

Електронний журнал «Державне управління: удосконалення та розвиток»
включено до переліку наукових фахових видань України з питань державного
управління (Наказ Міністерства освіти і науки України від 22.12.2016 № 1604)

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток



Дніпровський державний
аграрно-економічний
університет

ЛКС Центр
Видавництво ТОВ «ЛКС-центр»

Державне управління: удосконалення та розвиток № 2, 2015

УДК 321.01(045)

Г. Л. Рябцев,

доктор наук з державного управління, доцент, професор кафедри державної політики та суспільного розвитку,

Національна академія державного управління при Президентові України, м. Київ

МОЖЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ДО ВИРІШЕННЯ СУСПІЛЬНИХ ПРОБЛЕМ В УКРАЇНІ

G. L. Riabtsev,

Doctor of Science in public administration, associate professor, professor of public policy and social development,

the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv

THE POSSIBILITY OF ATTRACTING A SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS TO SOLVE SOCIAL PROBLEMS IN UKRAINE

Рівень взаємної довіри між владою, бізнесом і громадянським суспільством в Україні стрімко падає. Це проявляється в соціальній відчуженості замість солідарної відповідальності за соціально-економічний стан країни. Проте на тлі падіння довіри до політичних партій та їхніх лідерів, як до сил, здатних забезпечити зростання національної економіки, зростає довіра до представників вітчизняного бізнесу та іноземних компаній, що провадять свою діяльність в Україні. Тому для відновлення ресурсу довіри органи державної влади можуть використати можливості соціально відповідального бізнесу. Попри неготовність всіх представників бізнесу робити свій внесок у розвиток суспільства, багато великих компаній беруть на себе добровільні зобов'язання, що виходять за рамки встановлених «правил гри» і передбачають прийняття додаткових заходів для підвищення якості життя працівників та їхніх сімей, місцевого співтовариства й суспільства в цілому. Ці зобов'язання сформульовані в стандартах і правилах етики, статутах соціальної відповідальності й кодексах поведінки. Однак, попри велику кількість таких стандартів, одне лише бажання бізнесу сприяти вирішенню соціальних проблем не гарантує бажаного результату за відсутності незалежного контролю й примусу до дотримання компаніями всього комплексу встановлених норм і правил. З огляду на це, добровільні заходи щодо забезпечення соціально відповідальної поведінки бізнесу не виключають державного регулювання й контролю з боку представників громадянського суспільства.

The level of mutual trust between the authorities, business and civil society in Ukraine is falling rapidly. This manifests itself in social exclusion, instead of joint and several liabilities for the socio-economic situation of the country. But amid falling confidence in political parties and political leaders as to the forces that are able to ensure the growth of the national economy, increasing business confidence of both the Ukrainian business and foreign companies operating in Ukraine. Therefore, to restore credibility of the policy, the public authorities can take advantage of a socially responsible business. Despite the unwillingness of business

representatives to make their contribution to society, many large companies are taking on voluntary commitments that go beyond the established "rules of the game". They provide for additional measures aimed at improving the quality of life of workers and their families, local communities and society as a whole. These obligations are set forth in the standards and rules of ethics, social responsibility charters and codes of conduct. However, despite the large number of such standards, the mere desire of businesses to promote solution of social problems does not guarantee the desired results if there will be no independent monitoring and enforcement to ensure that the company complies with all the established rules and regulations. Given this, the voluntary measures taken socially responsible business, do not preclude state regulation and control by the civil society representatives.

Ключові слова: *механізми державного управління, вироблення державної політики, ресурси політики, ресурс довіри, соціальна відповідальність бізнесу.*

Keywords: *mechanisms of public administration, public policy making, policy inputs, credibility of the policy, social responsibility of business.*

Постановка проблеми. Останнім часом рівень взаємної довіри між владою, бізнесом і громадянським суспільством в Україні стрімко падає, що проявляється в соціальній відчуженості замість солідарної відповідальності за соціально-економічний стан країни.

