

management near interpretation of concept «system of antirecessionary management». The importances of the combination of the whole approaches for the getting maximum desirable results are ground – a synergistic effect. The integration approach to the management of foreign economic activity is formed, which allows for research and evaluation, as well as examination of decisions from the perspective of different disciplines and diverse experience that ensures their mutual coordination and integration.

Key words: crisis management, crisis management system, the approach to crisis management, the control function.

Стаття надійшла до редколегії
20.03.2013 р.

УДК 005.35:658(043.3)

Андрій Колосок

Критерії оцінки соціальної відповідальності бізнесу

У статі здійснено аналіз критеріїв оцінки ефективності соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено особливості соціально відповідального підходу до ведення виробничої діяльності. Визначено основні тенденції формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Досліджені показники згруповано, показано їх взаємозв'язок, характер і ступінь впливу на кінцевий результат. Удосконалено процедуру оцінки результатів соціальної відповідальності бізнесу як окремих підприємств, так і регіону чи галузі загалом.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, критерії, оцінка, корпоративна соціальна відповідальність.

Постановка наукової проблеми та її значення. Процеси ринкової трансформації економіки України призвели до змін щодо практики діяльності підприємств. Зокрема, змінилося розуміння ролі підприємства як суспільного інституту, сформувалися нові підходи до оцінки ефективності та результативності його діяльності. Поряд з економічними чинниками все більшу роль у забезпеченні конкурентоспроможності, досягненні високої продуктивності та прибутковості виробництва починають відігравати соціально відповідальні функції підприємства.

Значну увагу починають приділяти природоохоронним заходам, розробленню та реалізації програм розвитку об'єктів соціальної інфраструктури: медичних пунктів, дитячих садків, оздоровниць тощо, а також формуванню систем соціального, освітнього й психологічного забезпечення працівників, упровадженню принципів етичної поведінки у відносинах із постачальниками та споживачами.

Подібна трансформація суспільних цінностей та пріоритетів вимагає внесення змін до діючої практики управління підприємствами, забезпечення інтеграції принципів, методів та інструментів соціальної відповідальності в діяльність підприємств.

Аналіз останніх досліджень цієї проблеми. Вагомий вклад у становлення, розвиток та дослідження особливостей соціально відповідального підходу до ведення виробничої діяльності зробили З. І. Галушка [4], Л. А. Грицина [3], О. В. Степанова [8], Н. А. Супрун [7], Є.В. Мішенін [6], С. В. Мельник [5], І. М. Царик [9; 10] та ін.

Питанням оцінки ефективності соціальної відповідальності і бізнесу, і держави приділяли увагу О. Ю. Березіна [1], Н. В. Водницька [2], І. Ф. Комарницький [4] та ін.

Однак коло питань, пов'язаних з організацією механізму соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах, не набули належного висвітлення і потребують більш детального дослідження. Зокрема, потребує подальшого вдосконалення процедура оцінки результатів соціальної відповідальності бізнесу і окремих підприємств, і усіх загалом.

Формулювання мети та завдань статті. Об'єкт дослідження – процес управління соціальною відповідальністю бізнесу.

