

КОРПОРАЦІЇ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТЕРИТОРІЙ

Університет Вулвергемптона, крім магістерських програм із наданням ступеня Дипломованого Викладача, організовує *Курси підвищення* для Дипломованих викладачів, які повинні розвинути знання із дидактики дисциплін професійно-орієнтованих дисциплін, щоб викладати у Коледжі, Університеті. Курси тривають 26 тижнів і доступні в Англії із наук різних галузей. В Уельсі є теж подібні курси: кандидати одержують стипендію 225 £ на тиждень. Якщо кандидат зважується записатися на курси із підвищення або продовження освіти, то Вони повинні спочатку звернутися до відповідальних осіб у Школі. Якщо постачальник курсу вважатиме, що кандидат має ознаки, щоб підвищувати свій рівень викладача (5 років викладання), їм пропонуватимуть умовне місце у їх регіоні. Це – також хороша ідея, щоб увійти кандидатам у контакт із постачальником курсу підвищення/розширення безпосередньо у їх регіоні. Якщо кандидат прохає отримання Свідоцтво Аспіранта про Освіту (PGCE) або Вища освіта Викладача (GTP), то він можете вказати цю вимогу у заяві-анкеті³.

Зміст курсу. Всі програми навчання викладача розроблені так, щоб наситити кандидата навиками і знанням, які вони повинні будуть успішно викладати. Центр початкового статусу викладача (ITT) програмує ряд тем, пов'язаних із кваліфікованим статусом викладача (QTS).

Більшість викладачів-стажистів поділяють свій час між університетом або іншими установами вищої освіти і навчальним закладом, де вони проводять контрольну практику навчання.

Висновок. Отже, у Великобританії проходять підготовку викладачі ВНЗ професійно-орієнтованих дисциплін сільськогосподарського спрямування у Школах Освіти при академічних Університетах. Для вступу кандидати повинні мати диплом Магістра галузі і після 1 – 3 років навчання у Школі Університетів, отримують *Med* (магістр освіти) 180 credits; *PgDip* (Диплом Дипломованого Викладача) – 120 credits; *PgCert* (Свідоцтво Дипломованого викладача) – 60 credits; *PGCHET* складається із двох модулів: модуль основ: введення в навчання, учіння й оцінка у вищій освіті; модуль 2: навчання і підтримка студента та Доктор філософії (три роки після *Med* і дисертація).

³ <http://www.tda.gov.uk/Recruit/thetrainingprocess/youroptionsinfull/pretrainingcourses/subjectenhancementextensioncourses.aspx>

Стаття надійшла до редакції 10.12.2008

УДК 332.012.324

Микола Рупняк, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка

КОРПОРАЦІЇ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТЕРИТОРІЙ

У статті розкривається роль корпорацій в системі економічної безпеки. Обґрунтовано необхідність корпорацій проводити політику сприяння економічному розвитку, спрямовану на покращення якості життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом.

Ключові слова: економічна безпека, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), корпорації.

Актуальність проблеми. В результаті переходу від централізовано-планової системи управління економікою до соціально спрямованої ринкової економіки в Україні має місце злам суспільних і економічних відносин, який призводить до соціально-економічної кризи тривалого характеру. Кризовий стан економіки загрожує національним інтересам незалежної держави, актуалізуючи проблему її національної безпеки в цілому та економічної безпеки зокрема.

Однак чи спроможна держава перемогти злидні, покращити життя лише за допомогою бюджету? Вочевидь, ні. Ефект буде значно більшим, і, головне, швидшим, якщо компанії приєднаються до цієї боротьби. Останнім часом ряд великих вітчизняних корпорацій сповідують політику, яка може розглядатись як один з елементів системи економічної безпеки – політику корпоративної соціальної відповідальності.

Аналіз останніх публікацій. Наукова розробка проблем національної безпеки в

розвинутих країнах активно проводиться, починаючи з 80-х років XX ст. Питання національної, в тому числі економічної, безпеки розглядають у своїх наукових працях такі вітчизняні вчені як О.Г. Білорус, З.С. Варналій, В.М. Геєць, Б.В. Губський, Т.Т. Ковальчук, С.В. Мочерний та ін.

