

загальної цінності компанії не робить суспільство краще. Другий підхід, ґрунтуючись на теорії зацікавлених осіб і припускає, що компанія існує не тільки для того, щоб приносити вигоди інвесторам, але і всій решті зацікавлених осіб, до яких відносяться працівники, покупці, постачальники, уряд, місцеве співтовариство, а також діти працівників і майбутні покоління. Така, цільова функція бізнесу є багаточинником.

Важливим слідством визначення цільової функції бізнесу є встановлення конкретних показників економічного зростання. В рамках першого підходу вимірниками корисності економічного зростання є показники, що відображають зміну (створення або руйнування) цінності компанії для інвесторів. Другий підхід вимагає багатокритерійної системи оцінки корисності економічного зростання для заінтересованих осіб.

Теорія зацікавлених осіб і визначувані нею методи і інструменти вносять свій внесок в розуміння того, як створюється цінність компанії і за яких умов економічне зростання підтримує і збагачує внутрішні і зовнішні зв'язки соціально-економічної системи.

Критерієм оцінки корисності економічного зростання вважається рівновага, яка визначається станом сьогоdnішніх нормальних, здорових потреб суспільства і не зменшує шансів майбутніх поколінь на гідне життя, і це в свою чергу зумовлює чинники цінності бізнесу.

Компаніям слід демонструвати, як і в якому ступені вони виконують свої обов'язки перед зацікавленими особами. Ці обов'язки часто, хоча і не завжди, описуються і визначаються в діючих регламентах і стандартах, кодексах і законах. Нездатність виправдати очікування суспільства може коштувати підприємству права на ведення господарської діяльності або репутації в очах суспільства, тобто привести до втрати цінності.

Отже основний спосіб вирішення проблеми корисності економічного зростання, - це орієнтація на принципи, форми та методи забезпечення соціально-етичної поведінки в цінносно-орієнтованому управлінні бізнесом. Компонентами соціально-етичної поведінки є: корпоративна етика; корпоративна соціальна політика відносно суспільства; політика у сфері охорони навколишнього середовища; принципи та підходи до управління; питання дотримання прав людини у відношеннях з працівниками фірми, споживачами; грамадскістю.

Концепція цінносно-орієнтованого управління зайняла достойне місце в системі стратегічного управління. Проте, наукова полеміка ведеться навколо управлінського інструментарію, зокрема побудови системами виміру цінності суб'єктів господарювання. Такий вибор не може не враховувати вимог моделі розвитку суспільства. Розгляд цінносно-орієнтованого управління через призму соціальної відповідальності передбачає вибор моделі оцінювання, за пріоритетами етики і розробку на базі цієї моделі системи інструментів, для прийняття управлінських рішень спрямованих на забезпечення росту цінності бізнесу для суспільства, як спільноти зацікавлених осіб.

УДК 658.5(043.2)

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КУЛЬТУРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У БІЗНЕСІ

*Жаворонкова Г.В., д.е.н., професор,
Дяченко Т.О., к.е.н., доцент (КНАУ)*

Серед чинників успішної діяльності підприємств особливого значення набуває культура організації, яка включає різні види культури.

Культура управлінської діяльності — сукупність прогресивних гуманістичних матеріально-духовних досягнень в управлінні, з одного боку, матеріально-виробничими процесами на підприємстві, ставленням людей до природи, а з іншого — економічними (в тому числі організаційно-економічними, техніко-економічними та виробничими) відносинами між людьми.

Ця культура втілюється в системі соціальних норм і цінностей, знань, світогляді, морально-етичних нормах діяльності, поведінці, свідомості, вмінні володіти собою.

Так, в управлінні матеріально-виробничими процесами важливою ланкою культури управління (а отже й культури підприємницької діяльності) є впровадження техніко-технологічної культури (тобто дотримання вимог експлуатації техніки, технологічної дисципліни та ін.), інформаційної культури (наявність ґрунтовних знань щодо ефективного використання інформації, її обробки, всебічної комп'ютерної грамотності тощо).

