделі «кожен сам за себе» й намагаються її змінити. Вони або об'єднуються в громадські організації та активно доносять до суспільства нагальні проблеми, або як державні діячі корегують політику держави. Проте цього недостатньо. Кожен суб'єкт суспільства має зрозуміти не лише власну важливість, а й важливість усього, що його оточує. Його думка про себе та діяльність для себе лише на першій порох принесуть йому задоволення. Небажання турбуватись про своє оточення (людей, природу) негативно видозмінить його та з часом позначиться на самому суб'єкті. Тому кожен член суспільства напряму чи опосередковано через бізнес, якщо він є його власником, державні органи влади, якщо він є державним службовцем, повинен враховувати суспільні інтереси в цілому. Це дасть

можливість перейти до моделі «один за всіх, і всі за одного», коли кожен суб'єкт (населення, бізнес і державні структури) розуміє свою соціальну відповідальність і проводить власну діяльність відповідно до неї, що дасть змогу забезпечити високу якість життя населення, створити громадське суспільство й розширити умови для людського розвитку.

Усвідомлення власної соціальної відповідальності особливо важливе для бізнесу, оскільки його роль суттєво підвищилась упродовж останніх десятиліть щодо інших суб'єктів суспільства. Саме бізнес має взяти на себе активну роль у розв'язанні суспільних проблем різного рівня (як проблем невеликої громади, так і проблем окремого регіону) та в будь-яких умовах (як в умовах мирного часу, так і в конфліктні часи). Це актуально для України, особливо в умовах, фактично, воєнного часу.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Сутність соціальної відповідальності бізнесу (її ще називають корпоративна соціальна відповідальність) та її аспектів досліджувалась багатьма закордонними й вітчизняними науковцями, зокрема, необхідно відзначити праці О.А. Грішнєвої, А.М. Колота, Л.А. Шергіної, Л.М. Бухаріна, А.В. Сучкова, В.В. Рубана, Л.І. Каленіченка, Н.О. Ткаченко та ін.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є визначення способів поведінки компанії в конфліктні часи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Соціальна відповідальність бізнесу, або корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) – це ведення бізнесу з урахуванням потреб власного персоналу, власників, потенційних інвесторів, бізнес-партнерів, конкурентів, місцевих громад, навколишнього природного середовища, споживачів, державних структур тощо. У цілому КСВ-діяльність спрямована на поліпшення якості життя окремого індивіда, громади, суспільства. Вона є важливим та необхідним аспектом діяльності компанії.

У країнах західної Європи, північної Америки КСВ-діяльність компанії є нормою її функціонування. В Україні лише невелика частина бізнесу займається цим. В основному КСВ-діяльність у нашій державі проводять великі компанії й компанії, що мають ринки збуту в країнах, де така діяльність є нормою, компанії, що є дочірніми структурами іноземних компаній, які функціонують в країнах, де принципи соціальної відповідальності втілюють у життя майже всі суб'єкти суспільства. На сьогодні для України в таких надскладних

умовах існування (в країні економічна й політична кризи, наближені умови до військового стану) є досить важливим усвідомлення бізнесом власної важливої ролі в суспільстві, своєї соціальної відповідальності.

Особливо важко, не лише в Україні, компаніям дотримуватись принципів соціальної відповідальності в конфліктні часи, оскільки вони зазнають фізичного, психологічного та фінансового тиску від сторін, що конфліктують, ускладнюються умови ведення бізнесу, погіршується їх фінансовий стан тощо.

Під конфліктом розуміється зіткнення протилежних інтересів і поглядів, напруження і крайнє загострення суперечностей, що приводить до активних дій, ускладнень, боротьби, що супроводжуються складними колізіями. Для конфліктних ситуацій характерним є насильницькі дії, у тому числі війна або заколот.

У конфліктних умовах компанії, в першу чергу, стоять перед вибором:

- припинити діяльність або вивести її з зони конфлікту;
- залишитись у зоні конфлікту й вести бізнес як звичайно;
- залишитись у зоні конфлікту і сприяти встановленню миру.