Проаналізувавши результати наукових досліджень у цій сфері, можна говорити, що основні рішення науковців знаходяться у компетенції державних та суспільних інституцій. Проте нині на фоні багатьох державних структур, які займаються питаннями економічної безпеки та мінімуму результату з їх боку, корпорації починають відігравати у вирішенні соціальних та екологічних проблем все більшу роль. В сучасних умовах розвитку ринкової економіки корпорації стають важливим елементом системи економічної безпеки. Тому основна **мета дослідження** полягає у вивченні ролі корпоративного сектору країни в системі економічної безпеки територій.

Виклад основного матеріалу. Ефективність економічної політики у забезпеченні національної безпеки та збалансованості економіки країни залежить від поєднання інтересів держави та територій, оскільки території є цілісними соціально-економічними утвореннями і в той же час елементами соціально-економічної системи.

Стан економічної безпеки України в цілому суттєвою мірою залежить від забезпечення стійкого розвитку всіх її регіонів. Це передбачає, що при розробці загальнодержавної політики в галузі розширеного відтворення повинна враховуватись необхідність формування ефективної просторової структури економіки країни, яка б забезпечувала баланс інтересів усіх регіонів України [1, 7].

Сьогодні в Україні визріла необхідність кардинальної реформи адміністративно-територіального устрою, яка впливає з невідповідності діючої структури організації державної влади ринковій економіці. На неспроможності діючої управлінської структури наголошує зокрема Т.Т. Ковальчук, який зазначає, що: “змусити цей механізм (утримання регіональної структури за рахунок централізованого державного фінансування – Р.М.) підтримувати підприємництво і самостійно розв’язувати соціальні проблеми громадян на рівні окремої території можна з таким же успіхом, як скласти швейну машинку з деталей кулемета” [2, 26].

Україна, проходячи важкий шлях національного відродження, вступила у ринковий світ. Ринкове

середовище за своєю сутністю є жорстко прагматичним: воно не визнає категорій: “соціальна справедливість”, “національні інтереси”, “вітчизна”, “патріотизм” і т. ін. Їх за своєю суттю має відстоювати держава, запроваджуючи відповідну ідеологію та адекватну політику. Ринкове середовище визнає лише бажаний кінцевий результат – високий прибуток, постійно зростаючий капітал. Ринкова економіка ґрунтується на могутньому фундаменті матеріальних інтересів.

Економічні інтереси забезпечуються на макрорівні (шляхом проведення державою економічної політики, спрямованої на досягнення основних економічних цілей), та на мікрорівні (через делегування всім економічним суб’єктам повноваження і відповідальності щодо реалізації основних засад ринкової економіки).

Зараз усе більшого поширення й суспільної ваги набуває усвідомлення тієї очевидності, що держава і ринок ніяким чином не можуть бути взаємозамінними категоріями. Ринковою має бути тільки економіка, система господарювання, а не держава чи все суспільство.

Видатний економіст минулого Адам Сміт був одним з перших, хто підняв завісу над магічною силою організованої стихії – способу координації, за якого індивіди приймають та реалізують рішення, керуючись власним інтересом. Вважається, що ідея “невидимої руки”, ринкових стимулів – один з найвагоміших внесків А. Сміта в економічну науку.

Проте, для реалізації організованої стихії у вигляді ринку потрібні правила гри – закони, які насаджуються і виконання яких контролюється силою державної влади. Боротьба зі злочинністю, підтримка малоїмущих, крупномасштабні екологічні програми, створення громадських благ – це справа органів координації, які діють на підставі влади. Без перелічених атрибутів неможлива ринкова економіка.

Розуміння необхідності зрівноваження держави і ринку, їх діалектика, в сьогодинішніх умовах стає рушійною силою розвитку суспільства, джерелом добробуту всіх і кожного.

Протягом тривалого часу представники бізнесу розглядали корпоративну участь у житті громад як другорядну діяльність, відокремлену від бізнес-цілей. Процвітання і доброчинність сприймалися як речі відокремлені одна від одної. Проте в умовах зростання приватного капіталу в рамках однієї компанії, він починає виконувати невластиві йому функції, а саме: забезпечувати потреби не лише власного відтворення, а й загальнодержавні чи територіальні потреби. В

сьогоднішніх умовах зростання капіталу все більшого поширення набуває поняття “корпоративної соціальної відповідальності” (КСВ).