Культура бізнесу повинна спиратися на такі соціальні цінності, як рівність, справедливість, повага, злагода, порядок. Розрізняють також

матеріальні та духовні, особистісні та інституціональні елементи культури бізнесу. До матеріальних відносять рівень розвитку підприємства, зокрема управлінської та інформаційної техніки; до духовних — сукупність професійних знань керівництва, виробничого досвіду і навичок, економічне мислення; до особистісних — вид підприємницької діяльності, можливість збагачення, ступінь економічної свободи та ін.; до інституціональних — соціальні цінності й норми, в тому числі віру й переконання.

Сучасні питання культури бізнесу взаємопов'язують із соціальною відповідальністю бізнесу, оскільки це — одна з провідних концепцій у тлумаченні основної мети діяльності підприємств, передусім крупних фірм та компаній. Вона означає, що такою метою перестало бути максимальне привласнення прибутку, а стало задоволення соціальних потреб та інтересів усіх верств населення. На користь такого твердження наводять дані про постійне розширення номенклатури товарів та послуг для населення, кола споживачів цих благ, дотримання норм державного регулювання підприємництва та ін.

Проте для досягнення основної мети підприємство повинно домагатися інших похідних цілей — економічного зростання, збільшення продуктивності праці, виготовлення якісних товарів і надання послуг для задоволення суспільних потреб.

Дотримуватись певною мірою вимог соціальної орієнтації бізнесу підприємства у розвинутих країнах світу змушують боротьба споживачів за свої права, конкурентна боротьба.

Культура бізнесу має забезпечувати не тільки виготовлення якісних товарів та надання відповідних послуг, які б задовольняли суспільно необхідні потреби населення. Іншими напрямками є створення належних умов праці для працездатного населення, збереження довкілля, встановлення заробітної плати на рівні вартості робочої сили, виплата податків у фонд соціального страхування та ін.

УДК 174.4:656.2.001.73

ЩОДО РОЗРОБКИ КОДЕКСІВ ДІЛОВОЇ ЕТИКИ ТА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ЗАЛІЗНИЦЬ

Компанієць В.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

На сьогоднішній день стратегія розвитку

залізничного транспорту України визначена лише концептуально. Для того, щоб ефективно здійснювати стратегічні перетворення необхідно розробити цілий ряд важливіших документів, серед яких комплекс функціональних стратегій розвитку залізничного транспорту, а також основоположні кодекси, які будуть виражати філософію та етику компанії це - Кодекс ділової етики та Кодекс корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСО) – це добровільний вклад у розвиток держави, суспільства, бізнесу в економічній, соціальній, екологічній сферах, який безпосередньо пов'язаний із господарською діяльністю усіх підприємств залізничного транспорту. Корпоративна соціальна відповідальність, яка прийнята у сучасній світовій діловій практиці, вимагає від організацій, що займаються економічною діяльністю, участі у поліпшенні соціальних умов життя населення та захисті оточуючого середовища.

Прийняття кодексу соціальної відповідальності означає позиціювання компанії як соціально відповідальної, у тому числі і в міжнародному економічному просторі, прийняття відповідних (зазначених у кодексі) обов'язків перед усіма зацікавленими сторонами із визначенням основних принципів та цілей у відносинах з ними. При тому, що прийняті обов'язки не тільки відповідають законодавчо прийнятому мінімуму зобов'язань перед усіма зацікавленими сторонами, але й виходять за їх межі (тобто компанія бере на себе підвищені обов'язки, керуючись не тільки правовими, але й соціальними принципами, моральними нормами).

Кодекс ділової етики встановлює правила, принципи та норми поведінки усіх працівників організації, як у внутрішньому середовищі (тобто у межах організації), так і у відносинах організації з акціонерами, органами влади, юридичними та фізичними особами. У кодексі можуть проголошуватись місія організації та її корпоративні цінності. Принципи, норми та правила, встановлені у Кодексі, як правило, мають загальний характер і можуть доповнюватись та деталізуватись у різних внутрішніх документах організації (стандартах службової поведінки, правилах проведення переговорів, тощо).

І кодекс корпоративної соціальної відповідальності, і кодекс ділової етики є по суті взаємопов'язаними документами, в яких організація завдає своїм співробітникам моральні стандарти ділової поведінки і через які на нормативному рівні