Якщо компанії продовжать свою діяльність у зоні конфлікту, вони зазнають таких ризиків:

- фізичний ризик для компанії та співробітників. Фізичний ризик для самої компанії полягає у ймовірності втрати чи пошкодження майна компанії. Для співробітників – полягає у можливості отримання погроз чи фізичних ушкоджень від представників однієї зі сторін конфлікту;

– правовий ризик. Його джерелом є нові закони, накази, постанови, інструкції та інші нормативно-правові акти, що пов'язані із соціально-економічними змінами в суспільстві;

– репутаційний ризик – це ризик зменшення кількості клієнтів (контрагентів) унаслідок формування в суспільстві негативної думки про компанію. Складовими частинами ділової репутації компанії є: довіра до неї, репутація перших осіб, соціальна позиція, якість сервісу, ставлення персоналу до клієнта, рекламна політика, відносини з державою, авторитетними (соціально значущими) клієнтами, можливість підтвердження міжнародного визнання;

– стратегічний ризик, який виникає через неправильні управлінські рішення, неналежну реалізацію рішень і неадекватне реагування на зміни в бізнес-середовищі. Цей

ризик виникає внаслідок несумісності: стратегічних цілей банку; бізнес-стратегій, розроблених для досягнення цих цілей; ресурсів, залучених для досягнення цих цілей; якості їх реалізації;

– операційний ризик. Виникає в процесі поточної діяльності компанії і зумовлений помилками або недосконалістю процесів, систем в організації, помилками або недостатньою кваліфікацією персоналу або несприятливих зовнішніх подій нефінансової природи (наприклад, шахрайство або стихійне лихо);

– фінансовий ризик – це ймовірність невиконання фінансових зобов'язань контрагентами компанії та зміни кон'юнктури фінансових ринків;

– етичний ризик. Полягає у можливості порушення працівниками компанії моральних принципів, певних правил поведінки, а також правових критеріїв, які встановлюються законодавчими актами;

– моральний. Він може виникнути у взаємовідносинах компанії з контрагентами та власним персоналом, а саме в їх відповідальності перед компанією щодо виконання своїх обов'язків згідно з контрактами на купівлю-продаж сировини чи продукції, виконанні робіт та наданні послуг, договорів під час приймання на роботу. Моральний ризик полягає в невиконанні чи неповному виконанні партнерами або працівниками своїх зобов'язань та обов'язків.

Будь-який із вищеописаних ризиків зумовить невчасне виконання компанією власних зобов'язань перед її контрагентами та приведе до скорочення її виторгів, а отже, доходів у цілому.

Виділяють три рівні КСВ-діяльності компанії у конфліктні часи:

– мінімальний рівень. Компанії у своїй діяльності дотримуються норм національного та міжнародного законодавства;

– середній рівень. При ньому компанії намагаються зменшити негативні наслідки конфлікту;

– максимальний рівень. Передбачає активну участь компаній у вирішенні конфліктів [1].

КСВ-діяльність компанії в конфліктні часи спрямована на:

– корегування корпоративного управління;

– забезпечення сприятливого середовища для працівників;

– запобігання порушенню прав людини;

– проведення соціальних інвестицій;

– підтримання осіб, що постраждали внаслідок конфлікту [1; 2].

Корегування корпоративного управління полягає в:

– посиленні пропаганди цінностей компанії;

– нейтральності, тобто перебуванні поза політикою;

– оперативності реагування на ситуацію в регіонах;

– забезпеченні прозорості та підзвітності, боротьби з корупцією та хабарництвом тощо;

– забезпеченні відкритості керівництва у відносинах з персоналом та щоденних комунікацій з підрозділами в зоні конфлікту;

– створенні об'єднань між собою, громадськими організаціями та іншими інституціями для проведення соціально важливих проектів [1; 2; 3].

Компанії можуть спрямувати маркетингову діяльність на збір коштів чи речей для постраждалих від конфлікту осіб.

Особливу увагу бізнесу потрібно приділити аналізу компаній із зони конфлікту, з якими вони співпрацюють, оскільки вони можуть бути пов'язані з терористичними угрупованнями й таким чином він ненавмисно буде їх фінансувати. Для уникнення таких ситуацій компаніям необхідно ретельно аналізувати ланцюги постачання, визначати та оцінювати їх ризикові місця та проводити аудит у встановлених точках.