Реалізація КСВ повинна відбуватись за умови не втручання держави та її відповідних органів до оперативної діяльності компанії. Надмірна регламентація такої діяльності позбавляє КСВ духу добровільності, соціально-спрямованої діяльності компанії або організації. Одним зі шляхів розробки та регулювання КСВ діяльності є діалог держави, громадських організацій та представників бізнесу. Тому, політика соціальної відповідальності може бути вироблена і впроваджена в результаті соціального діалогу, і в цьому процесі ключова роль належить саме організаціям роботодавців.

Дебати про КСВ розпочались у 70-х і 80-х роках ХХ століття, коли громадськість почала дізнаватись про приховані наслідки діяльності компаній. Як зазначає В. Воробей, єдиного визначення КСВ не існує. За одним із визначень, КСВ – це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство. За версією Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку, КСВ – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом. За визначенням Організації Економічної Співпраці та Розвитку (ОЕСР), сталий розвиток передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи [3].

Така політика спрямована на досягнення двоєдиної мети і вирішує проблему як зробити якомога більше добра для власної компанії і суспільства. Втілюючи різноманітні соціальні ініціативи, провідні компанії світу навчилися заробляти гроші, хоч у чомусь змінюючи світ на краще, і цим вони здобувають прихильність сотень і сотень людей.

Таким чином, можна констатувати трансформацію основної мети функціонування компанії – забезпечення добробуту акціонерів, у двоєдину – забезпечення власних матеріальних інтересів і задоволення довготермінових інтересів суспільства, оскільки досягнення першої визначається успішністю реалізації другої.

Навіть якщо корпорації не спішають позбуватись свого фінансового потенціалу і виводити фінансові ресурси з обороту, перерозподіляючи їх на користь акціонерів, вони з готовністю перерозподіляють їх на користь фінансування соціальних потреб

суспільства. Показовим в цьому плані є судження Дж. Сороса, авторитет якого у фінансовій сфері є загально визнаним: “Коли кожен прагне мати ще більше грошей, конкуренція стає настільки інтенсивною, що навіть ті, хто має найбільший успіх, змушені боротися, щоб вижити. Люди дорікають Білові Гейтсу, голові фірми “Майкрософт”, за те, що він віддає замало багатства на доброчинні справи; вони не розуміють, що індустрія, у якій він зайнятий, рухається вперед так швидко і є настільки конкурентною, що він не може перейматися філантропією. Автономію та свободу вибору, що їх мали привілейовані особи у минулому, тепер втрачено. ... Виживання найсильніших перетворилось у ціль нашої організації” [4, 223].

Звичайно, не потрібно тішити себе думкою, що бізнесом займаються виключно для того, щоб вирішувати соціальні чи енвайроменталістські проблеми сучасності – адже бізнесом рухають гроші, “гроші – товар – гроші”. Люди перебувають у бізнесі лише для того, щоб заробити ще більше грошей і отримати ще більше влади, в будь-якому її прояві. Тому, якщо в місіях компаній зазначаються такі цілі розвитку суспільства, як захист оточуючого середовища чи створення суспільства вільного вибору, то це робиться лише з одною метою – щоб заробити ще більше грошей, соціальна відповідальність сьогодні в ціні, вона добре продається.

Отже, можна констатувати, що соціальна відповідальність в сьогоднішніх умовах може стати дієвим інструментом конкурентної боротьби. В межах однієї галузі споживачі класифікують конкурентів не тільки за їхніми ціновими пропозиціями, але й за тим, як вони дбають про громадські інтереси. Деякі компанії відрізняє від конкурентів якраз те, що вони демонструють більшу турботу про довкілля та здоров'я громадян. Так, якщо два конкуренти пропонують один і той же товар за однаковою ціною, але один з них має кращу репутацію завдяки соціально відповідальній поведінці, то саме він приваблюватиме більше клієнтів.

В країнах з розвинутою ринковою економікою найуспішніші компанії демонструють відповідальну соціальну поведінку, яка фігурує під багатьма іменами, зокрема такими, як соціальна корпоративна відповідальність, корпоративне громадянство, корпоративна філантропія, корпоративні пожертви, корпоративна участь у житті громад, зв'язки з громадою, громадські заходи, розвиток громад, корпоративна відповідальність, глобальне громадянство та корпоративний суспільний маркетинг. Всі ці

