

ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ ПОЛІТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ У КРАЇНАХ ЧОРНОМОРСЬКОГО БАСЕЙНУ

Орехова Т.В., д.е.н., професор кафедри «Міжнародна економіка», завідувач кафедри «Прикладна економіка і бізнес-адміністрування» Донецького національного університету

Біркентале В.В., к.е.н., доцент кафедри «Теоретична та прикладна економіка» Державного університету інформатики і штучного інтелекту (м. Донецьк)

Транснаціональні компанії сьогодні знаходяться під впливом інституційного середовища як країни базування, так і країни-реципієнта. У міру того як соціальні цілі стають більш багатогранними, а питання, пов'язані з добробутом людини, поширюються за межі матеріального, включаючи такі поняття, як чесність, незалежність, безпека та охорона навколишнього середовища, стимулюючи структурні зрушення, що ініціюються ТНК, набувають усе більшого значення для їх внеску в удосконалення соціального середовища, у якому вони функціонують.

Найважливішим завданням, що стоїть сьогодні перед корпораціями, є досягнення за допомогою своєї діяльності найвищого ступеня задоволення потреб суспільства, частиною якого вони є. Ці потреби можуть виходити далеко за рамки створення матеріального блага, і містити ряд соціальних цілей, таких як захист навколишнього середовища. З іншого боку, якщо попит на дешеву продукцію превалює над попитом на соціально відповідальну поведінку, це також знайде відображення в діяльності ТНК.

Сама ідея асоціювання соціальної відповідальності з великими підприємствами не є новою. Наприклад, коли брати Левер збудували корпоративне місто Порт Санлайт, воно втілило у собі вірування засновників компанії поряд із патерналістськими поглядами на характер відповідальності пізньої Вікторіанської епохи. І хоча в кінці XIX ст. у Британії відбулося багато соціальних поліпшень, таких як заборона на дитячу працю, обмеження робочих годин, корпоративна соціальна відповідальність у ті часи значно відрізнялася від тієї, якою ми звикли її сприймати сьогодні. ТНК XXI ст. через володіння акціями або за допомогою інших контрактних і коопераційних засобів, здійснюють широкий ряд заходів. У сучасній глобальній економіці продукція та сервіс, пропоновані ТНК, являють собою матеріал для створення індивідуальності й життєвого стилю споживача. Деякі навіть вважають, що очікування того, що ТНК мають пропагувати соціальну відповідальність, саме по собі є вираженням індивідуальності і життєвого стилю [1].

Діяльність сучасних ТНК у соціальній сфері є поєднанням внесків, що здійснюються персоналом підприємства, його акціонерами, кредиторами, клієнтами, постачальниками, неурядовими організаціями й урядом. Залежно від ступеня впливу тієї чи іншої групи в різних сферах виробництва, так само як і в різних країнах, різними є і очікування від соціальної політики ТНК.

За рахунок такого широкого спектра факторів впливу, список понять, що включені до «корпоративної соціальної відповідальності», також є досить великим. Її основу становлять питання охорони навколишнього середовища й умов праці, останнім часом велику увагу привертають також боротьба з бідністю і дотримання прав людини у країнах, що розвиваються. В окремих випадках сюди включають також питання організації праці та представлення колективних інтересів, у той час як мінімізацію податків і трансфертні ціни майже ніколи не відносять до даної теми, хоча їх вплив на приймаючі країни може бути значним. Більш того, вчені із країн, що розвиваються, піддали критиці той факт, що корпоративна соціальна відповідальність сфокусована на питаннях, важливих для розвинених країн, більше, ніж на проблемах країн, що розвиваються, які потребують негайного вирішення.

Незважаючи на те що соціальна відповідальність корпорацій є порівняно новим напрямом у менеджменті підприємства, дана проблема досліджується багатьма науковцями, такими як Д. Вогель, С.Б. Банержі, Г. Арас, Д. Кроузер, Ф. Котлер, Н. Лі, Я. Джонкер, М. де Вітто та іншими.

Роль і відповідальність приватного сектору стосовно забезпечення сталого розвитку є потрійною. По-перше, компанії впливають на проблеми сталості й таким чином є співвідповідальними за них. Наприклад, вони надмірно використовують природні багатства, продукуючи забруднення та викиди, що обтяжує природні можливості, і втручаються шляхом взаємодії з екосистемою. Соціально вони впливають на здоров'я та життя робочої сили, часто експлуатуючи дитячу працю та зловживаючи владою. Через глобалізацію такий вплив чиниться в більших масштабах і непрямо через постачальників.

ПРОБЛЕМИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

По-друге, компанії є свідомими, що вони володіють коштами щодо вирішення проблем сталого розвитку. У них є можливості знизити негативний вплив; вони утворюють економічні та соціальні блага, надають роботу, забезпечують добробут та можливості для соціального залучення людей.

І, насамкінець, спільнота покладає обов'язки на компанії відповідно до їх ролі в економіці та суспільстві.

Незважаючи на широке дослідження даного питання у науковій літературі, невизначеним залишаються відмінності, які існують у практиці ведення політики корпоративної соціальної відповідальності залежно від розміру компанії, ступеня її інтернаціоналізації, географічних та галузевих ринків ведення її діяльності.

Таким чином, головною метою даної роботи є визначення диференціацій в інструментах політики корпоративної соціальної відповідальності компаній, зокрема у країнах Чорноморського басейну.

Задля виявлення в діяльності ТНК дій, які формують їх практику корпоративної соціальної відповідальності, перш за все необхідно визначитись із критеріями їх класифікації як таких.

Соціальна відповідальність корпорацій (СВК) ураховує вищенаведені проблеми і допомагає створити та підтримати гармонійні відносини між усіма зацікавленими сторонами. Для компаній це означає відповідальне поведіння, яке заходить далеко за межі мінімальних законодавчих вимог, і передбачає слідування сталим принципам. У широкому сенсі СВК передбачає відповідальність, яку корпорації несуть щодо суспільства, у якому вони знаходяться та працюють, не відкидаючи того факту, що сфера її впливу виходить далеко за межі цього.

Сьогодні вже стало звичним, коли великі транснаціональні корпорації роблять кроки назустріч суспільству у вигляді будівництва об'єктів соціально-культурного призначення, відтворення природних багатств, боротьби з бідністю та невиліковними хворобами тощо.

Однією з перших праць, присвячених проблемі соціальної відповідальності корпорацій, було дослідження Г. Боуена під назвою «Соціальна відповідальність бізнесмена», яке вийшло в світ у 1953 р. Боуен стверджував, що відколи соціальні інституції формували економічні наслідки, слід було очікувати, що бізнес фірми як економічний результат суспільних інтересів має враховувати соціальний аспект своєї діяльності.

Котлер та Лі зазначали, що соціальна відповідальність корпорацій є зобов'язанням поліпшити добробут спільноти через довільну ділову практику та вкладання корпоративних ресурсів.

Згідно із Блумом та Гундлачем, СВК є зобов'язаннями фірми до своїх стейкхолдерів – людей та груп, які можуть впливати, і на яких впливає корпоративна політика та практика. Дані зобов'язання переходять за межі законодавчих вимог та обов'язків компанії перед своїми акціонерами. Виконання даних зобов'язань спрямоване на мінімізацію будь-якого шкідливого та максимізацію довготривалого сприятливого впливу фірми на суспільство.

Мак-Вільямс та Сігель вважають, що СВК є діями, які виникають для сприяння певним соціальним благам, які перебувають за межами інтересів фірми та того, що вимагається законодавством.

Яксон у свою чергу зауважує, що соціальною відповідальністю корпорацій вважаються узагальнені відносини корпорації з усіма її стейкхолдерами. Елементи корпоративної соціальної відповідальності включають інвестиції в роботу зі спільнотою, відносини з найманими працівниками, створення і підтримання зайнятості, відповідальність за довкілля, права людини та фінансову ефективність.

Кроузер та Райман-Бахус зазначають, що соціальна відповідальність корпорацій стосується відносин між глобальними корпораціями, урядами країн та окремими громадянами.

Зокрема, Європейська Комісія розглядає СВК як «концепцію, на підставі якої компанії інтегрують соціальні питання та питання довкілля у своїх ділових операціях та співпраці зі своїми стейкхолдерами на добровільній основі. Бути соціально відповідальним означає не тільки виконання законодавчих вимог, а й вихід за ці межі» [6].

Найбільш загальними визначеннями «стейкхолдерів» у даному випадку є такі:

- це ті групи, без підтримки яких організація припинила б існування;
- це будь-яка група чи особа, що може впливати чи на яку впливає досягнення організаційних цілей.