Прикладом боротьби з корупцією є створений безпрецедентний не лише в Україні, а й у всьому світі, громадський проект «Відкритий суд», який спрямований на забезпечення справедливості в судах за умови тотальної корупції в Україні. Проект відкрито юридичною фірмою Lions Litigate з квітня 2015 року. Він об'єднує юристів та волонтерів з усієї України, які знімають відео судових засідань у кримінальних, адміністративних, цивільних, господарських справах. Усі матеріали зберігаються на спеціально створеному сайті, а також є у вільному доступі на ресурсах YouTube й поширюються соціальними мережами для мільйонів громадян [4].

Забезпечення компаніями сприятливого середовища для працівників полягає в такому:

– забезпечити безпеку власного персоналу шляхом повного або часткового переміщення бізнесу на більш спокійну територію, створення умов для роботи працівників на відстані, відправлення частини персоналу в оплачувану відпустку, проведення вивезення сімей співробітників з гарячих точок у безпечні

регіони (доцільно оплатити переїзду та вартість житла на певний час тощо);

- забезпечити комунікацію вищого керівництва зі співробітниками, що полягає в постійному донесенні інформації до працівників про позицію компанії щодо наявного конфлікту, про їх бачення шляхів розв'язання проблемних ситуацій, пропозицій та планів щодо їх вирішення або пом'якшення негативного впливу;

- забезпечити фінансову підтримку через надання кредитів, пільг, допомоги;

- забезпечити підтримку в разі звільнення шляхом виплати допомоги та надання рекомендацій для подальшого успішного працевлаштування;

- забезпечити психологічну підтримку. В цьому допоможе запрошення психолога та виділення певного часу кожному працівникові для спілкування з ним;

- забезпечити спільне обговорення подій у зоні конфлікту в разі наявності протилежних точок зору серед працівників. Для цього можна виділити певний час для обговорення й запросити психолога (тренера) для професійного модераторії дискусії;

- забезпечити відволікання уваги працівників від негативних нових шляхом організації спільного відвідування різних культурних заходів, проведення тренінгів та семінарів, участі у волонтерстві, що полягатиме у зборі коштів та речей для підтримки мобілізованих, постраждалих від конфлікту осіб;

- забезпечити збереження робочих місць для мобілізованих співробітників, надавати їм та їх сім'ям грошову та матеріальну допомогу. Наприклад, доцільно проводити збір коштів для придбання необхідного військового спорядження (каска, бронезилети тощо);

- забезпечити працевлаштування демобілізованих осіб та біженців [1; 2; 3].

Прикладом забезпечення сприятливого середовища для працівників є діяльність групи компаній «Метінвест», яка в 2014–2015 роках з огляду на важливе значення підприємств компанії у містах присутності, наприклад в Авдіївці, коксохімічне підприємство АКХЗ наповнює понад 60% міської скарбниці, забезпечує робочим місцем кожного четвертого мешканця, забезпечує теплом багатопверхівки, соціальні об'єкти та адміністративні будівлі. Нагальною справою для «Метінвест» стало забезпечення безперебійної, безаварійної та безпечної роботи підприємств і збереження робочих місць [4]. Незва-

жаючи на зупинки підприємств і скорочення виробництва, компанія продовжувала виплачувати заробітну плату, переводячи людей на іншу роботу. Це дало змогу працівникам, з одного боку, зберегти поточний рівень доходу, а з іншого – утримало від панічних настроїв. Також компанія організувала евакуацію людей із зони бойових дій і тимчасове розселення постраждалих. Волонтери вивозили сиріт, багатодітних матерів з неповнолітніми дітьми, інвалідів, тяжкохворих людей та пенсіонерів. Евакуювали співробітників наших підприємств та їх родини.