Дослідження, проведене в березні 2015 року Центром «Соціальний моніторинг» (ЦСМ) та Українським інститутом соціальних досліджень імені О. Яременка (УІСД) спільно з Інститутом економіки та прогнозування НАН України, свідчить, що більшість українських громадян негативно оцінюють людей, які перебувають при владі. Майже третина опитаних (31 %) характеризує їх як стурбованих лише своїм матеріальним благополуччям і кар'єрою; 16 % – як слабких людей, нездатних розпорядитися владою, забезпечити порядок і послідовний політичний курс; 18 % – як патріотичних, але малокомпетентних політиків, які не знають, як вивести країну з кризи. Майже 14 % респондентів називають представників влади «маріонетками», повністю залежними від зовнішнього управління, і лише 15 % вважають, що нинішні політики ведуть державу вірним курсом.

Проте на тлі двократного порівняно з 2012 роком падіння довіри до політичних партій та їхніх лідерів, як до сил, здатних забезпечити зростання національної економіки, протягом 2014 року значно зросла довіра до представників вітчизняного бізнесу (удвічі, до 54 %) та іноземних компаній, що провадять свою діяльність в Україні (майже втричі, до 31 %). Цьому багато в чому сприяла активна діяльність тих із них, хто взяв на себе добровільні зобов'язання, що виходять за рамки встановлених натеper «правил гри» й передбачають вжиття додаткових заходів для підвищення якості життя працівників та їхніх сімей, місцевих громад і суспільства в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першочергова значимість ресурсів як основ влади відображена в теорії соціального обміну [1, с. 80]. Згідно з нею, нерівномірний розподіл дефіцитних ресурсів є найважливішою соціальною причиною підпорядкування одних людей іншим. Люди, які не мають ресурсів, отримують їх в обмін на виконання розпоряджень їхніх власників. Тобто одні потрапляють у залежність від інших, підкоряються їм.

Донедавна аналітики оперували лише правовими, монетарними й людськими ресурсами. Однак останнім часом науковці також розглядають ресурси більшості, примусу, часу й довіри, організаційний та інформаційний (когнітивний) ресурси [2, с. 196].

Нажаль, попри важливість та унікальність нематеріальних ресурсів, зокрема ресурсу довіри, їхнього докладного аналізу ще не зроблено, попри достатньо велику кількість досліджень у цій сфері (зокрема [3, 4]).

Метою статті є встановлення передумов залучення соціально відповідального бізнесу до вирішення проблем, що стоять перед українським суспільством.

Виклад основного матеріалу. Ринкову конкуренцію і прагнення отримати прибуток здавна вважали морально сумнівними. Наприкінці XIX століття англійський профспілковий діяч і публіцист Т. Дж. Даннінг зазначав: забезпечте 10 % прибутку, і капітал згоден на будь-яке застосування. При двадцяти відсотках він стає жвавим, при п'ятдесяти – готовий зламати собі голову, при ста – зневажає всі людські закони, при трьохстах – немає такого злочину, на який він не пішов би, навіть під страхом шибениці [5].

Антисоціальні заходи, пропоновані для боротьби з кризою, змушують суспільство вимагати від великих і малих компаній вияву все більшої моральності у вирішенні глобальних проблем сучасності, серед яких – забезпечення людства ресурсами (насамперед енергетичними) й запобігання забрудненню навколишнього середовища. Сьогодні мало хто з представників великого бізнесу здатний ухилитися від соціальної відповідальності, хоча кожен розуміє її по-своєму.

Немає єдності щодо поняття «соціальна відповідальність бізнесу» і серед представників громадськості, більше половини з яких не можуть пояснити, що це таке (рис. 1).