Виходячи з наведених визначень можна дійти висновку, що багато осіб можуть бути стейкхолдерами організації. Найбільш узагальненими групами таких вважаються: менеджери, найняті працівники, споживачі, інвестори, акціонери, постачальники.

Окрім цього, є кілька типових груп, які сюди також входять. Це: уряд, суспільство в цілому; місцева спільнота.

Багато фахівців вважають, що тільки люди можуть бути стейкхолдерами організацій. Інші ж поширюють це поняття, справедливо вважаючи, що докільля перебуває під впливом діяльності корпорацій. Такий вплив організаційної діяльності може набувати багато форм, серед яких: споживання природних ресурсів як частина виробничого процесу; вплив конкуренції між ними й іншими фірмами на тому самому ринку; збагачення місцевої спільноти через створення можливостей зайнятості; трансформація ландшафту через відбір сировини чи зберігання відходів; розподіл багатства, утвореного всередині фірми, між співвласниками (через дивіденди) та найманими працівниками (через заробітну плату), і вплив цього на добробут окремих осіб; забруднення, спричинене збільшенням обсягів перевезень і часу на його здійснення.

Відтак, багато фахівців вважають, що існує ще один стейкхолдер – докільля.

Існують два основних підходи до класифікації стейкхолдерів:

1. Поділ на внутрішні та зовнішні. Внутрішніми стейкхолдерами вважаються ті, які знаходяться всередині організації: наймані працівники та менеджери. До зовнішніх же відносять такі групи, як постачальники чи споживачі тощо, тобто ті, хто не вважаються частиною організації. Однак, незважаючи на простоту і, як здається з першого погляду, досконалість такого підходу, у сучасних організаціях стає важко розрізнити ці два типи, позаяк наймані працівники можуть бути субпідрядниками, а постачальники – іншою організацією тієї самої групи.

2. Поділ на добровільних та недобровільних. Добровільні стейкхолдери можуть обирати, бути взагалі стейкхолдером даної організації чи ні, у той час як недобровільні такого права позбавлені. Наприклад, найманий працівник може зробити вибір на рахунок продовження роботи на корпорацію, і тому він є добровільним стейкхолдером. Місцева спільнота чи докільля не мають змоги обирати і, таким чином, вважаються недобровільними стейкхолдерами.

Конференція ООН з торгівлі та розвитку визначає соціальну відповідальність корпорацій таким чином: соціальна відповідальність корпорацій стосується того, як ділові підприємства відносяться і впливають на потреби та цілі суспільства. Вважається, що всі суспільні групи відіграють певну роль і виконують певні функції, що можуть змінюватися з часом з еволюцією самого суспільства. Відповідно швидко змінюються очікування й щодо самих підприємств, зокрема до ТНК, з огляду на розширення ролі, яку вони відіграють у глобалізованому суспільстві.

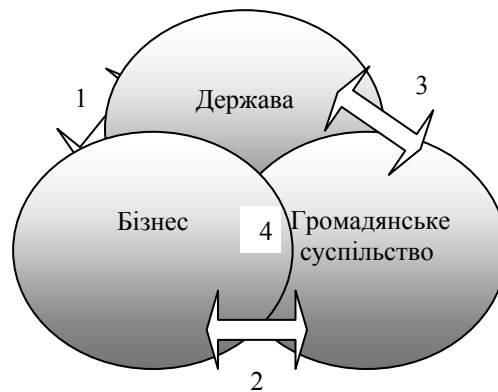
Міжнародна організація роботодавців визначає СВК як «ініціативи компаній щодо добровільної інтеграції соціальних питань та питань докільля у свої ділові операції та у взаємодію зі своїми акціонерами». Як видно, тут надто вузько розглядається проблема соціальної відповідальності корпорації, оскільки, хоча і ведеться мова про здійснення заходів соціального характеру та стосовно захисту докільля, однак тут не передбачається співпраці із зацікавленими соціальними групами.

Міжнародна торгово-промислова палата пропонує таке визначення соціальної відповідальності корпорацій із точки зору бізнесу: це добровільне зобов'язання бізнесу керувати своєю діяльністю відповідальним чином. Міжнародна ТПП додає, що зростаюча кількість компаній застосовує СВК як вичерпний набір цінностей та принципів, які інтегровані в ділові операції через управлінську політику і практику та процес прийняття управлінських рішень.