Під час проваджені соціальних інвестицій компаніям доцільно проводити такі заходи:

- відкоригувати власні соціальні проекти, поставивши за мету вирішення, в першу чергу, найнагальніших проблем у конфліктні часи та враховувати, що конфлікт може бути довгостроковим, і поточні соціальні інвестиції можуть стати стратегічними;

- бути готовими переорієнтовувати свою соціальну діяльність відповідно до поточної ситуації в зоні конфлікту. Обрані довгострокові проекти включають поточні, які будуть поступово реалізовуватись. Компанії мають забезпечити гнучкість довгострокових проектів, тобто у разі неможливого проведення певного поточного проекту необхідно швидко переходити до іншого. Водночас компанії повинні бути готовими в межах обраних довгострокових соціальних цілей переорієнтовуватись на нові, більш нагальні проекти внаслідок стрімкої зміни ситуації на території конфлікту;

- формувати партнерство, залучивши до нього інші компанії, населення, державні структури, громадські та волонтерські організації, що дасть змогу акумулювати фінансові, майнові та людські ресурс для вирішення пріоритетних проблем;

- створювати на основі партнерства координаційних центрів та онлайн-платформ з вирішення проблем одного виду, що дасть можливість їх систематизувати та централізовано вирішувати;

- в першу чергу, соціальні проекти мають бути пов'язані з бізнесом та територією діяльності компанії [1; 2; 3].

Соціальні інвестиції можуть бути спрямовані на:

- відновлення інфраструктури населених пунктів (шкіл, дитячих садочків, лікарень тощо);

- гуманітарну допомогу (харчові продукти, речі, медикаменти тощо);

- надання консультацій, проведення навчання, перекваліфікації, сприяння в наданні психологічної підтримки та реабілітації мешканців;

- сприяння створенню єдиного координаційного центру з відновлення умов життя в населеному пункті;

- надання адресної і цільової допомоги.

Прикладом партнерства є започаткований з 1 червня 2015 року групою «1+1 медіа» (до складу групи входять телеканали «1+1», «2+2», «ТЕТ», «ПлюсПлюс», «1+1 International», «УНІАН ТБ», «Бігуді» і «Ukraine Today», інформаційно-новинні майданчики ТСН.ua, УНІАН і Главред.info, інтернет-сайти «Телекритика» та «Дуся») та благодійним фондом «Крона» соціальний проект «Діти війни». Метою проекту є порушення гострої соціальної проблеми, а також пошук «янголів-охоронців» для дітей, що постраждали внаслідок конфлікту на сході України [4].

Авторами проекту було висвітлено цю проблему перед громадськістю та владою шляхом показу документального фільму й коротких сюжетів у вечірніх випусках ТСН та започатковано пошук та отримання для дітей із сюжетів конкретної допомоги, знайдення «янголів-охоронців», які змогли б організувати для них фінансову та психологічну допомогу, літній відпочинок у таборі, дружню підтримку, канцелярські товари до школи, одяг, іграшки, екскурсії тощо.

У цілому після проекту «Діти війни» до фонду «Крона» звернулося більше тисячі людей, з них близько сотні – так чи інакше допомогли героям сюжетів. Жодна дитина не залишилася без уваги – діти отримали матеріальну допомогу, одяг, підручники, іграшки, відвідали екскурсії та відпочили в санаторіях. Також на ініціативу відгукнулися великі благодійні організації та спонсори, що допомогли з ремонтом житла сімей героїв проекту й узялися за відновлення шкіл та інтернатів, де перебувають діти.

Прикладом допомоги населенню з конфліктних регіонів є програма допомоги дітям-сиротам зони АТО «Смарагдове місто» компанії «Coca-Cola Україна», що стартувала в грудні 2014 року й продовжує працювати на постійній основі [4].

«Смарагдове місто» – центр соціальної реабілітації для українських дітей-сиріт у Святогірську. У мирний час там позмінно відпочивали й навчалися діти-сироти з усієї Донецької області. Тепер центр став домівкою для дітей, переселених із зони АТО. Сьогодні

понад 500 дітей віком від 3 до 17 років сховалися у «Смарагдовому місті» від війни й бомбардувань.

