

УДК 303.09.003.1

Солодуха О.В.*

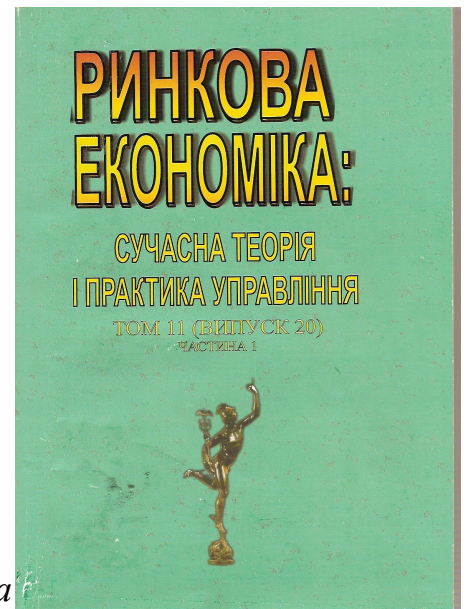
ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСУ

В статті розглядаються можливості та шляхи подальшого розповсюдження ідей соціальної спрямованості бізнесу в Україні. Аналізується досвід вітчизняних та закордонних виробників, пропонуються перспективні напрями посилення соціальної активності українських підприємств і організацій.

Ключові слова: соціальна відповідальність, світові стандарти, менеджмент.

Задля ефективного функціонування і розвитку сучасному підприємству недостатньо привернути увагу лише до його продукції. Громадскість очікує від організації не тільки демонстрації високих економічних результатів, але й суттєвих досягнень з точки зору соціальних цілей. Сформувати ж довіру споживачів, постачальників та інших зацікавлених сторін до підприємства можливо лише за умови адекватного управління соціально-орієнтованою поведінкою компанії.

Останнім часом дискусії про соціальну відповідальність бізнесу отримали новий поштовх. Приводом для цього стало започаткування Глобального договору Організації Об'єднаних націй, який є глобальною відповіддю на виклики глобалізації світової економіки.



*викладач кафедри економіки та управління економіко-правового факультету

Вивчення праць сучасних вчених (Р.Л. Дафта, П. Друкера, П.Я. Калити, П.С.Яницького, Е.А. Кузнєцова) дозволяє проведення дослідження проблеми активізації та економічного тлумачення соціально спрямованого управління підприємством.

При цьому, слід звернути увагу на те, що в більшості існуючих досліджень щодо засад, меж та напрямків соціальної відповідальності, закладено твердження, що підприємство, яке займається спонсорством, меценатством та звертає увагу на захист навколишнього середовища являє собою зразок соціально відповідального. При цьому зовсім не наголошується на необхідності толерантного ставлення підприємства до власного персоналу, персоналу партнерських організацій та не привертається увага до проблем професіоналізації управління соціальною поведінкою компанії.

Такий стан справ наstownхує на роздуми з приводу наступних питань:

1. Які компоненти повинно об'єднувати в собі соціально-ефективне управління?
2. За якими критеріями та за допомогою яких моделей і методик визначати ефективність менеджменту підприємства?
3. Як активізувати та соціально спрямувати менеджмент українських підприємств?

На відміну від розповсюдженої хибної думки про те, що соціальна відповідальність бізнесу (СВБ) – це спонсорство, благодичництво або соціальний брендинг, провідні міжнародні організації визначають СВБ як стратегічний підхід до управління. Тобто СВБ – не рекламна, маркетингова чи PR діяльність, - вона охоплює і визначає те, як фірма будує відносини з працівниками (насамперед), партнерами, як і куди інвестує кошти. Наприклад, за визначенням Зеленої книги ЄС, це «інтеграція соціальних і екологічних аспектів у повсякденну комерційну діяльність підприємств і їхня взаємодія з зацікавленими сторонами на добровільній основі».

Відповідно до такого визначення, є можливим виокремити певні критерії соціальної відповідальності: [1, 32]

- добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств;
- виробництво якісної продукції (з мінімізацією негативного впливу на навколишнє середовище при цьому);
- реалізація корпоративних програм підвищення фаховості співробітників,
- реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників,
- реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу;
- реалізація благодійних та спонсорських проектів;
- участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес.

Наскільки бізнес є соціально відповідальним, показує практика відповідального ставлення до споживачів та партнерів, до потреб розвитку власного персоналу, співробітників, відповідального ставлення до довкілля, а вже потім – до зовнішніх соціальних потреб. Організація, яка веде зовнішню благодійницьку діяльність, але не ставиться відповідально до споживачів, партнерів, персоналу, довкілля, не може бути визнана соціально відповідальною. Таке тлумачення соціальної відповідальності формує розуміння того, що соціально відповідальна організація виводить свою соціальну спрямованість із реалізації загальних принципів досконалої бізнесової діяльності. Таким чином, унеможлиблюється присвоєння статусу соціально відповідальної компанії тим організаціям, які ще не вийшли на відповідний рівень корпоративної ефективності.