Таким чином, доцільно розглядати соціальну відповідальність корпорацій у режимі сталого управління, що інтегрує три виміри: бізнесовий, суспільний та політичний (у значенні публічної політики) (рис. 1).

Різниця в політиці корпоративної соціальної відповідальності фірми відображає відмінності у знаннях і мотивації, а також наявності ресурсів і можливостей. Роль одних фірм зводиться до пасивної філантропії, інші вживають більш активних заходів, які часом набувають форми так званої стратегічної корпоративної соціальної відповідальності, яка об'єднує заходи, пов'язані із соціальною відповідальністю підприємства і його основну діяльність.

Хоча вигоди від корпоративної соціальної відповідальності є цілком реальними, їх розмір важко виміряти, а ще складніше відокремити від інших факторів, які позначаються на фінансових показниках діяльності підприємства. Проте проведений нещодавно серед 52 підприємств комплексний аналіз виявив певний привід для оптимізму. Він показав, що фінансові результати діяльності фірми як із точки зору бухгалтерської звітності, так і ринкових показників прямо пропорційні рівню соціальної відповідальності підприємства [2].



1. Відносини «Держава-Бізнес»
2. Відносини «Бізнес-Суспільство»
3. Відносини «Держава-Суспільство»
4. Відносини Соціальної Відповідальності Корпорацій

Рис. 1. Виміри режиму сталого управління СВК

Для реалізації поставленої в даному дослідженні мети доцільним є вивчення практики корпоративної соціальної відповідальності шляхом проведення експертних опитувань топ-менеджерів полярних за масштабами інтернаціоналізації та сферами діяльності транснаціональних компаній. Прикладами таких компаній можуть стати, з одного боку, компанії, що мають глобальну структуру розподілу своїх підрозділів і охоплення глобальних ринків, а з іншого – компанії, що тільки починають формувати свій транснаціональний бізнес. У якості першого типу компанії пропонується розглянути глобальну компанію «Cargill», яка має досвід ведення бізнесу як у розвинених країнах, так і у країнах, що розвиваються, а також у країнах із перехідною економікою. Компанія «Cargill» була заснована у 1865 р. як компанія, що знаходиться у приватній власності. За 2010 р. виторг від продажів та інших видів діяльності компанії «Cargill» становив 107,9 млрд. дол. Чистий прибуток склав 2,6 млрд. дол. [7]. У компанії «Cargill» зайнято 131 тис. робітників по 65 країнах світу: 11 країн Африки, 14 країн в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, 22 країни Європи, 14 країн Латинської Америки, 3 країни Північної Америки і одна країна Близького Сходу, у тому числі у таких країнах Причорномор'я, як Болгарія, Румунія, Росія, Туреччина, Україна. Основним сферами діяльності компанії є аграрний бізнес, виробництво індустріальне виробництво, харчова промисловість та фінанси.

Як приклад другого типу компаній може служити українська компанія «System Capital Management», яка тільки починає розвивати свій транснаціональний бізнес. Консолідований виторг компанії за 2009 р. склав 8,151 млрд. дол. До групи компаній «System Capital Management» входить більш ніж 100 компаній і понад 150 тис. співробітників. SCM є одним із найбільших вітчизняних інвесторів в українську економіку [8].

Діяльність компанії СКМ зосереджена на шести основних сферах: гірничо-металургійній, електричній та розподілі електричної енергії, фінансах, телекомунікаціях, мас-медіа та нерухомості. Крім того, СКМ управляє активами в інших секторах промисловості, включаючи видобуток глини, роздрібну торгівлю і торгівлю нафтопродуктами. Компанія має досвід транснаціоналізації власного бізнесу, у тому числі в таких країнах Причорномор'я, як Болгарія та Росія.

У проведеному дослідженні як експерти взяли участь співробітники та керівники підрозділів по роботі з персоналом, зв'язків із громадськістю та комунікацій, комерційної діяльності, керівники виробничих підрозділів досліджуваних компаній.

Аналіз відповідей експертів щодо оцінки значущості політики СВК для керівництва компанії показав, що більше значення СВК надає керівництво компанії ринку, що формується, із початковим характером транснаціоналізації власного бізнесу у зв'язку з більш високою необхідністю формування позитивного іміджу відкритої, соціально відповідальної компанії, у тому числі задля підвищення її інвестиційної привабливості та задоволення формальних і неформальних вимог відкриття доступу на міжнародні ринки (рис. 2).

