

ДІЯЛЬНІСТЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У ГАЛУЗІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Інтегруючись в економіку приймаючих країн, ТНК здійснюють вкладення капіталу не тільки у безпосереднє виробництво товарів і послуг, передбачених для продажу споживачам, а й у створення інфраструктури, культурно-освітні, оздоровчі, екологічно та інші важливі проекти. Таким чином міжнароднооперуючі компанії запроваджують світові стандарти соціально відповідального бізнесу на вітчизняному ринку.

Хоча в цілому діяльність ТНК позитивно позначається на економічному розвитку й конкурентоспроможності приймаючих країн, проте існує багато проблем, пов'язаних з тою діяльністю ТНК, яка суперечить інтересам приймаючих держав. До таких проблем, зокрема, відносяться хижацька експлуатація природних і трудових ресурсів та забруднення навколишнього середовища.

Діяльність ТНК у таких галузях економіки приймаючих країн, як гірничодобувна, хімічна, лісова, рибне господарство, завдає непоправної шкоди природі цих держав, приводить до порушення екологічного балансу. Тому більшість корпорацій не проводить таких робіт на національній території, а переносить їх в країни, що розвиваються [1].

Окрім регулювання в приймаючих країнах, існують міжнародні угоди й правила, що стосуються трудових відносин і охорони навколишнього середовища, які корпораціям слід враховувати. Вони, як правило, є об'єктом більш пильної національної й міжнародної суспільної уваги, тому що мова йде про іноземні, великі та потужні структури. Вони також випробовують на собі ефект маркетингової стратегії своїх міжнародних конкурентів. Тому ТНК зацікавлені в тому, щоб уникати нападів з боку уряду і громадськості [2].

З огляду на це, стратегія соціально відповідального бізнесу має бути провідною для міжнародних компаній у зв'язку зі світовими соціальними та екологічними стандартами, ствердженням їх у якості соціально відповідальних корпорацій та збереженням позитивного іміджу на ринку.

Перші транснаціональні корпорації з'явилися на території України в 90-ті роки. Серед них McDonalds, Procter&Gamble, Nestle, компанія Coca-Cola, Philip Morris International, Microsoft, Google і т.д. За роки своєї діяльності в Україні дані компанії не лише збільшували на вітчизняному ринку, а й сприяли поширенню концепції сталого розвитку бізнесу.

Згідно зі звітом про соціально-економічний вплив системи компаній Кока-Кола в Україні, корпорація розглядає пріоритетними такі напрями інвестицій у соціальний розвиток України, як розкриття потенціалу молоді через розвиток можливостей для спорту та підтримка проектів, спрямованих на включення до суспільства представників вразливих груп [3].

За напрямком розкриття потенціалу молоді вдалося досягти таких результатів:

- 1 мільйон підлітків із 4000 шкіл з усієї України взяли участь у програмі лідерства, яку проводив Національний олімпійський комітет за підтримки «Кока-Кола» та ПРООН;
- 30 000 молодих українців взяли участь в олімпійських уроках та майстер-класах від спортсменів-олімпійців;
- було відкрито 20 нових спортивних та ігрових майданчиків;
- 600 000 підлітків взяли участь у кубку «Шкіряний м'яч — Кубок «Кока-Кола» [3].

За напрямком включення до суспільства представників вразливих груп результати були втілені у підтримці проектів організації „Спеціальна олімпіада України”, у яких взяли участь 18 700 спортсменів спеціальної олімпіади, та підтримці 8 місцевих проектів спільно з Фондом «Анти-СНІД». Таким чином, соціальний розвиток корпорації «Кока-Кола» втілений у численних заходах, які спрямовані на підтримання та покращення здоров'я населення [3].

Концепція сталого розвитку включає в себе також екологічну складову, що виявляється у заощадливому використанні природних ресурсів та енергії, а також мінімізації шкідливого впливу виробництва на навколишнє середовище. Глобальним зобов'язанням Системи Компаній Кока-Кола є відновити у природі ту кількість водних ресурсів, яку «Кока-Кола» витрачає у виробництві своєї продукції. В Україні «Кока-Кола» досягла встановлених цілей у відновленні водних ресурсів: внаслідок розчищення каналів загальною довжиною 1,8 кілометра було відновлено 2,5 мільйони кубічних метрів води у системі озер Бієнкові плавні Кінбурнської коси, що відповідає 400 гектарам заводненої площі [3].

«Кока-Кола» в Україні щорічно інвестує у економне використання ресурсів під час виробництва та зменшення негативного впливу на довкілля. Зокрема, у 2015 році економію води було збільшено на 6,5% порівняно до 2014 року. Щорічна економія становить 136 000 кубічних метрів. Енергоефективність зросла на 14,3%, зокрема завдяки встановленню LED-освітлення у промислових приміщеннях. Використання пластику зменшилось на 20% (365 тонн на рік) завдяки зменшенню ваги пляшки. Викиди вуглецю (CO₂) зменшились приблизно на 2 мільйони тонн [3].

