

ПРОЗОРІСТЬ ЯК ОБОВ'ЯЗКОВА СКЛАДОВА ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОЇ КОМПАНІЇ

Фінансові показники виступають не єдиним індикатором оцінки діяльності компанії. Інвестори, клієнти та регулюючі органи досить часто враховують в означених цілях критерії ESG (Environment, Social and Government) – дії компанії в природоохоронній та соціальній сферах, а також відповідність її роботи законодавчим нормам (вплив на зміну клімату, рівень викидів оксидів вуглецю, споживання води, антикорупційна політика, гендерна політика, захист прав людини, забезпечення суспільного розвитку тощо) [1].

В 2014 році Рада Європейського Союзу змінила вимоги щодо складання звітності для великих компаній з екологічних та соціальних питань для підвищення прозорості бізнесу. У 2016 році країни-члени ЄС імплементували дані вимоги до національного законодавства для підприємств з більше ніж 500 працівниками [2].

Схожі вимоги існують і в США, проте в значно полегшеному варіанті. Зокрема, реформа Уолл-Стріт та Акт захисту прав споживачів від 2010 року призвані не допустити повторення фінансової кризи 2008 року [3]. Проте, на сьогоднішній день в Конгресі США заявляють про необхідність перегляду умов реформи задля її послаблення або ж повної відміни, і надання бізнесу більшої свободи дій.

Щодо Азії, де прозорість ESG історично є слабо вираженою, багато компаній запровадили практику розкриття екологічної та соціальної інформації, щоб відповідати зростаючому світовому попиту. Нові правила звітності вже активно використовують компанії Гонконгу, Сінгапуру та Тайвані.

Проте, напевно, найбільшою мотивацією для зміни політики прозорості є відношення клієнтів. У секторі B2B (Business-to-Business) все частіше зростають запити компаній щодо надання інформації від постачальників та інших партнерів для підтримки мети їх сталого розвитку. Наприклад, Nike обирає постачальників, в тому числі і на основі факторів стабільного розвитку [4].

Одночасно, у секторі B2C (Business-to-Consumer) фактори ESG досі не мають вирішального впливу при здійсненні купівлі. Досить рідко споживачі розглядають інформацію про екологічну та соціальну діяльність компаній з конкретною метою подальшого вибору товару. Тим не менше, зміни в цьому напрямку є помітними. Проведені дослідження однозначно стверджують, що зацікавленість споживачів у купівлі продукції від компаній з стабільною та прозорою репутацією постійно зростає, так само як зростає і рівень їх поінформованості щодо критеріїв вибору товару та виробника. Розвиток

інформаційних технологій дозволяє компаніям та іншим зацікавленим сторонам з точністю відстежувати, вимірювати та порівнювати вплив бізнесу на навколишнє середовище.

Вимоги щодо складу та змісту звітів компаній стандартизуються Глобальними ініціативами в сфері звітності, Рекомендаціями ОЕСР для транснаціональних корпорацій, Повідомленням Глобального договору ООН про прогрес, Міжнародним стандартом соціальної відповідальності ISO 26000 тощо.

Необхідно зауважити, що твердження про дотримання абсолютної прозорості компанії не завжди може відповідати дійсності, проте, прозорість може стати дієвим стимулом для розвитку конкуренції. А в тому випадку, коли прозорість діяльності компанії керується безпосередньо регуляторними та ринковими силами, організації будуть зобов'язані нести відповідальність за свої дії.

Література

1. Investment governance and the integration of environmental, social and governance factors / OECD. – 2017. – 55 p.
2. Non-financial reporting [Electronic resource] // European Commission – Available at: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/non-financial-reporting_en.
3. Dodd–Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act. // Public Law 111–203 111th Congress. – 2010.
4. Nike, inc. statement on forced labor, human trafficking and modern slavery for fiscal year 2017 [Electronic resource] // NIKE SUPPLY CHAIN DISCLOSURE. – 2017. – Available at: https://help-en-us.nike.com/app/answer/article/supply-chain/a_id/20878/country/us.

УДК 331.108.2

Борисяк О. В.,

Тернопільський національний економічний університет

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Відстеження в останнє десятиліття тенденції широкоспекторності концептуальних напрямів в економіці (креативна економіка, віртуальна економіка, економіка сталого розвитку, поведінкова економіка, економіка спільної участі та ін.) свідчить про фундаментальне перезавантаження усіх сфер суспільного життя, особливо на засадах діджиталізації. Засновник і виконавчий голова Всесвітнього економічного форуму К. Шваб (K. Schwab) охарактеризував Четверту промислову революцію, основою якої є Третя,