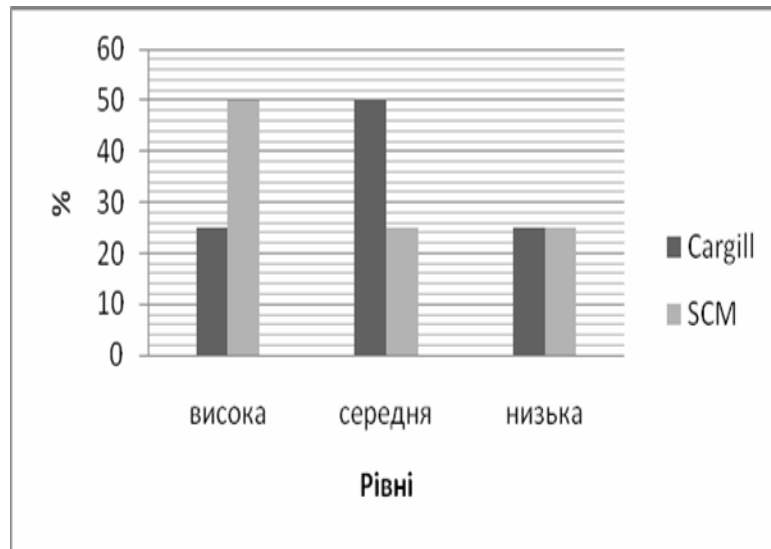


Рис. 2. Розподіл відповідей експертів щодо оцінки значущості політики СВК для керівництва компанії

Відповідно до класифікації відношення СВК до основного бізнесу на такі види, як: сфера СВК як ядро основного бізнесу компанії; СВК як додатковий бізнес компанії; СВК як практика, спрямована на подолання негативних наслідків основного бізнесу; СВК як частка політики формування іміджу компанії; експертами було ідентифіковано політику СВК відносно діяльності досліджуваних компаній. Серед існуючих видів даного відношення розподіл відповідей експертів як щодо діяльності компанії «Cargill», так і щодо діяльності компанії «SCM», був ідентичним (рис. 3).

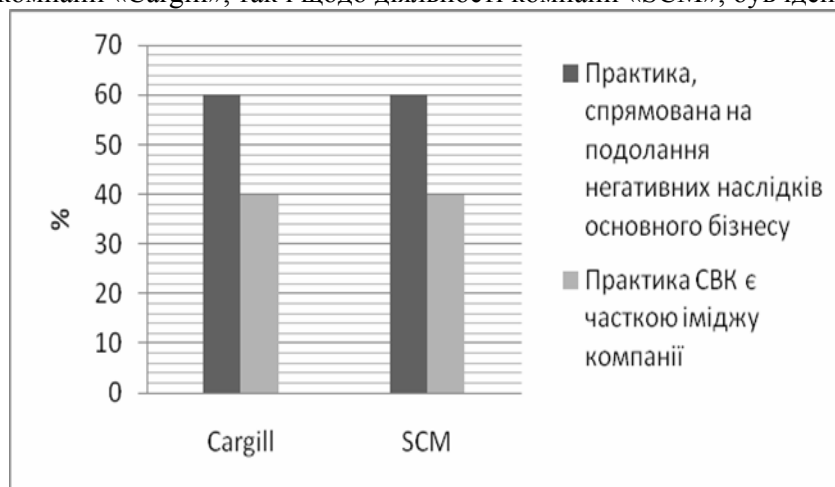


Рис. 3. Розподіл відповідей респондентів на запитання «Як відноситься політика СВК з основним бізнесом Вашої компанії?»

Проте в оцінках експертів щодо значущості проектів СВК, що запроваджуються у діяльності компаній, спостерігалися певні розбіжності. Місцева інтегрована компанія з початковим характером транснаціоналізації своєї діяльності виявилася більш орієнтованою у свій політиці СВК на місцеву та національну громадськість, що виражається у більш високій оцінці значущості проектів благодійності та спонсорства, взаємодії з місцевою громадськістю (рис. 4). Для компанії із глобальним характером бізнесу характерним є високий рівень оцінки значущості проектів, спрямованих на охорону навколишнього середовища, що також пояснюється великою часткою аграрного бізнесу у виробничому портфелі компанії (рис. 4). Соціальні проекти та внутрішні інструменти політики СВК у сфері корпоративного управління та бізнес-етики компанії отримали однакову оцінку експертів, незалежно від масштабів діяльності досліджуваних ТНК. Проте деталізація інструментів запровадження внутрішньої політики СВК показала більшу орієнтацію компанії СКМ на збереження робочих місць, створення сприятливих умов праці, задовільний рівень заробітної плати, у той час як менеджери компанії «Cargill» більшої мірою серед інструментів

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

внутрішньої політики СВК ідентифікували забезпечення робітників задовільним пакетом соціального захисту й оптимальним графіком роботи і відпочинку.

