

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Антошко Т.Р.
асистент ФММ НТУУ «КПІ»

МІЖНАРОДНИЙ СТАНДАРТ ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ISO 26000

У статті проаналізовані особливості становлення корпоративної соціальної відповідальності. Визначенні основні напрями її реалізації. Визначено необхідність становлення стандарту корпоративної соціальної відповідальності. Розглянуті основні складові стандарту корпоративної соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стандарт корпоративної соціальної відповідальності, ISO 26000.

Вступ. Аналізуючи рівень поінформованості керівників провідних підприємств України про корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) та соціальну відповідальність (СВ) протягом останніх п'яти років, необхідно відмітити, що в цілому по країні цей рівень значно не змінився. Так, на відміну від 2005 року, в 2010 році є тенденція залежності розмірів підприємства та рівня інформованості про СВ. Чим більше підприємство (велика чисельність працівників та значні прибутки), тим вище рівень інформованості про КСВ та СВ.

Постановка задачі. Стан процесу поінформованості про КСВ пов'язаний з особливостями впровадження КСВ в Україні. Тому у поданій статті поставлено завдання визначення особливостей становлення КСВ в Україні з метою врахування отриманої інформації для побудови механізму функціонування КСВ, та розкриття сутності стандартів як правових інструментів реалізації зазначеного механізму.

Результати дослідження. Необхідно відмітити наступні аспекти становлення КСВ в Україні (інформація отримана від 600 підприємств України):

1. Недостатня увага звертається одному з найважливіших аспектів « сумлінного» ведення бізнесу, а саме відкритість компанії (доступність до інформації про діяльність підприємства). Так в період з 2005 по 2010 роки найменша частка підприємств віднесла до соціальної відповідальності саме такий її аспект. Українські компанії та підприємства закриті для широкої громадськості: для більшої половини компаній (59,8%) детальна інформація про діяльність компанії – це інформація тільки для внутрішнього користування. Тільки 28,4% підприємств мають затверджені кодекси поведінки (місію, звід етичних правил, проголошені цінності тощо).

2. Екологічному та соціальному аспекту КСВ приділяється все більше уваги. Так частка підприємств, які вважають, що бізнес повинен брати активну участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем держави та місцевих громад у порівнянні з 2005 роком зростає майже в два рази. Майже половина українських підприємств які зарекомендували себе як зацікавлених у впровадженні принципів та стандартів КСВ та СВ, вважає, що політика і практика соціальної відповідальності повинна впроваджуватися кожною компанією (2010 р. - 53,1%).

3. Аналізуючи основні чинники які є визначними стимулами для впровадження КСВ компаніями України, необхідно відмітити, що на першому плані стоять моральні міркування (61%) і внутрішнє спонукання (52%). Досить вагомою є частка таких чинників, як: зростання продажів компанії, копіювання дій конкурентів та запит з боку органів місцевої влади. У порівнянні з 2005 роком, у два рази зростає частка компаній, для яких конкурентний чинник став досить вагомим. Найбільш поширеними є практики впровадження енергозберігаючих технологій та сортування та утилізації відходів – 26%.

Внутрішня політика корпоративної соціальної відповідальності українських компаній спрямовується, в першу чергу, на трудові практики і заходи із захисту здоров'я і безпеки споживачів.

На думку керівників опитаних підприємств необхідно розробити і прийняти Національну стратегію розвитку соціальної відповідальності (74%); провести широку інформаційно-просвітницьку кампанію з питань соціальної відповідальності (73%), провести окрему просвітницьку програму для споживачів (71%); впровадити принципи соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування (56%). В рамках компаній - доцільно запровадити окрему посаду з КСВ (24,9%) та збільшити бюджети організацій на програми \ заходи з КСВ (45,8%)

На нашу думку, всі вищенаведені аспекти є достатньою причиною створення стандарту з корпоративної соціальної відповідальності, що в свою чергу стане першим на шляху до національної стратегії з розвитку КСВ чи СВ.