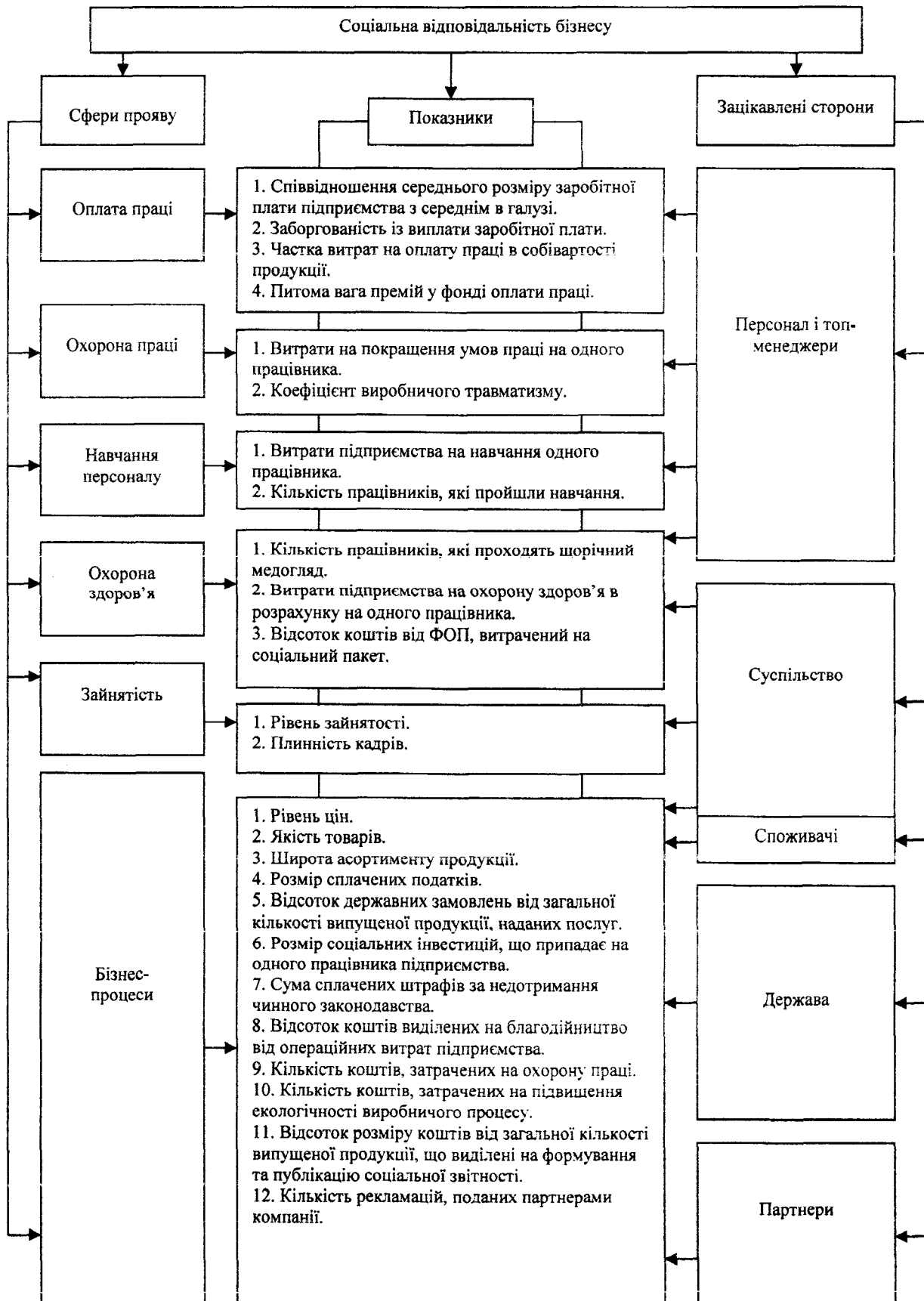


Рис. 1. Показники ефективності соціальної відповідальності бізнесу та їх взаємозв'язок

Предмет дослідження – критерії оцінки ефективності соціально відповідальних заходів підприємства і окремо, і загалом.

Мета – розвиток теоретичних засад соціальної відповідальності бізнесу та формування практичних рекомендацій щодо вдосконалення його нормативного, методичного й документального забезпечення.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Критерієм успішності компанії та її соціальної спрямованості є опублікування соціального звіту, що характеризує здобутки та ініціативи в цьому напрямі. Подану компаніями на розгляд громадськості інформацію потрібно систематизувати та проаналізувати згідно з певними критеріями, щоб у кінцевому результаті отримати рейтинг соціальної відповідальності компаній чи регіонів.

Розроблені показники ефективності соціальної відповідальності бізнесу взаємопов'язані двома блоками: сфери прояву (оплата праці, навчання персоналу, охорона праці, зайнятість, охорона здоров'я, бізнес) та зацікавлені сторони (персонал і топ-менеджери, суспільство, споживачі, держава, партнери).

Показники оплати праці: співвідношення середнього розміру заробітної плати підприємства до середнього в галузі; заборгованість із виплати заробітної плати; частка витрат на оплату праці в собівартості продукції; питома вага премій у фонді оплати праці та показники охорони праці: витрати на покращення умов праці на одного працівника; коефіцієнт виробничого травматизму; навчання персоналу: витрати підприємства на навчання одного працівника; кількість працівників, які пройшли навчання, залежать від топ-менеджерів та безпосередньо впливає на персонал.

Показники охорони здоров'я: кількість працівників, що проходять щорічний медогляд; витрати підприємства на охорону здоров'я в розрахунку на одного працівника; відсоток коштів від ФОП, витрачений на соціальний пакет, і показники зайнятості: рівень зайнятості, плінність кадрів взаємопов'язані та впливають і на персонал, і на суспільство (табл. 1).

Показники, що характеризують бізнес-процеси: рівень цін; якість товарів; широта асортименту продукції; розмір сплачених податків; відсоток державних замовлень від загальної кількості випущеної продукції, наданих послуг; розмір соціальних інвестицій, що припадає на одного працівника підприємства; сума сплачених штрафів за недотримання чинного законодавства; відсоток коштів, виділених на благодійництво від операційних витрат підприємства; сума коштів, затрачених на охорону праці; сума коштів, затрачених на підвищення екологічності виробничого процесу; відсоток розміру коштів від загальної кількості випущеної продукції, що виділені на формування та публікацію соціальної звітності; кількість реклаमाцій, поданих партнерами компанії, значною мірою залежать від економічної політики держави та впливають на партнерів компаній і споживачів їхньої продукції.