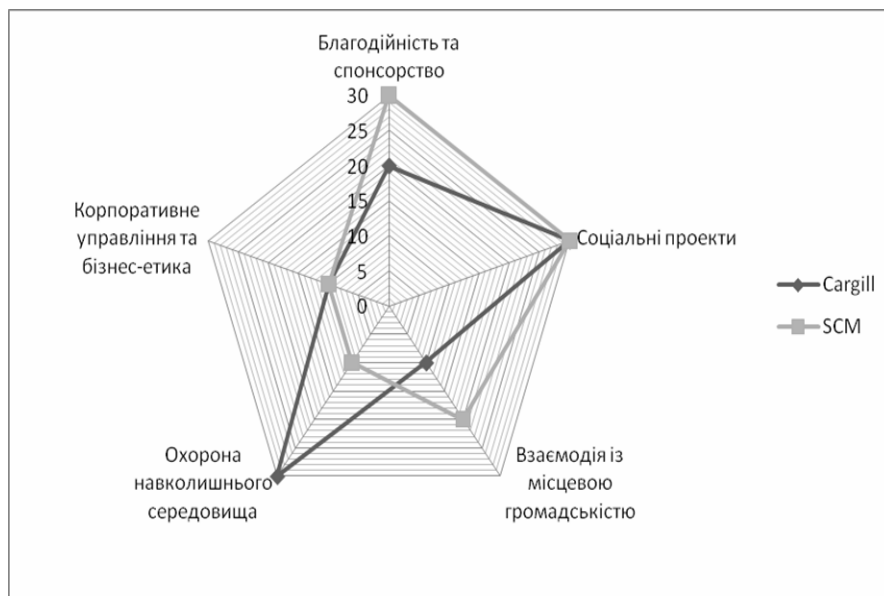


Рис. 4. Розподіл відповідей респондентів щодо значущості проектів СВК, що запроваджуються в діяльності компаній

У питанні «Чи існує, на Ваш погляд, диференціація у стандартах СВК на різних географічних ринках компаній?» менеджери компанії, яка має досвід глобального бізнесу, були більш схильним до позитивної відповіді, що пояснюється, на їх погляд, диференціацією правових вимог, стандартів і норм соціокультурного середовища (рис. 5).

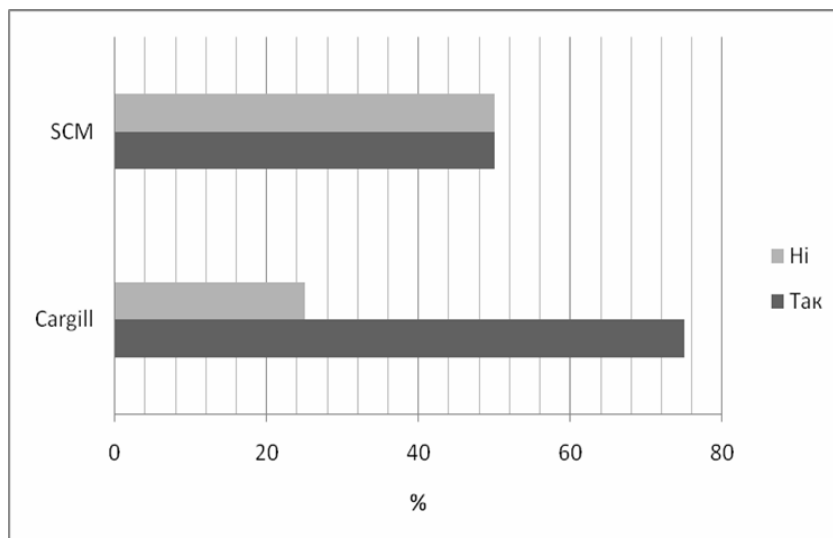


Рис. 5. Розподіл відповідей експертів на питання «Чи існує, на Ваш погляд, диференціація у стандартах СВК на різних географічних ринках компаній?»