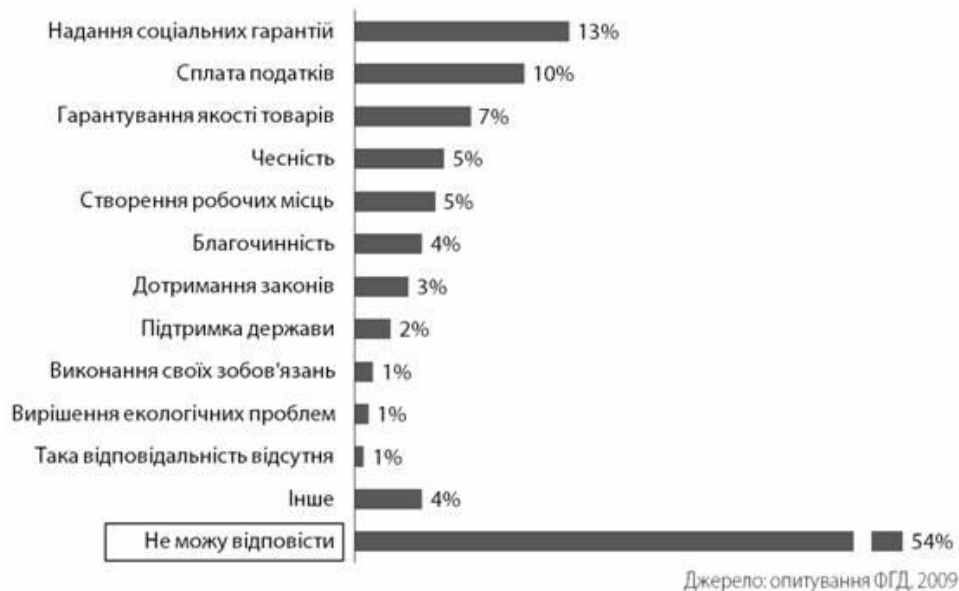


Рис. 1. Відповіді респондентів на питання, що таке «соціальна відповідальність бізнесу»

Ринкова економіка характеризується загальним поділом праці і складною взаємозалежністю, яка передбачає, що дії окремих бізнесменів чи компаній багато в чому визначаються вчинками інших. Оскільки внесок кожного з них майже неможливо встановити, виникає питання: хто має відповідати за кінцевий результат і в чому він полягає. І альтруїстичні підходи тут недоречні, інакше було б неможливо застосувати санкції до недобросовісних підприємців.

Відповідь на це питання перебуває не в області моралі, а полягає у встановленні деяких загальних, зрозумілих, стабільних і обов'язкових норм і правил, яких усі мають дотримуватися під час здійснення будь-яких дій. Це як у дорожньому русі: якщо для когось на світлофорі горить «зелений», то він із ризиком для життя припускає, що для інших горить «червоний». Йому не потрібно знати мотиви інших учасників руху і байдуже, зупиняються вони на перехресті з альтруїзму, страху чи думок про власну безпеку. Лише за наявності «правил гри» конкретні дії представників бізнесу здатні набути рамкового порядку, забезпечуючи надійність взаємних очікувань. Тільки тоді стає можливим узгодження поведінки та довгострокове планування.

«Правила гри» визначають, що є порушенням і як воно карається. Стосовно них у підприємницькому середовищі має панувати злагода. Через представників своїх інтересів бізнес призначає нейтрального «арбітра», який стежить за виконанням встановлених норм і застосовує санкції у разі їх порушення. Якщо правила дотримуються та існує нейтральна контрольна інстанція, можлива й сама гра, і конкуренція в ній. Нерегульована боротьба всіх проти всіх («дикий» ринок, прояви якого Україна ще відчуває) не має нічого спільного зі здоровою конкуренцією, прив'язаною до певної системи.

Встановлення загальних, зрозумілих, стабільних та обов'язкових для всіх норм і правил передбачає виконання таких умов:

1. Правила повинні бути однаковими для всіх. Не можна, щоб одна команда, наприклад, грала в футбол, а інша – в хокей чи застосовувала допінг. Більшість соціально-політичних проблем порядку денного – від місцевих до загальних – є наслідком саме неоднакових правил, установлених для різних груп спеціальних інтересів (стейкхолдерів).

2. Правила мають бути відомі всім і визнаватися всіма. Здоровій економіці заважає не стільки невизначеність правил, скільки невизнання деяких із них, що призводить до прихованих порушень. Значення цього пункту особливо актуально для України та інших країн із перехідною економікою.

3. Правила слід встановлювати. Бажаного результату можна досягти не стільки закликами до дотримання норм, скільки примусом до їх виконання. При цьому неприпустимо, якщо арбітр приймає чийсь бік.

4. Конкурентне суспільство передбачає існування достатньої кількості приблизно рівних за силою гравців, кожен з яких може отримати перевагу.

5. Гравці повинні хотіти виграти. Завжди існує прагнення домогтися гарантій стабільності й вийти з боротьби. Але вона повинна бути гострою, а узгоджені дії – заборонені.