Компанія Procter&Gamble (P&G) у сфері соціальної відповідальності концентрує увагу на соціальних проектах і благодійній діяльності. Зокрема, діючи в рамках програми корпоративної соціальної відповідальності «P&G Піклування у кожен дім», у 2015 році P&G в Україні надала благодійну допомогу на суму в більше 1,5 млн. доларів США. Всі кошти і продукція були використані для підтримки сиріт, малозабезпечених сімей, вимушених переселенців зі сходу України та реалізації проектів з підтримки місцевих громад [4].

Корпорація залучає своїх працівників до безпосередньої участі у проектах. Таким чином, соціальна активність компанії втілюється у допомозі в упаковці гігієнічних наборів для переселенців зі сходу України та підписання листівок з малюнками своїх дітей, надання грошової допомоги через UNICEF Україна і Дитячі містечка СОС, ремонті дитячих майданчиків та купівлі подарунків та відвідинах дітей у дитячих будинках тощо [4].

Корпорація «Nestle» в Україні дотримується визначених материнською компанією довгострокових цілей зі Створення спільних цінностей, серед яких:

- правильне харчування за здоровий спосіб життя;
- сільський розвиток і відповідальне постачання;

- вода (ефективне та раціональне використання води та поширення даних принципів серед споживачів);
- стійкий розвиток довкілля;
- наші люди та дотримання стандартів (захист прав людини на підприємствах, навчання персоналу, уникнення хабарництва тощо).

По першому напрямку «Nestle» допомагає дітям України навчитися правильному харчуванню за допомогою загальнонаціональної освітньої програми «Абетка харчування», що поширюється у початкових та середніх навчальних закладах. Компанія також постійно працює над оздоровленням власної продукції та її відповідності Критеріям Дієтичної фундації Nestle, які базуються на міжнародних рекомендаціях у сфері суспільного здоров'я, зокрема Всесвітньої організації здоров'я та Інституту медицини. Зокрема, наразі компанія працює над зменшенням вмісту цукру, солі та жирів [5].

У травні 2014 року «Nestle» започаткувала в Україні проект «Смачні історії Торчин». Його мета – навчити збалансованому приготуванню їжі вдома та здоровій структурі страви. Також вже цього року компанія планує надавати додаткову інформацію про продукт і дієтологічні рекомендації на упаковці за допомогою кодів для смартфонів (QR).

Проект «Дитяча легка атлетика IAAF» Міжнародної асоціації легкоатлетичних федерацій (IAAF) має на меті залучити до легкої атлетики якомога більшу кількість школярів, привчити дітей до спорту і таким чином сприяти поширенню збалансованого та здорового способу життя. В Україні програма впроваджується в 9 областях України. У 2014 році було проведено 139 заходів для вчителів фізичного виховання [5].

В Україні також успішно реалізується програма «Господар», націлена на розвиток місцевих постачальників сировини. У довгостроковій перспективі програма націлена на зниження обсягу імпортованої сировини та пакувальних матеріалів для виробничих потужностей Nestlé в Україні. На даний момент частка української сировини і пакувальних матеріалів, що використовується фабриками компанії у Львові («Світоч»), на Волині («Волиньхолдінг») та в Харкові («Техноком»), становить 70%. Наразі імпортується лише 30% сировини для виробництва на підприємствах компанії в Україні [5].

Таким чином, можемо побачити, що кожна наведена ТНК здійснює програми відповідно до специфіки діяльності та цінностей компанії. Зменшуючи свій негативний вплив на навколишнє середовище, ТНК запроваджують різноманітні заходи у галузі соціальної відповідальності, тим самим підштовхуючи національних виробників притримуватися концепції сталого розвитку та запроваджувати екологічні та соціальні стандарти в українському бізнесі.

Список джерел:

1. Кузнецов А. Транснациональные корпорации в мире – М: «Мировое и национальное хозяйство» // Издание МГИМО МИД России, №2(29), 2014.
2. Мовсесян А. Транснациональный капитал и национальные государства / А. Мовсесян, С.Огнивцев // Мировая экономика и международные отношения. – 1999. – № 6.
3. Звіт про дослідження «Соціально-економічний вплив Системи Компаній Кока-Кола в Україні» за результатами оцінки GfK Ukraine, 2016 – Режим доступу: <https://www.coca->

colaukraine.com/content/dam/journey/ua/uk/private/2017/4/Coca-Cola%20SEIS%202017%20Brochure%20A4%20p.pdf

4. Сайт P&G Україна – Режим доступу: *<https://www.pg.com.ua/uk-UA/sustainability/social-responsibility/grant-application>*

5. Nestle в Україні. Створення спільних цінностей – Режим доступу: *https://www.nestle.ua/asset-library/documents/socialreport_2015_31.08_screen.pdf*