Соціальна спрямованість може бути визначена через характеристики об'єктів, суб'єктів та діяльності з соціального забезпечення.

Об'єктами соціального забезпечення є люди: споживачі продукції і послуг; персонал компанії (нині працюючі, колишні працівники, потенційні);

персонал суміжних організацій; інші громадяни, які потребують особливої уваги з боку суспільства: діти, інваліди, студенти, пенсіонери, тощо. Крім того, до категорії “об’єкт СВБ” слід відносити і середовище (сфери діяльності), в якому функціонують вищезазначені об’єкти: екологія, освіта, наука, спорт, мистецтво, культура, охорона здоров’я тощо.

До суб’єктів соціального забезпечення відносяться: суб’єкти підприємницької діяльності (фізичні та юридичні особи (за винятком некомерційних та благодійницьких організацій, що не мають за мету отримання прибутку.))

Характеристиками діяльності суб’єктів соціального забезпечення можуть бути: комплексність, системність, систематичність, тривалість, вагомість тощо, а загалом – соціальна активність.

Системному забезпеченню соціальної спрямованості компаній сприяє створення і впровадження відповідних систем менеджменту. Загальні вимоги до таких систем визначені, як правило, міжнародними стандартами. Так, стійкому постійному дотриманню прав та забезпеченню задоволеності споживачів щодо отримання якісної продукції (послуг) може сприяти система управління якістю, створена у відповідності до міжнародних стандартів ISO 9000. Для забезпечення надійних умов щодо захисту здоров’я власного персоналу доцільно запровадити систему менеджменту професійної безпеки у відповідності до міжнародних стандартів OHSAS 18000. Умови для послідовного і цілеспрямованого захисту довкілля від негативного впливу компанії створює система екологічного менеджменту у відповідності до стандартів ISO 14000. Стандарти SA 8000 спрямовані безпосередньо на сприяння етичному поведженню компаній; нормативні вимоги цього стандарту відображають конкретні положення Конвенції МОП щодо примусової праці, свободи асоціацій тощо, а також Загальної декларації прав людини та Конвенції ООН з прав дитини. Дотримання згаданих стандартів суттєво знижує ризики компанії щодо порушення етичних норм. [2, 11]

В Україні ж, соціальна відповідальність не повністю розуміється компаніями, що відображається в:

1) невірному тлумаченні основних принципів та засад соціальної відповідальності;

2) непрофесійному підході до планування, встановлення мети та засобів реалізації заходів та проектів соціальної спрямованості (наприклад, за всі питання, з нею пов'язані в деяких компаніях відповідає PR менеджер, причому далеко не стратегічного рівня повноважень);

3) неадекватній поведінці компанії (в особі її керівництва) з точки зору її соціального призначення.

Зважаючи на це, одним із можливих засобів активізації та соціального спрямування українських підприємств є використання менеджментом Європейської моделі досконалості, яка слугує еталоном та взірцем для провідних західних компаній.

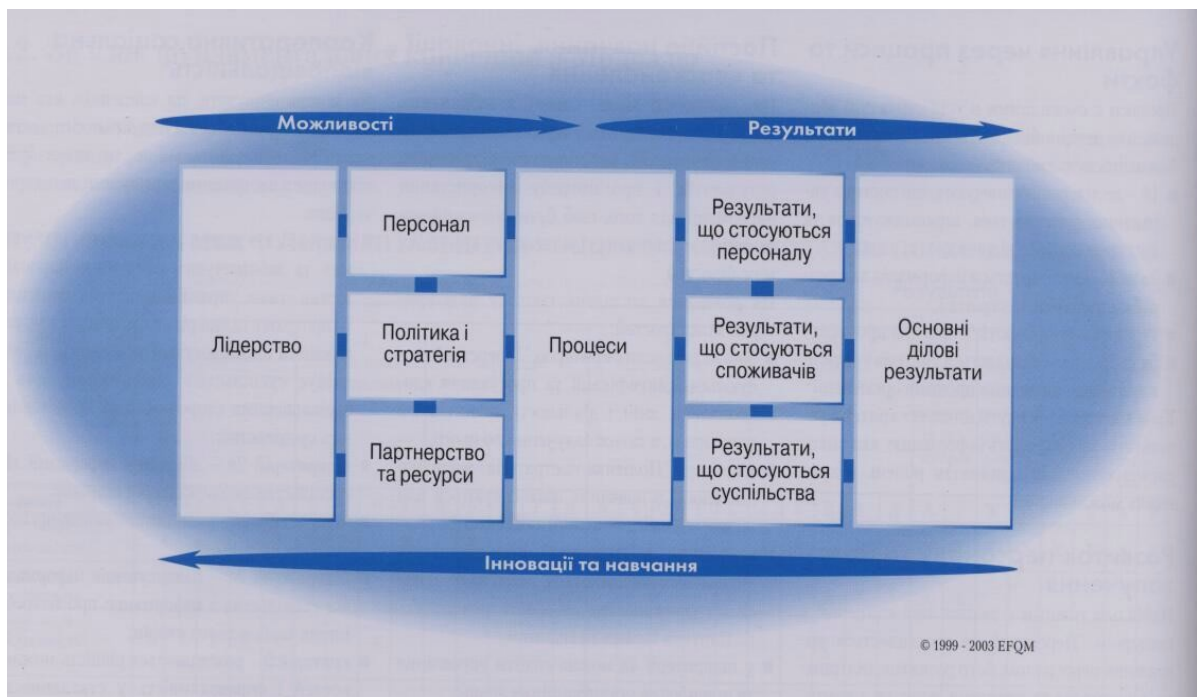


Рис. 1. Модель EFQM. [3]

Європейська модель досконалості (Модель EFQM) є описом “ідеальної” організації, якою її бачать в Європі. 9-ть фундаментальних критеріїв (32 підкритерія) Моделі об’єднані у дві групи: перша – це 5 критеріїв, що описують підходи у діяльності організації для досягнення результатів (лідерство, політика та стратегія, персонал, партнерство і ресурси, процеси); друга - чотири критерії результатів, які досягає організація за рахунок використання підходів (результати, що стосуються споживачів; персоналу і суспільства, а також основні ділові результати). “Ідеальна” організація, згідно Моделі, умовно оцінюється в 1000 балів. Фактично ж найкращі фірми Європи, такі як Nokia, Siemens, Opel, Volvo, TNT та інші, на сьогодні досягають 700-750 балів.

Однією із переваг Моделі EFQM є те, що її застосування дозволяє систематично оцінювати рівень соціальної активності компаній, визначати їх рейтинги та інформувати про це суспільство. А це, в свою чергу, є стимулом для вдосконалення компаній і підвищення їх соціальної активності. Також Модель, одночасно з висвітленням сильних сторін компанії, передбачає виявлення галузей бажаного їх вдосконалення, що є підґрунтям для розробки і реалізації програм розширення та посилення соціальної спрямованості і активності.

На нараді національних партнерських організацій EFQM (Кардіфф, Уельс, жовтень 2005 р.) відзначено, що з 2006 р. буде суттєво розширено застосування Моделі та Схеми EFQM у всіх європейських країнах для підвищення конкурентоспроможності цих країн і Європи в цілому на глобальному ринку.

Виходячи з вищенаведеного, можна зробити наступні висновки рекомендаційного характеру:

1. для бізнесових компаній соціальна спрямованість має стати елементом постійною системною роботою над розвитком організації та підґрунтям для формування нової філософії і культури ведення бізнесу;

2. соціально активна поведінка підприємства повинна відображатися в його стратегічних намірах, а не виходити з фінансових можливостей фірми в точ чи інший період часу;
3. СВБ повинна орієнтуватися на сталий довгостроковий розвиток об'єкта, а не бути спрямованою на одноразову (хай навіть суттєву, шляхом гучної благодійницької акції) допомогу;
4. до питань соціальної спрямованості компанії необхідно підходити конструктивно, застосовуючи відповідні інструменти, які дозволяють без зайвого галасу ретельно, послідовно і систематично планувати, підвищувати і виконувати зобов'язання.
5. одним із можливих засобів активізації та соціального спрямування українських підприємств є використання менеджментом вищенаведеної Європейської моделі досконалості (з умовою адаптації до українських особливостей ведення бізнесу та умов сучасного бізнес середовища), яка слугує еталоном та взірцем для провідних західних компаній.

Література:

1. Бегма Ю.К., Вінніков О.Ю., Редько О.І. *Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Юридичний коментар. Рекомендації з впровадження. Київ, 2006.*
2. Будзан Б.П. *Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи.* – К.: Основи, 2001. – 169с.
3. Калига П.Я. *Соціально спрямований бізнес, або бізнес з турботою про людей. Частина перша.*
4. Лафта Дж. К. *Эффективность менеджмента в организациях.* М.: «Питер», 2001.
5. Литовченко С.Е. *Корпоративное гражданство - эффективный механизм взаимодействия бизнеса и общества // Человек и труд. 2002. № 6.*