6. Правила мають бути стабільними, щоб забезпечувати надійність взаємних очікувань. Їхні норми слід змінювати публічно, із чітким визначенням дати та однаково для всіх. При цьому не можна вимагати їхнього дотримання лише від однієї групи спеціальних інтересів чи окремих суб'єктів господарювання. Такі дії призводять до того, що можна було б назвати «небажаним природним відбором».

7. Заклики до чесності нічого не варті, якщо за ними немає підтримки суспільства й захисту держави. Їх можна втілити в життя тільки на основі підкріплених санкціями правил. Совість окремої людини не може компенсувати нездатність державних і суспільних інститутів. Тому правила слід встановлювати так, щоб стала можливою справедливість, тобто індивідуальна моральна поведінка.

Чинні сьогодні в більшості економічно розвинених країн «правила гри» складаються з Конституції, адміністративного, кримінального та господарського права, усього законодавчого комплексу в галузі підприємництва, правил відповідальності та відшкодування збитків, а також моральних і культурних стандартів поведінки. При цьому кожен гравець вільний самостійно вибирати підхід до дотримання загальноприйнятих норм: від формального, що полягає у повній і своєчасній сплаті податків, до морального, що передбачає самостійний пошук можливостей зробити внесок у вирішення соціальних проблем (рис. 2).

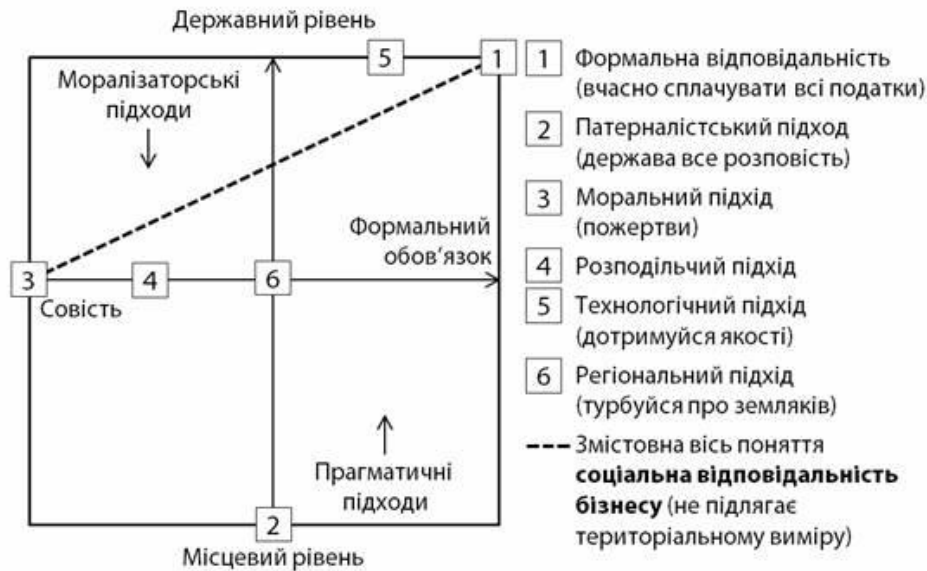


Рис. 2. Основні підходи до дотримання «правил гри»

Дотримання встановлених «правил гри» проявляється щодо власних працівників, місцевого населення, навколишнього середовища, суспільства в цілому та означає для бізнесу:

- гарантії вищого суспільного статусу й лояльності влади;
- формування привабливого образу компанії, що стимулює збільшення продажів і зміцнює позиції на ринку, а також привертає увагу інвесторів;
- збільшення продуктивності праці та згуртованості колективу, запобігання акціям протесту й підвищення лояльності працюючих керівництву компанії;
- сприяння створенню благополучного суспільства, що забезпечує, у свою чергу, сприятливі умови для розвитку бізнесу.

Але не слід забувати, що в дотриманні «правил гри» (особливо в частині моральних і культурних стандартів) можливості бізнесу є обмеженими. Це пояснюється тим, що їхнє добровільне виконання:

- порушує принцип максимізації прибутку;
- автоматично перетворює соціальні затрати компаній у затрати, що можна перенести на споживача (наприклад, у вигляді підвищення цін);
- не гарантує вирішення соціальних проблем, оскільки бізнес не володіє для цього достатніми знаннями та уміннями;
- створює в непоінформованій частині суспільства уявлення, що, дотримуючись «правил гри», бізнес відкуповується за свої протиправні дії.

