

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ЗДІЙСНЕННЯ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Обґрунтовано необхідність визначення пріоритетних напрямів забезпечення процесу управління змінами. Визначено ключові особливості при формуванні корпоративної соціальної відповідальності. Доведено та обґрунтовано різні моделі застосування корпоративної соціальної відповідальності. Визначено напрями забезпечення процесу управління змінами.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, зміни, механізм здійснення змін, реінжиніринг бізнес-процесів.

O. I. GARAFONOVA

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR IN SUPPORT OF THE IMPLEMENTATION OF CHANGES TO THE ENTERPRISE

Abstract – The necessity to identify priority areas to ensure the process of change management. The key features in the formation of corporate social responsibility. Proved and justified the use of different models of corporate social responsibility. Directions software change management process.

Key words: corporate social responsibility, changes, mechanism of change, re-engineering business processes.

O. I. GARAFONOVA

ГВУЗ “Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана”

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦЕССА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Обоснована необходимость определения приоритетных направлений обеспечения процесса управления изменениями. Определены ключевые особенности при формировании корпоративной социальной ответственности. Доказано и обосновано различные модели применения корпоративной социальной ответственности. Определены направления обеспечения процесса управления изменениями.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, изменения, механизм осуществления изменений, реинжиниринг бизнес-процессов.

Постановка проблеми. Сучасні підприємства забезпечують виживання на ринку, ефективно функціонування, збереження конкурентоспроможності не лише продукції, але й власне підприємства в цілому, а також розвиток в процесі безперервних змін видів діяльності, технологій, продуктів, ринків, організаційної культури тощо. Нинішні важкі умови для функціонування підприємств спричиняють такий процес, що зміни обумовлені саме необхідністю пристосування до реальних умов, тобто адаптацією. Для цього необхідно розробити технологію стратегічно-адаптивного управління змінами на підприємстві, в основі якої покласти соціально-корпоративну відповідальність. Що вищим є рівень адаптації, то надійнішою стає система та вищим є рівень її виживання та ефективності функціонування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Суттєвий внесок у дослідження проблем, пов'язаних із соціальною відповідальністю підприємства зробили зарубіжні вчені: Дж. Акерлоф, Г. Боуен, Р. Гласберген, Д. Десензо, Н. Зубаревич, А. Керрол, Ф. Котлер, Н. Лі, Р. Нуреев, С. Роббінс, І. Семякін, Р. Хачатуров, М. Фрідман, Е. Фрімен, Р. Ягутьян та вітчизняні вчені: Б. Андрушків, Н. Балабанова, Л. Білецька, Я. Брич, С. Гончарова, Т. Горохова, Л. Грицина, В. Євтушенко, О. Зайцева, С. Ілляшенко, А. Колот, Л. Корчевська, Н. Кричавський, О. Лазаренко, С. Литовченко, С. Мішенін, О. Плахотний, О. Поляков, Р. Пустовійт, О. Ростігаєв, Г. Савіна, П. Тархов, О. Телетов, Ю. Ушкаренко, А. Чірікова, А. Шевчук та ін.

Питання щодо дослідження результативності діяльності підприємства отримали висвітлення у роботах вітчизняних та зарубіжних вчених: Л. Абалкіна, А. Борисова, П. Друкера, Ю. Перевалова, Р. Дарміца, О. Корінцевої, Л. Мельник, А. Сафіна, Л. Федулової, З. Шершньової та ін.

Формулювання цілі статті. Тому постає нагальна необхідність в систематизації напрямів забезпечення процесу здійснення змін на підприємстві із врахуванням впливу соціальної корпоративної відповідальності на систему управління змінами на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі соціальна позиція підприємства все більше впливає на його репутацію та імідж. Оцінюючи його діяльність, суспільство розглядає не тільки виробничі та фінансові показники, але й те, як підприємство піклується про власних працівників, наскільки його функціонування відповідає інтересам інших учасників бізнес-процесів.

З авторської точки зору зміна – це трансформація або інкорпорація одного стану підприємства в інший стан, який на відміну від попереднього відрізняється, як правило, якісними тенденціями зростання або спаду внаслідок впливу різних екзогенних та ендогенних факторів існуючого середовища підприємства (зовнішнього та внутрішнього) в умовах кризового стану в країні [1].