Також, підставою для розробки стандарту із соціальної відповідальності стало визнання значення ролі соціальної відповідальності у сталому розвитку організації на Всесвітньому Самміті з навколишнього середовища у Ріо-де-Жанейро у 1992 році та на Всесвітньому Самміті зі сталого розвитку у Південній Африці у 2002 році.

На початку 2003 року ISO (Міжнародна організація із стандартизації) сформувала Стратегічну консультативну групу з питань соціальної відповідальності, до складу якої увійшли представники різних країн і груп стейкхолдерів, включаючи бізнес, державні структури, об'єднання споживачів та працівників, недержавні організації, дослідницькі інституції та міжнародні структури. Членами Робочої групи ISO з соціальної відповідальності є експерти від організацій-членів ISO (національні організації зі стандартизації) та організацій-партнерів.

Протягом 18 місяців тривали інтенсивні дискусії та кропітка робота. В результаті цієї роботи Стратегічна консультативна група підготувала звіт, який містив огляд світової практики у сфері соціальної відповідальності та перелік питань, на які потрібно було звернути увагу. Аналіз ситуації дозволив Групі дійти висновку про необхідність розробки стандарту із соціальної відповідальності. Членами Робочої групи ISO з соціальної відповідальності є експерти від організацій-членів ISO (національні організації зі стандартизації) та організацій-партнерів.

Станом на травень 2006р., До складу РГ з СО входять 315 експертів та 52 спостерігача з 65 країн-членів і 32 організацій-партнерів.

Членство обмежено максимум 6 експертами від національної організації зі стандартизації і 2 експертами від організацій-партнерів.

Розкриваючи сутність стандарту, необхідно зазначити, що в цій статті, ми розглядаємо кінцевий проект документа, розробленого Спільною Цільовою Робочою Групою (СЦРГ, або IDTF), показним органом, створеним на засіданні Робочої Групи ІСО по соціальній відповідальності у Відні. Даний робочий проект розроблений за підсумками розгляду пропозицій, представлених експертами, і відповідно до погодженої на віденській зустрічі процедури.

Міжнародний стандарт представляє керівництво з основних принципів соціальної відповідальності, головних питань і проблем, що стосуються соціальної відповідальності, і способам реалізації соціальної відповідальності в організації. Стандарт може застосовуватися всіма типами організацій, незалежно від їх розміру або місця розташування, включаючи урядові і неурядові організації, а також підприємствами, оскільки кожна організація впливає на суспільство і довкілля. Він призначений допомогти організації досягти взаємної довіри із зацікавленими сторонами, покращуючи їх показники діяльності в області соціальної відповідальності. цей міжнародний стандарт не призначений для державних організацій підчас реалізації їх виконавчої, законодавчої та судової влади. ІСО не має повноважень диктувати, оцінювати або мати на увазі, якими мають бути обов'язки держав або їх урядів. Проте, урядові структури можуть використовувати це керівництво для інформування про їх політику в області соціальної відповідальності.

Цей міжнародний стандарт є добровільним і не призначеним для сертифікації третьою стороною, обов'язкового або контрактного застосування. Він не має створювати нетарифні бар'єри в торгівлі, а також вносити зміни до юридичних обов'язків організації.

Заохочується діяльність організації, спрямована на підвищення своєї соціальної відповідальності, використовуючи даний міжнародний стандарт, залучаючи зацікавлені сторони, дотримуючи національні закони, а також поважаючи принципи міжнародно-визнаних норм поведінки.

Даний міжнародний стандарт пропонує керівництво для організацій по впровадженню соціально відповідальної поведінки в існуючі організаційні

стратегії, системи, практики і процеси, а також надає особливе значення результатам і поліпшенню показників діяльності.