З огляду на це, не слід шукати моральної основи в окремих вчинках підприємців – соціальні проблеми можуть бути вирішені тільки зусиллями всього суспільства. Кожен бізнесмен здатний проявити бажану поведінку, лише коли до цього готові всі інші. Поки морально обґрунтовані варіанти дій не стануть привабливими, суспільство не має права закликати до високої моральності окремі компанії, оскільки позиція інших може змінюватися – від соціального відгуку, який передбачає надання допомоги тільки у випадку наполегливого «прохання» суспільства, до обструкції, що заперечує будь-яку соціальну відповідальність (рис. 3).

Соціальна відповідальність		Позиція бізнесу	Дії
Соціальна відповідальність ↑ вище ↓ нижче	Соціальний внесок	пошук можливостей зробити внесок у вирішення соціальних проблем	Проактивні
	Соціальний відгук	надання допомоги, лише коли просять, відсутність ініціативи	Пристосування
	Соціальні зобов'язання	обмеження відповідальності прибутковою діяльністю та створенням робочих місць	Захист
	Соціальна обструкція	заперечення відповідальності, приховування неприйнятних дій	Супротив

Рис. 3. Рівні соціальної відповідальності бізнесу

Попри неготовність всіх представників бізнесу робити свій внесок у розвиток суспільства, у 1970-1990-х багато

великих компаній взяли на себе добровільні зобов'язання, що виходили за рамки встановлених на той час «правил гри» і передбачали прийняття додаткових заходів для підвищення якості життя працівників та їх сімей, місцевого співтовариства і суспільства в цілому. Вони були сформульовані в різних стандартах і правилах етики, статутах соціальної відповідальності й кодексах поведінки (окремі корпорації навіть відкоригували свої місії, наприклад у групи компаній BP з'явився слоган «Не лише бензин»).

Приводом для таких революційних змін стало загострення глобальних проблем сучасності та активізація екологічного руху (хоча прихильники «теорії змови» пояснюють їх наміром корпорацій позбавити національні уряди функцій «арбітра»). Свою роль зіграв і ряд техногенних катастроф, що підірвали довіру до енергетичних компаній, зокрема, вибух на буровій платформі BP Deepwater Horizon в Мексиканській затоці в 2010 році, аварія на АЕС Фукусіма-1 у 2011 році та аварія нафтового танкера Exxon Valdez поблизу берегів Аляски в 1989 році.

Прямим наслідком останньої стала поява CERES Principles – кодексу екологічної поведінки, що містить зобов'язання:

- з охорони біосфери;
- раціонального використання природних ресурсів;
- скорочення обсягів та утилізації відходів;
- енергозбереження;
- скорочення ризиків;
- надання безпечних продуктів і послуг;
- відновлення навколишнього середовища;
- інформування громадськості;
- відповідальності керівництва;
- незалежного аудиту та надання звітів.

Принципи CERES стали одними з перших правил корпоративної соціальної відповідальності (табл. 1), найбільш поширеним з яких є стандарт AccountAbility 1000 (AA1000), заснований на принципі звітності з потрібним підсумком (3BL) Джона Елкінгтона. Цей документ містить рекомендації з організації діалогу між суспільством, державою і корпораціями, зацікавленими у дотриманні «правил гри». Перша десятка компаній зі списку Fortune 500, що найбільше йому відповідають, виглядає таким чином: Vodafone, General Electric, HSBC Holdings, France Télécom, HBOS, Nokia, Électricité de France, Suez, BP, Royal Dutch Shell.

