



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
Духът прави силата

ДОКЛАД

ПО

МЕЖДУНАРОДЕН СТРАТЕГИЧЕСКИ МЕНИДЖМЪНТ

КАЗУС:

The Promise and Perils of Globalization: The Case of Nike

Изготвил:

Проверил:

София, 2016

РЕЗЮМЕ

По своето естество, казусът за Nike Inc. проследява еволюцията на политиките и практиките на компанията спрямо трудовите и екологичните стандарти. Случаят илюстрира развитието на концепцията за „добър корпоративен гражданин” и продължаващите спорове около практиките на компанията в аутсорсинга. Въпросите, повдигнати от практиките от случая на Nike и дилемите пред които компанията е изправена, в никакъв случай не означават, че се отнася само до нея. Въпросите са общи за всички фирми, участващи в международния бизнес. Затова целта на доклада е да се систематизират основните въпроси свързани корпоративната социална отговорност (КСО), които глобализацията изисква от компаниите така, че да се намери баланса между „доброто корпоративно гражданство” и корпоративните резултати.

УВОД

Отчитайки случаите с Enron, Worldcom и Tyco, е налице интерес към корпоративната социална отговорност (КСО) и по-специално, начинът по който тя може да бъде внедрена е в корпоративни кодекси за поведение или етични кодекси. Някои организации и групи са се опитали да насърчат американските корпорации да приемат етично поведение, което да ангажира корпорациите да водят бизнес по стандарти на поведение, а толкова кодове, които просто преповтарят задълженията на корпорациите вменени по силата на закона.

Едно от притесненията от приемане на кодекси, които се опитват да въплътят КСО е, че не съществува точна дефиниция на КСО. Тя включва различни принципи от различни хора. Vogel отбелязва, че КСО обикновено се свързва с „усилията на фирмите да направят повече за решаване на голямо разнообразие от социални проблеми, отколкото те биха могли да направят в хода на нормалната им дейност, преследваща печалби”¹.

В своята статия Locke посочва, че определянето на КСО може да се направи от гледна точка на заинтересованите страни, минималистична гледна точка, филантропска и социална².

Според минималистичната гледна точка социалната отговорност на корпорацията е насочена към увеличаване на богатството на нейните заинтересовани страни³. Президентът и СЕО на търговската камара в САЩ, определя КСО като начинание, с цел печалба, създаващо работни места и което има за цел създаване на продуктите и услуги, от които хората имат нужда, и че в крайна сметка то повишава жизнения ни стандарт⁴.

¹ DAVID VOGEL, THE MARKET FOR VIRTUE 4 (2005).

² Richard M. Locke, The Promise and Perils of Globalization: The Case of Nike

³ Пак там, с.40

⁴ <http://www.uschamber.com/press/speeches/2006/060915-hagedorn-speech.htm>.