Таким чином, проведене дослідження доводить наявність диференціацій у політиці соціальної відповідальності компаній залежно від сектору їх бізнесу, ступеня транснаціоналізації, рівня розвитку країни походження та ринку, де застосовуються інструменти даної політики.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Corporate Social Responsibility in Europe. Rhetoric and Realities / Regine Barth, Franziska Wolff. Edward Elgar Cheltenham, UK, Northampton, MA, USA, 2009. – 358 p.
2. Global Practices of Corporate Social Responsibility / Samuel O. Idowu, Walter Leal Filho. – Springer-

Verlag, Berlin, Germany, 2009 – 508 p.

3. Investing in corporate social responsibility: a guide to best practice, business planning and the UK's leading companies / John Hancock. Kogan Page Limited, London, UK, 2005 – 360 p.
4. ISO: Social Responsibility Standardization An outline of the issues / International Institute for Sustainable Development // <http://www.iisd.org> – May, 2004. – 9 p.
5. Keinert Christina. Corporate Social Responsibility as an International Strategy. Physica-Verlag, Heidelberg, Germany, 2008 – 153 p.
6. Working Report on Social Responsibility / ISO Advisory Group on Social Responsibility. – April 30, 2010. – 89 p.
7. Cargill Corporate Responsibility Report. – 2010: Growing Together.
8. SCM Group Public Report 2009.

РЕЗЮМЕ

Головною метою даної статті є визначення диференціацій в інструментах політики корпоративної соціальної відповідальності компаній, зокрема у країнах ЧЕС.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, ЧЕС, транснаціональні корпорації, інтернаціоналізація.

РЕЗЮМЕ

Главной целью данной статьи является определение дифференциаций в инструментах политики корпоративной социальной ответственности компаний, в частности в странах ЧЕС.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, ЧЭС, транснациональные корпорации, интернационализация.

SUMMARY

Main objective of given article is definition of differentiations in tools of a policy of corporate social responsibility of the companies, in particular in the countries BSEC.

Keywords: corporate social responsibility, BSEC, transnational corporations, internationalisation.

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «МІГРАЦІЯ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНОЇ РОБОЧОЇ СИЛИ»

Орловська Ю.В., ДВНЗ «ПДАБА» (Дніпропетровськ), д.е.н., проф., зав. каф. міжнародної економіки
Реліна І.Є., ДВНЗ «ПДАБА» (Дніпропетровськ), аспірант каф. міжнародної економіки

Постановка проблеми. Проблеми людських ресурсів грають першорядну роль серед стратегічних пріоритетів. Саме цей ресурс є обмежуючим і, отже, стратегічним чинником зростання. Звідси випливають важливі наслідки. У постіндустріальних технологічних суспільствах, у новій економіці, заснованій на знаннях, висококваліфіковані кадри, акумульований людський капітал набувають ключове значення. Слід зазначити, що швидкі технологічні зміни, які ґрунтуються на використанні висококваліфікованої праці і спрямовані на створення національних конкурентних переваг, змінюють ситуацію, в якій опинилися індустріально розвинені країни, від надлишкової пропозиції професіоналів до надлишкового попиту на них. У результаті посилюється конкуренція за володіння обмеженими людськими ресурсами, тобто настає ера «боротьби за людські таланти».

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні вітчизняні та зарубіжні дослідники А. Кіреєв, Л. Кондрашова, П. Ліндерт, М. Пебро, А. Піскун, А. Поручник, Е. Пузакова, А. Філіпенко вказують на посилення суперечностей міжнародної міграції висококваліфікованої робочої сили в сучасних умовах. Тим часом деякі дослідники відзначають, що «витік умів» призводить до зниження вартості людського капіталу, а відповідно, продуктивності, інвестиційної привабливості, втрат у бюджеті і, нарешті, уповільнення інституційних перетворень в суспільстві. Але цей процес також повинен стати взаємовигідним «обміном умів», якій ґрунтується на їх «циркуляції», зміцненні зв'язків, створення сприятливих умов для залучення фахівців, їх знань, навичок, інвестицій до розвитку країн походження. А для цього, по перше, необхідно мати чітке уявлення про особливості формування міграції висококваліфікованої робочої сили.

Таким чином, **метою дослідження** є аналіз формування та особливостей визначення економічної категорії «міграція висококваліфікованої робочої сили».