Звертаємо увагу, на те що в цьому стандарті наведене сучасне розуміння поняття соціальної відповідальності. А саме, соціальна відповідальність (social responsibility) – це відповідальність організації за вплив її рішень і діяльності на суспільство і довкілля через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає існуючому законодавству і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; та інтегрована у діяльність всієї організації і реалізується нею на практиці взаємовідносин. Питання, що складають суть соціальної відповідальності, відображають очікування суспільства в конкретний момент часу і, отже, постійно змінюються разом з проблемами суспільства і його очікуваннями, таким чином організації теж мінятимуться для вирішення цих проблем. Важливою характеристикою соціальної відповідальності є бажання організації бути відповідальною і підзвітною за вплив її діяльності і рішень на суспільство і довкілля. Це передбачає прозорість і етичну поведінку.

Таке базове розуміння СВ, можна використовувати в подальшому дослідженні цього явища, та для визначення корпоративної соціальної відповідальності, що буде описано автором в подальших статтях.

Висновки. Кожна організація, яка прагне до вдосконалення своєї діяльності в галузі корпоративної соціальної відповідальності, повинна регулярно проводити оцінку процесів та їх впливу на суспільство.

Оскільки всі сегменти суспільства можуть сприяти сталому розвитку, існує потреба у розробці інструментів, що дозволяють на практиці визначити і реалізувати цілі з досягнення стійкого розвитку. Цим пояснюється необхідність стандарту ISO 26000.

Прийняття соціально відповідальної практики управління організацією сприяє більшій інформованості під час ухвалення рішень, заснованій на кращому розумінні очікувань суспільства, ризиків і можливостей, пов'язаних з соціальною відповідальністю. Відповідальне управління організацією здатне поліпшити стосунки організації із зацікавленими сторонами. Заохочення слідувати нормативним зобов'язанням веде до рішень, які з більшою вірогідністю отримають підтримку і довіру тих, хто їх реалізує і на кого вони впливають. Результатом, таким чином, може бути вдосконалення практик управління ризиками і поліпшення репутації організації

Необхідно зауважити на тому, що однією з найважливіших можливостей ISO, крім управління розробкою стандартів на міжнародному рівні, є унікальний канал розповсюдження інформації. Ми сподіваємося на широке застосування стандарту ISO 26000, що призведе до збільшення кількості осіб та організацій, натхнених ідеями стандарту.

Перелік посилань

1. Витяг з аналітичного звіту щодо результатів дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005 – 2010: стан та перспективи розвитку».

2. www.iso.org/sr

3. United Nations (UN): World Summit for Social Development. Report of the World Summit for Social Development. Document A/CONF. 166/9, 1995. Copenhagen Declaration on Social Development. 1995

Антошко Т.Р.
ассистент НТУУ «КПІ»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТАНДАРТ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ISO 26000

В статье проанализированы особенности становления корпоративной социальной ответственности. Определены основные направления ее реализации. Определена необходимость становления стандарта корпоративной социальной ответственности. Рассмотрены основные составляющие стандарта корпоративной социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, стандарт корпоративной социальной ответственности, ISO 26000.

Antoshko T.R.
assistance lecturer NTUU «KPI»

INTERNATIONAL STANDARD SOCIAL RESPONSIBILITY ISO 26000

The article analyzes the peculiarities of corporate social responsibility. Determining the main directions of its implementation. Identified the need to develop standards for corporate social responsibility. The main components of the standard of corporate social responsibility.

Keywords: corporate social responsibility, corporate social responsibility standard, ISO 26000.

Бойчук Н. Я.
старший викладач НТУУ «КПІ»
Войтов О.І.
студент ФММ НТУУ «КПІ»

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто проблеми вугільної галузі України та визначено основні причини її занепаду. Проаналізовано основні напрямки діяльності державної влади, щодо реформування діяльності підприємств та реструктуризації в цілому галузі. Обґрунтування державної підтримки та подальшої політики, а також сформульовано висновки щодо подальшого розвитку вугільної промисловості.