Використання запропонованих показників у процесі аналізу якісного стану соціальної відповідальності корпорації забезпечить його достовірну оцінку в системі соціально-трудових відносин. Запропонований методичний підхід є дієвим засобом оцінки соціальної звітності корпорації не тільки в процесі внутрішнього контролю, а й при зовнішньому аудиті.

Висновки. Сучасний стан соціальної відповідальності бізнесу в Україні свідчить, що цей напрям лише починає розвиватися та поширюватися серед підприємницьких структур. Стримуючими факторами є суб'єктивний підхід власників, несистемність та вузька направленість заходів соціальної відповідальності, що в поєднанні з іншими факторами гальмує розвиток принципів корпоративної соціальної відповідальності бізнесу серед вітчизняних підприємств та іноземних інвесторів.

Вивчення світового досвіду свідчить про взаємозв'язок між соціальною відповідальністю бізнесу та його конкурентоспроможністю. Невід'ємними елементами соціальної відповідальності бізнесу в розвинутих країнах є принципи демократії та вільної конкуренції. Економічна глобалізація стимулює підприємства до посилення соціальної відповідальності на регіональних ринках, що є основою збільшення конкурентоспроможності кінцевої продукції та рівня її реалізації. Крім того, запровадження принципів соціально відповідального бізнесу дає змогу покращити внутрішню атмосферу на підприємстві, зміцнити його репутацію та діловий імідж, підвищити зацікавленість працівників та сформуванню ефективну систему мотивації персоналу.

Запропоновані показники оцінки ефективності соціальної відповідальності бізнесу можуть слугувати основою для розробки рейтингів соціальної відповідальності і підприємства, і регіону, що стане додатковим стимулом для впровадження соціально відповідальної практики підприємств та

запровадження цієї концепції на регіональному рівні. Крім того, ці показники та результати їх обробки можуть стати базою для розрахунку комплексу заходів, які сприятимуть у майбутньому розвитку соціальної відповідальності бізнесу та формуванню і регіональної, і національної стратегії з корпоративної соціальної відповідальності.

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу значною мірою залежить від позиції держави, яка може впливати на цей процес, безпосередньо і опосередковано. До заходів безпосереднього впливу відноситься нормативно-правова база, державні закупівлі та інвестиції, податкові пільги для бізнесу, пільгове кредитування, екологічні, соціальні стандарти, економічні санкції, ліцензії, стандарти якості та звітності, ідеологічна політика та інформаційно-просвітницька робота. Факторами опосередкованого впливу є розвиток соціального партнерства, політика, сприяння меценатству, спонсорству, благодійності, організаційно-правова підтримка неприбуткових організацій та удосконалення механізму їх фінансової підтримки.

Підсумовуючи, зазначимо, що основними тенденціями формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні є недооцінка керівниками значення соціальної відповідальності для розвитку бізнесу; запровадження засад соціальної відповідальності в діяльність підприємств лише в частині законодавчо визначених норм; брак єдиної термінології щодо соціальної відповідальності, загальнодержавної ідеології, національних стандартів та концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу; значна різноманітність форм соціальної активності окремих суб'єктів господарювання. Усунення цих причин є необхідними кроками для ефективного функціонування інституту соціальної відповідальності бізнесу та формування соціальної держави.

Джерела та література

1. Березіна О. Ю. Теоретичні підходи до визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» / О. Ю. Березіна // Вісн. Житом. держ. технол. ун-ту. Сер. : Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – Вип. 3 (53). – Ч. 1. – С. 223–225.
2. Водницька Н. В. Взаємозв'язок соціальної і економічної політики в умовах формування соціально орієнтованої ринкової економіки / Н. В. Водницька // Економіка розвитку. – 2004. – №1 (29). – С. 25–28.
3. Грицина Л. А. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності підприємства в системі зацікавленості та взаємовідносин сторін / Л. А. Грицина // Вчені зап. Крим. інженерно-пед. ун-ту. Економічні науки. – Сімферополь : НІЦ КІПУ, 2008. – Вип. 12. – С. 73–77. – 0,39 др. арк.
4. Комарницький І. Ф. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління підприємством [Електронний ресурс] / І. Ф. Комарницький, З. І. Галушка. – Режим доступу: http://bukuniver.cv.ua/Applications/zbirnik/n6/7_Social.pdf
5. Мельник С. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. В. Мельник // Економіка та держава. – 2007. – № 5. – С. 72.
6. Мішенін Є. В. Управління соціальними витратами на підприємстві: суспільні орієнтири та механізми реалізації / Є. В. Мішенін, О. В. Степанова // Вісн. Укр. держ. ун-ту вод. госп-ва та природокористування. – Рівне, 2004. – Вип. 2(26), ч. 2. – С. 543–548.
7. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку бізнесу / Н. А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 61–74.
8. Степанова О. В. Соціально відповідальне управління промисловими підприємствами: проблеми формування та напрямки реалізації / О. В. Степанова, Є. В. Мішенін // Вісн. Сум. нац. аграр. ун-ту. Сер. : Економіка та менеджмент. – 2007. – № 6 – 7 (26–27). – С. 404–414
9. Царик І. М. Рыночное регулирование социальной ответственности бизнеса в условиях цикличности экономики / И. М. Царик // Историко-правовые и социально-экономические аспекты развития общества : материалы межвуз. науч.-практ. конф., 7 апр. 2010 г. – Чернигов : Укр.-рос. ин-т (филиал) Моск. гос. открытого ун-та в г. Чернигове, 2010. – С. 208–210.
10. Царик І. М. Вплив соціальної відповідальності банку на розмір депозитного портфеля / І. М. Царик // Вплив держави та банків на формування і розміщення заощаджень населення : зб. матеріалів міжвуз. Круглого столу. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2008. – С. 12–15.

Колосок Андрей. Критерии оценки социальной ответственности бизнеса. В статье осуществлен анализ критериев оценки эффективности социальной ответственности бизнеса. Исследованы особенности социально ответственного подхода к ведению производственной деятельности. Определены основные тенденции формирования корпоративной социальной ответственности в Украине. Исследованные показатели сгруппированы, показана их взаимосвязь, характер и степень влияния на конечный результат. Усовершенствована

процедура оценки результатов социальной ответственности бизнеса как отдельных предприятий, так и в целом по региону или отрасли.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, критерии, оценка, корпоративная социальная ответственность.

Kolosok Andriy. Criteria of Estimation of Social Responsibility of Business. The analysis of criteria of estimation of efficiency of social responsibility of business is carried out in the floor. The features of the socialresponsible going are investigational near the conduct of productive activity. The basic tendencies of forming of corporate social responsibility are certain in Ukraine. Investigational indexes are grouped, their intercommunication, character and degree of influence, is shown on end-point. Procedure of estimation of results of social responsibility of business is improved as separate enterprises so on the whole on a region or industry.

Key words: social responsibility of business, criteria, estimation, corporate social responsibility.

Стаття надійшла до редколегії
01.03.2013 р.

UDC 339.139

Anna Momcheva

Benchmarking as a Tool for Enterprise Performance Improvement

This paper describes how benchmarking principles can be applied to improve enterprise performance. The operational and cultural benefits of benchmarking as well as obstacles hindering its successful implementation were summarised in the article. The meaning of benchmarking was clarified and the general procedures for applying it for both theoretical and practical purposes were investigated. The main stages of benchmarking process were grounded in the study. The goal of the article is to investigate and determine the significance and place of benchmarking in the overall business management, analyze foreign experience of its implementation, draw appropriate conclusions. The article finds that benchmarking is a powerful tool that can significantly enhance an organization's ability to strategically manage its performance. The article provides useful information about the use of benchmarking that helps organizations to find adequate methods for competitive advantage growth.

Key words: benchmarking, best practices, performance indicators, measurement, benchmarking process, competitiveness.

Scientific problem statement and its significance. Effective management is increasingly becoming important for enterprises and organizations to remain competitive in today's dynamic business environment. The use of benchmarking is widening as a technique for enterprise performance improvement. Unfortunately quite often, the benchmarking concept is understood as an industrial espionage or an act of imitating or copying. However we are on the opinion that benchmarking is a tool that helps in innovation rather than imitation. Many organizations today simply don't understand how their business processes are performing in relation to their overall business strategy and therefore suffer great inefficiencies. Therefore, one of the first steps to managing operational performance and creating efficiencies is through the use of benchmarking.

The analysis of the problem investigations. Many authors have contributed to the literature on benchmarking resulting in more than 500 publications. The definition of benchmarking was put forward by David T. Kerns, former Xerox's chief executive, who was there when a systematic use of benchmarking was launched in 1979. He defined benchmarking as «the continuous process of measuring products, services, and practices against the toughest competitors or those recognized as industry leaders» [4, p. 324]. According to Camp, «benchmarking is the search for industry best practices that lead to superior performance» [5, p. 29]. The concept of benchmarking has been defined by International Benchmarking Clearinghouse of the American Productivity and Quality Centre as «a process of continuous measurement and comparison to the leading organizations anywhere in the world with the goal to obtain information that helps the given organization to accept and implement activities leading to an improvement of its own