Компанія «Coca-Cola Україна» взяла на себе зобов'язання підтримувати дітей «Смарагдового міста» із максимальним залученням своїх стейкхолдерів та співробітників. У період з грудня 2014 р. до вересня 2015 р. компанія разом зі своїми партнерами досягла таких результатів:

- зібрано та доставлено 8 благодійних караванів зі шкільним приладдям, одягом, взуттям, книгами, засобами особистої гігієни, наборами для творчості та іграшками;

- доставлено понад 10 000 літрів соків і питної води;

- забезпечено спортивним обладнанням чотири тренажерних кімнати;

- придбано професійну сушильну машину;

- організовано 7 спеціальних заходів (наприклад, мандрівка до Києва для 40 вихованців) та майстер-класів (наприклад, у квітні та вересні 2015 р. співробітники організували для дітлахів майстер-класи з писанкарства та виготовлення листівок, які стали в нагоді напередодні Великодня та Дня вчителя);

- організовано свято «Випускний день – 2015» (у травні 2015 р. волонтери компанії влаштували справжній випускний бал для випускників: вдягнули 38 хлопців і дівчат у костюми та сукні, зробили зачіски та макіяж і створили незабутню атмосферу свята);

- започатковано освітній проект iLearn з метою допомогти учням скласти ЗНО та вступити до українських університетів (курси iLearn відповідають програмі ЗНО та містять відеолекції, тести, матеріали до самопідготовки та вебінари з викладачами);

- залучено близько 100 волонтерів під час активності для «Смарагдового міста», з яких 70 – співробітники «Кока-Кола» з різних філій;

- залучено понад 20 компаній та неурядових організацій з Києва, Харкова, Одеси та Донецької області, серед яких: «Колгейт-Палмолів Україна», «МТС Україна», AltexSoft, рекламна компанія «Радуга», група компаній «Проконсул», група компаній «Фактор», «Мистецький арсенал», БФ «Благомай», громадська спілка «Освіторія», Європейська бізнес асоціація та ін.;

- компанія сприяла висвітленню в медіа теми дітей-сиріт із зони АТО.

Прикладом відновлення інфраструктури населених пунктів є діяльність групи компаній «Метінвест» у 2014–2015 роках [4]:

– було перерозподілено частину коштів компанії, щоб допомогти людям, які опинилися у вкрай складних умовах. Обсяг соціальних інвестицій у 2014 році становив 133 млн грн;

– виділено понад 40 млн грн на відновлення соціальної інфраструктури в регіонах, що постраждали внаслідок збройного конфлікту. У Маріуполі, Авдіївці, Краснодоні, Єнакієвому та інших містах відбудовувались школи, лікарні, дитячі садки та житлові будинки;

– для відновлення інфраструктури мікрорайону «Східний» у Маріуполі після артилерійського обстрілу в січні 2015 року щодня у «Східному» працювали десятки будівельників і ремонтників від комбінатів ММК ім. Ілліча та «Азовсталь»: розбирали завали, склили школи й дитячі сади, відновлювали системи подачі води та електроенергії. Виконали скління понад півтори тисячі квартир. Відремонтували близько 30 приватних будинків, дві школи та чотири дитячі садки. На відновлення мікрорайону «Східний», а також на адресну допомогу жителям міста було виділено понад 7,5 млн грн;

– після масованого артобстрілу в серпні 2015 року селища Сартана було пошкоджено 60 будинків, п'ять з яких не підлягали відновленню. Компанією «Метінвест» було виділено понад 1 млн грн, і за лічені дні ММК ім. Ілліча розпочав відновлення постраждалої інфраструктури та житлових будинків: розчищалися завали, перекривалися дахи, проводилося скління понад сотні будинків;

– у межах програми «Відновлення Авдіївки» «Метінвест» виділив 18 млн грн на відновлення соціальних об'єктів і житлових будинків, що постраждали від обстрілів. На першому етапі програми до кінця 2015 року відремонтовано 80 багатопверхових і приватних будинків та 9 соціальних об'єктів, що дало змогу близько 1 200 мешканцям провести зиму в теплі, повернутися за шкільні парти 1 500 учням, а 800 дітям піти до дошкільних установ;

– через загострення криміногенної ситуації в Маріуполі «Метінвест» у травні 2014 року прийняв рішення про створення народних дружин з-поміж працівників металургійних комбінатів для патрулювання вулиць міста спільно з представниками органів внутрішніх справ. Щодня на патрулювання міста виходило близько 160 металургів. Ініціативу підтримали звичайні жителі та громадські організації – у цілому до народних дружин записалося понад 40 тисяч містян.