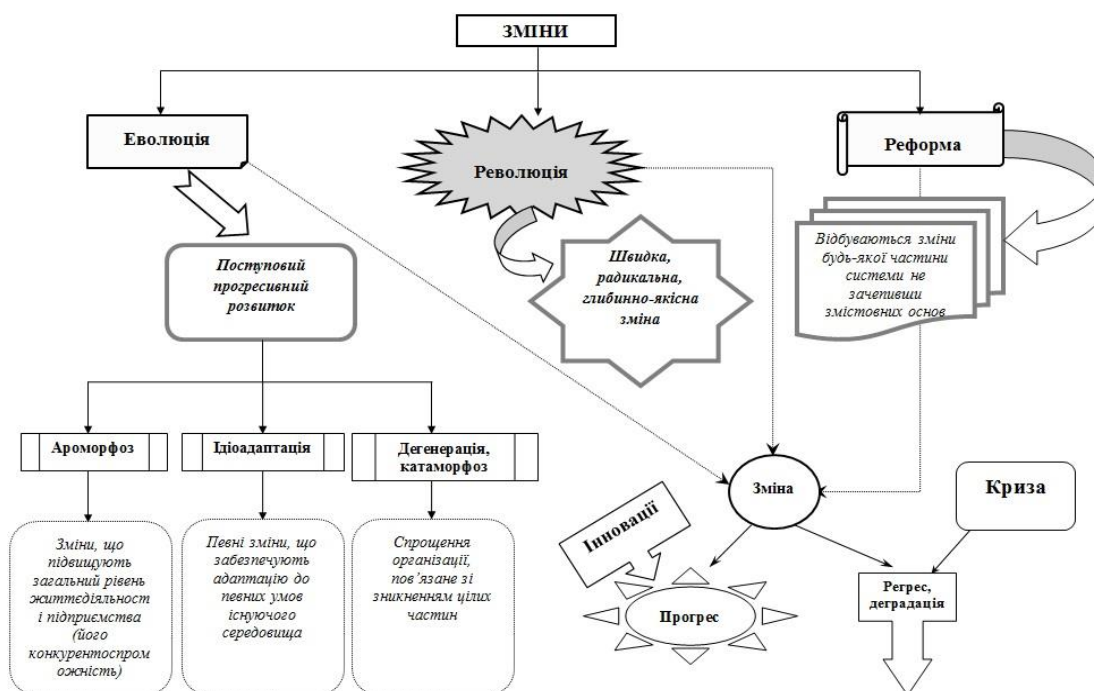


Рис. 1. Підходи до визначення поняття “зміни”*

Джерело: *розроблено та побудовано за [1].

Редизайн, як правило, стосується стратегічного переосмислення бізнес-процесів (рис. 2). Іншими словами редизайн тісно пов’язаний із реінжинірингом бізнес-процесів, про який йшлося раніше.

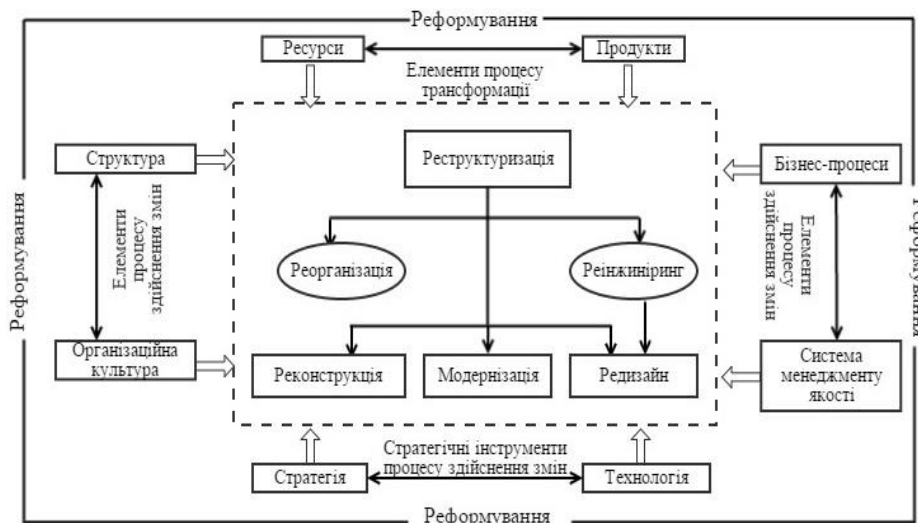


Рис. 2. Взаємозв’язок понять радикальних та еволюційних змін на підприємстві, а саме: реформування, реструктуризації, реорганізації та реінжинірингу*

Джерело: *складено та побудовано за [1].

Існує декілька різних точок зору на поведінку підприємства відносно суспільного середовища в контексті соціальної відповідальності. Згідно з однією з них, підприємство є соціально відповідальним, коли максимально збільшує прибуток, не порушуючи законів і норм державного регулювання. З цієї позиції підприємство повинне переслідувати тільки економічні цілі. Відносно іншої точки зору, підприємству слід враховувати не тільки відповідальність економічного характеру, але й людські та соціальні аспекти впливу своєї ділової активності на працівників, споживачів і місцеві громади, на території яких здійснюється його діяльність, а також вносити певний позитивний внесок у вирішення соціальних проблем у цілому.