Таблиця 1.
Міжнародні стандарти соціальної та екологічної відповідальності

Назва	Зміст
AccountAbility 1000 Series (AA 1000S)	Принципи підготовки соціальних звітів на базі діалогу зі стейкхолдерами
Agence de Rating Social et Environnemental sur les Entreprises (ASPI)	Індекси сталих показників діяльності Arese для компаній, що котируються на Європейському фондовому ринку
Balanced Business Scorecard (BBS)	Система збалансованих показників оцінки бізнесу від Balanced Scorecard Institute
Caux Round Table Principles for Business	Принципи ведення соціально відповідального бізнесу
Dow Jones Sustainability Group Index (DJSI)	Індекс сталості Dow Jones
EFQM Business Excellence Model	Принципи досягнення ефективності бізнесу відповідно до інтересів суспільства
Principles for Global Corporate Responsibility: Bench Marks for Measuring Business	Стандарти і принципи дій відповідальної компанії, спільний проект Interfaith Center Corporate Responsibility (ICCR, США), The Ecumenical Council for Corporate Responsibility (ECCR, Філіппіни), The Christian Centre for Socially Responsible Investment (CCSRI, Австралія) і KAIROS-Canada (Канада)
EU Eco-Management and Audit Scheme (EMAS)	Система екологічного менеджменту та аудиту для верифікації діяльності щодо захис навколишнього середовища
Ethical Trading Initiative Base Code (ETI)	Принципи справедливої торгівлі
EU Eco-label criteria	Система екологічної оцінки компаній
FTSE4Good Selection Criteria	Індекс ефективності компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності, спільний проект FTSE і The Financial Times
Global Reporting Initiative Guidelines (GRI)	Принципи і стандарти соціальної та екологічної звітності
ICC Business Charter for Sustainable Development	Керівництво зі сталого розвитку
ISO 9000/14001	Міжнародний стандарт в галузі екологічного управління якістю
OECD Guidelines for Multinational Enterprises	Рекомендації для транснаціональних компаній в галузі ділової етики, інформаційної відкритості, охорони навколишнього середовища, роботи з персоналом, дотримання людини, боротьби з корупцією, взаємин із споживачем, розвитку науки і технологій, конкуренції та оподаткування
Social Accountability 8000 (SA 8000)	Міжнародний стандарт соціальної відповідальності підприємств
SIGMA Guidelines	Практичні рекомендації для організацій щодо внесення ними істотного внеску в стал розвиток
Global Sullivan Principles of Corporate Social Responsibility	Загальні рекомендації та принципи в галузі соціальної відповідальності корпорацій
The Natural Step (TNS)	Принципи досягнення сталого розвитку
UN Global Compact	Базові принципи для корпорацій, готових брати участь у вирішенні глобальних проблем цивілізації

Одним з нещодавніх прикладів прийняття бізнесом нових добровільних зобов'язань стали сформульовані

Міжнародним енергетичним агентством у 2012 році «Золоті правила Золотого століття природного газу» [6], що закликають видобувні компанії дотримуватися принципів:

- ефективного планування;
- повної прозорості діяльності;
- конструктивного діалогу з місцевими громадами, жителями та іншими зацікавленими сторонами на всіх етапах розробки родовищ, у тому числі перед початком бурових робіт;
- обов'язкового моніторингу навколишнього середовища до і після буріння;
- дотримання незалежності процедур оцінки й контролю;
- правильного вибору місць буріння для зведення до мінімуму ризиків впливу на місцеві громади, землекористування та навколишнє середовище;
- жорстких стандартів проектування, будівництва, цементування і тестування цілісності свердловин;
- гарантування високого рівня екологічної безпеки, у тому числі шляхом зведення до мінімуму обсягів використовуваної води, матеріалів і реагентів.

Утім, попри велику кількість стандартів соціальної відповідальності, не слід забувати, що одне лише бажання бізнесу сприяти вирішенню соціальних проблем не гарантує бажаного результату за відсутності незалежного контролю й примусу до дотримання компаніями всього комплексу встановлених норм і правил. Адже, як зауважив американський фінансист Джордж Сорос: «За умов висококонкурентного середовища люди, стурбовані проблемами відносин з іншими людьми, успішніші менше, ніж ті, хто не обтяжений моральними міркуваннями» [7].

З огляду на цю причину, користуючись неухильністю з боку національних урядів і пасивністю громадських організацій, бізнес нерідко ініціював реалізацію програм соціальної відповідальності виключно заради майбутніх прибутків або для приховування дій, сумнівних з етичної точки зору. Звинувачення в цьому почастішали, зокрема, після неправдивого повідомлення про запаси нафти, який завдав у 2004 році серйозної шкоди репутації Royal Dutch Shell, і вже згадуваної аварії платформи Deepwater Horizon групи компаній BP, відомої своїми екологічними рекламними кампаніями. Тому добровільні заходи щодо забезпечення соціально відповідальної поведінки бізнесу не виключають необхідність державного регулювання й контролю з боку представників громадянського суспільства.

Висновки:

1. Проведені соціологічні дослідження свідчать, що рівень взаємної довіри між владою, бізнесом і громадянським суспільством стрімко падає. Це проявляється в соціальній відчуженості замість солідарної відповідальності за соціально-економічний стан країни.

2. На тлі падіння довіри до політичних партій та їхніх лідерів, як до сил, здатних забезпечити зростання національної економіки, зростає довіра до представників вітчизняного бізнесу та іноземних компаній, що провадять свою діяльність в Україні.

3. Для відновлення ресурсу довіри органи державної влади можуть використати можливості соціально відповідального бізнесу.

4. Попри велику кількість стандартів соціальної відповідальності, одне лише бажання бізнесу сприяти вирішенню соціальних проблем не гарантує бажаного результату за відсутності незалежного контролю й примусу до дотримання компаніями всього комплексу встановлених норм і правил.

5. Добровільні заходи щодо забезпечення соціально відповідальної поведінки бізнесу не виключають необхідність державного регулювання й контролю з боку представників громадянського суспільства.

Перспективи подальших досліджень. У подальшому роботу буде зосереджено на розробленні конкретних рекомендацій органам виконавчої влади, спрямованих на реалізацію запропонованої політики.

Література.

1. Ритцер Дж. Современные социологические теории / Дж. Ритцер : пер. с англ. – СПб. : Питер, 2002. – 688 с.
2. Марченко Г. И. Имидж в политике / Г. И. Марченко, И. А. Носков. – М. : Владос, 1997. – 420 с.
3. Crozier M. Actors and Systems. The Politics of Collective Action / Michel Crozier, Erhard Friedberg. – Chicago : The University of Chicago Press, 1980. – P. VII + 333.
4. Knoepfel P. Public policy analysis / Peter Knoepfel, Corrinne Larrue, Frederic Varone and Michael Hill. – Bristol : The Polity Press, 2007. – XVII + 317 p.
5. Dunning T. J. Trade's Unions and Strikes: Their Philosophy and Intention. – London : Published by the author, and Sold by M. Harley, No 5, Raquet court, Fleet street, E.C. 1860. – P. 35-36. – 52 p. (цит. за Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – 2-е изд. – Т. 23. – С. 770).
6. Golden Rules for a Golden Age of Gas [Електронний ресурс] / International Energy Agency. – Режим доступу : http://www.worldenergyoutlook.org/media/weowsite/2012/goldenrules/weo2012_goldenrulesreport.pdf (дата звернення 04.01.15).
7. Сорос Дж. Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности [Електронний ресурс] / Джордж Сорос ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1999. – XXVI, 262 с. – Режим доступу : <http://capitalizm.narod.ru> (дата звернення 04.01.15).

References.

1. Ritcer, Dzh. (2002), *Sovremennye sociologicheskie teorii* [Contemporary Sociological Theory], Piter, Saint Petersburg, Russian Federation.
2. Marchenko, G. I. and Noskov I. A. (1997), *Imidzh v politike* [The image in politics], Vlados, Moscow, Russian Federation.
3. Crozier, M. and Friedberg, E. (1980), *Actors and Systems. The Politics of Collective Action*, The University of Chicago Press, Chicago, USA.
4. Knoepfel, P., Larrue, C., Varone, F. and Hill, M. (2007), *Public policy analysis*, The Polity Press, Bristol, UK.
5. Dunning, T. J. (1860), *Trade's Unions and Strikes: Their Philosophy and Intention*, Publ. by the author, and Sold by M. Harley, No 5, Raquet court, Fleet street, E.C., London, UK.
6. International Energy Agency (2012), *Golden Rules for a Golden Age of Gas*, available at: http://www.worldenergyoutlook.org/media/weowsite/2012/goldenrules/weo2012_goldenrulesreport.pdf (Accessed 4 January 2015).

7. Soros, G. (1998), *The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered* , available at: <http://capitalizm.narod.ru> (Accessed 4 January 2015).

Стаття надійшла до редакції 20.02.2015 р.