Прикладом створення координаційного центру та онлайн-платформи з вирішення проблем одного виду став соціальний проєкт з розвитку донорства крові «Лінія життя», запущеного компанією МТС Україна з 13 жовтня 2014 року. Він спрямований на привернення уваги суспільства до проблеми донорства крові, формування культури донорства та збільшення запасів якісної донорської крові шляхом забезпечення швидкого й доступного способу отримання інформації та консультацій з питань донорства крові [4].

У межах програми «Лінія життя» працює спеціалізований контактний центр, де кожен охочий може отримати інформацію з питань донорства крові, а саме: де можна здати кров, як проходить процедура і як до неї підготуватися, протипоказання до здачі крові, права донорів крові, пільги, які гарантуються донорам з боку держави тощо.

Також за програмою «Лінія життя» створено тематичний сайт [donor.mts.ua](http://donor.mts.ua). На інтерактивній карті можна легко знайти найближчий пункт приймання донорської крові, ознайомитися з історією донорства в Україні та світі, дізнатися про сумісність груп крові під час переливання, протипоказання для здачі крові та переконатися, що здавати донорську кров абсолютно безпечно й навіть корисно для здоров'я.

Прикладом надання гуманітарної допомоги є діяльність Гуманітарного штабу Р.Л. Ахметова в 2015 році [4]:

– 21 353 особи отримали індивідуальну адресну допомогу, з них 1 105 – діти;

– 40 224 особи отримали психологічну допомогу, з них 36 201 – діти;

– видано 4 640 983 дорослих продуктивних набори жителям Донбасу;

– видано 373 631 дитячий набір сім'ям із дітьми до 35 місяців;

– оздоровились та відпочили в таборі та літніх центрах 2 800 дітей;

– підготовлено 1 000 аптечок «Для матері і дитини»;

– 10 000 аптечок для літніх людей і 20 великих аптечок для бомбосховищ;

– 1 267 осіб старше 50 років було забезпечено кардіопрепаратами;

– 6 550 жителів Донбасу отримали інсулін;

– 2 500 «наборів для майбутніх мам», що містять усе необхідне для мами, дитини й лікаря під час пологів і в післяпологовий період, отримали ті мешканки Донецька і Макіївки, в яких дата пологів була запланована в строк до 31 березня 2015 року;

– 2 500 продуктивних наборів отримали пацієнти й медперсонал лікарень;

– 953 жінки з-поміж переселенців пройшли безкоштовне обстеження в «мобільній жіночій консультації», у тому числі 224 – інваліди.

**Висновки з цього дослідження.** Таким чином, бізнес має усвідомити свою значну роль у вирішенні суспільних проблем, особливо в конфліктний період. Компаніям досить важко дотримуватись принципів соціальної відповідальності в конфліктних умовах, оскільки вони зазнають фізичного, психологічного та фінансового тиску від сторін, що конфліктують, ускладнюються умови ведення

бізнесу, погіршується їх фінансовий стан. Їх діяльність стикається з фізичним, правовим, репутаційним, стратегічним, операційним, фінансовим, етичним та моральним ризиками. Проте у разі продовження ведення бізнесу в зоні конфлікту, компанії не повинні забувати, що вони є одним із суб'єктів суспільства і допомагати йому з урахуванням своїх можливостей. Можливими напрямками КСВ-діяльності для бізнесу є корегування корпоративного управління, забезпечення сприятливого середовища для працівників, запобігання порушенню прав людини, проведення соціальних інвестицій, підтримання осіб, що постраждали внаслідок конфлікту.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Аналітичні матеріали Центру «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org>.
2. Як працювати в конфліктні часи? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uspp.ua/yak-praczuivati-v-konfl%D1%96ktn%D1%96-chasi.html>.
3. Шергіна Л.А. Аспекти соціальної відповідальності бізнесу в конфліктні часи / Л.А. Шергіна, О.О. Савощенко // Молодіжний економічний дайджест. – 2015. – № 4. – С. 47–52.
4. Практики КСВ в Україні 2015 / за ред. М.А. Саприкіної М. ; Центр «Розвиток КСВ». – К., 2015. – 148 с.