У науковій літературі, документах національних і міжнародних організацій соціальна роль підприємства розкривається через ряд таких понять, як: “філантропія” [2], “добродійність” [3], “соціальна відповідальність” [4]. Їх синонімом виступає також поняття “корпоративна соціальна відповідальність” [5].

Таким чином, термінологічно “соціальну відповідальність підприємства” можна представити, як обов’язок самостійної господарсько-адміністративної самофінансованої і самоуправлінської юридичної особи, яка здійснює виробничі, комерційні, торговельні та інші функції, надає послуги з метою одержання прибутку, відповідати за взяті нею зобов’язання виконувати угоди, дотримуватися законів, сплачувати податки, компенсувати збитки, що заподіяні чужій власності, навколишньому середовищу в інтересах суспільства.

Таблиця 1

Характеристика моделей соціальної відповідальності підприємства*

Модель соціальної відповідальності підприємства	Характеристика
1. Англо-американська	Ініціюється самими компаніями, передбачає максимальну самостійність підприємств у визначенні свого суспільного вкладу. У той же час, ця модель законодавчо заохочує соціальні інвестиції у вигідні для суспільства сфери через відповідні податкові пільги при мінімальному державному регулюванні
2. Європейська	Своєрідна система державного регулювання за допомогою норм, стандартів і законів відповідних держав. При цьому європейські підприємства більш обмежені у питаннях своєї відповідальності перед суспільством. Велика увага приділяється адресним соціальним програмам і бізнес-проектам та дуже популярному принципу колективної солідарності
3. Австралійська	Серед державних органів, які займаються питаннями корпоративної соціальної відповідальності (КСО), можна назвати: Ділову раду Австралії, Департамент у справах сім’ї і суспільних послуг, Парламентський комітет з фінансових послуг і корпорацій. Крім того, у березні 2003 року Австралійська фондова біржа (Australian Stock Exchange) опублікувала Принципи належного корпоративного управління і кращі практики. Принципи охоплюють питання ролі керівників і членів правління у сприянні КСО компанії; задоволення інформаційних потреб сучасного інвестиційного співтовариства; невизначеності і ризику управління, а також визнання законних інтересів всіх зацікавлених сторін. Одним із способів державного заохочення етичного ведення бізнесу було вручення соціально відповідальним компаніям спеціальної винагороди – “Prime Minister’s Awards for Excellence in Community Business Partnerships”
4. Канадська	Модель багато у чому схожа з американською. Але, окрім загальних заходів щодо соціального захисту населення, реалізуються програми досконалості якості і здорового робочого місця. Перелік заходів охоплює сфери боротьби з виробничим травматизмом і професійними захворюваннями, охорони здоров’я працюючого населення, боротьби з безробіттям за допомогою зменшення плинності кадрів на конкретному підприємстві

*Складено за [5–6].

Формування української національної моделі соціальної відповідальності бізнесу, яка б відповідала сучасним умовам, знаходиться на початковому етапі. Належна увага стала приділятися цій проблемі у роботах вітчизняних учених лише в останні роки, а тому аналітичних досліджень не вистачає. На відміну від американської і європейської моделей в Україні роль держави у формуванні і розвитку соціальної місії бізнесу досить висока. Це певною мірою пов’язано з елементами командної системи, які залишилися з радянських часів. Проте головна відмінна національна риса полягає у тому, що на регіональному і державному рівнях соціальний вклад в основному зводиться до примусової участі бізнесу у реалізації всіляких соціальних і культурних програм, які частково є джерелами корупції. Хоча існує також багато соціальних ініціатив самих підприємців, проте досить часто вони мають характер соціального альтруїзму і активізуються у період виборчих кампаній. Отже, можна констатувати, що український варіант соціальної відповідальності є поєднанням елементів англо-американської моделі (добровільна ініціатива бізнесом) і європейської схеми (бажання підприємств отримувати від держави чіткі вказівки щодо діяльності).

Через стимули та мотиви досягається взаємодія та взаємозв’язок між керівниками та менеджерами різних рівнів управління в структурі апарату управління. Економічна складова механізму відображається в складі важелів, що забезпечують дію організаційних елементів.

Економічними важелями в механізмі управління змінами виступають ціноутворення, фінансування та кредитування, економічне стимулювання. Саме економічна складова механізму управління змінами забезпечує системну основу організаційних елементів цього механізму. Організаційну складову механізму управління змінами відтворюють елементи як носії певних характеристик та відносин, а економічну складову – економічні важелі, основу яких складає система показників, що мають відношення до процесу управління змінами. Слід зазначити, що основними елементами механізму управління змінами виступають: організаційна структура (в рамках процесу реорганізації на підприємстві), система менеджменту якості (як складова процесу трансформації сучасних підприємств), організаційна або корпоративна культура (як складова еволюційних організаційних змін на підприємстві), бізнес-процеси (як основа реінжинірингу та концепції постійного покращення БП), всі підсистеми підприємства (як основа процесу реструктуризації підприємства).

Таким чином, з авторської точки зору, *механізм процесу управління змінами підприємства* – це сукупність різних елементів, важелів, інструментів та методів організаційно-управлінського та економічного характеру, що спрямовані на формування адаптивного потенціалу змін та забезпечення створення і збереження конкурентних позицій підприємства в цілому, а також задоволення потреб споживачів, що в результаті сприяють розвитку підприємства в майбутньому.

Таким чином, у рамках реалізації механізму управління змінами на підприємстві реінжиніринг являє собою концепцію проведення радикальних змін на підприємстві за такими напрямками: система менеджменту якості, взаємодія з постачальниками ресурсів, обслуговування споживачів, організація виробництва та конкуренції на основі часу [1]. Спрощеною моделлю реінжинірингу є формування бізнес-процесів, на основі яких синтезуються в єдину систему умови та вимоги системи менеджменту якості (СМЯ), взаємовідносини з постачальниками, конкурентами та споживачами.

У побудові системи управління якістю важливим етапом є опис процесів підприємства і створення процесної моделі. Серед найбільш відомих методологій моделювання бізнес-процесів підприємства визначають такі: 1) методологія SADT/IDEF; 2) ARIS-методологія.

В Україні проекти реінжинірингу не отримали поширення з кількох причин. По-перше, саме поняття реінжинірингу з'явилося нещодавно і підприємства ще не мали змоги оцінити всі його переваги. По-друге, його розвиток гальмує висока вартість впровадження сучасних ІТ у компанії: якісна система бізнес-управління коштує сьогодні від 10 000 до 100 000 дол., залежно від масштабів діяльності підприємства та особливостей процесів, що на ньому відбуваються. Однак малі та середні підприємства можуть скористатися вже створеними програмними продуктами: деякі найпримітивніші системи управління бізнес-процесами можна придбати за 40–100 дол. Ще однією, не менш важливою причиною, що гальмує розвиток реінжинірингу, є опір змінам, властивий практично кожній компанії.

Висновки. Стратегічне бачення є однією із ключових компетенцій власників і керівників вищого рівня підприємства, тому обумовлюється їх зацікавленістю та компетентністю щодо процесів здійснення змін. Умови для стратегічних передбачень управління змінами створюються, перш за все, через використання інноваційних гнучких технологій управління на основі знань та досвіду персоналу управління.

Література

1. Гарафонова О. І. Управління змінами: теорія, методологія та практика : монографія / О. І. Гарафонова. – К. : КНУТД, 2014. – 364 с.
2. Epstein R. L. The semantic foundations of logic. – Vol. 1. Propositional logics. – Dordrecht : Kluwer Academic Publishers, 1990.
3. Responding to the Leadership Challenge: Findings of a CEO Survey on Global Corporate Citizenship, 2003 [Electronic resource]. – Mode off access: http://www.weforum.org/pdf/GCCI/Findings_of_CEO_survey_on_GCCI.pdf
4. Ленков С. В. Методы и средства защиты информации. В 2 т. / С. В. Ленков, Д. А. Перегудов, В. А. Хорошко. – К. : Арий, 2008.
5. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10. – С. 25–36.
6. CSRGuide. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. авт.: О. Лазоренко, Р. Колишко та ін. – К. : Видавництво “Енергія”, 2008 – 96 с.

References

1. Garafonova O. I. Upravlinnya zminamy: teoriya, metodolohiya ta praktyka : monohrafiya / O. I. Garafonova. – K. : KNU TD, 2014. – 364 s.
2. Epstein R. L. The semantic foundations of logic. – Vol. 1. Propositional logics. – Dordrecht : Kluwer Academic Publishers, 1990.
3. Responding to the Leadership Challenge: Findings of a CEO Survey on Global Corporate Citizenship, 2003 [Elektronyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.weforum.org/pdf/GCCI/Findings_of_CEO_survey_on_GCCI.pdf
4. Lenkov S. V. Metody y sredstva zashchyty ynformatsyy. V 2 t. / S. V. Lenkov, D. A. Perehudov, V. A. Khoroshko. – K. : Aryy, 2008.
5. Vorobey V. Korporatyvna cotsial'na vidpovidal'nist' chy vyhoda? / V. Vorobey // Kyuevo-Mohylyans'ka Biznes Studiya. – 2005. – # 10. – S. 25–36/
6. CSRGuide. Posibnyk iz KSV. Bazova informatsiya z korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti / Kol. avtor.: Lazorenko O., Kolyshko R. ta in. – K. : Vydavnytstvo “Enerhiya”, 2008. – 96 s.

Надіслана/Written: 28.07.2015 р.
Надійшла/Received: 30.07.2015 р.
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов