

УДК 006.07:331.1:658.5

РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ» И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

З.М. Раджаб, асп.,

В.А. Залога, докт. техн. наук, проф.,

А.В. Ивченко, канд. техн. наук

Сумский государственный университет;

П.Н. Полянский, канд. экон. наук,

Г.А. Иванов, канд. техн. наук

Николаевский национальный аграрный университет

На підставі проведених досліджень вимог і очікувань споживачів відносно управління організаціями у сфері соціальної відповідальності встановлено, що само поняття «Соціальної відповідальності» має широке тлумачення в різних наукових роботах, законодавчих актах та нормативних документах. У цій роботі запропоновано визначення цього поняття з урахуванням його багатоаспектності, що дозволяє ширше охопити відповідальність організацій за свою діяльність перед зацікавленими сторонами і суспільством у цілому.

Ключові слова: *поняття соціальної відповідальності, конкурентоспроможність організацій, міжнародний стандарт SA 8000, відповідальність організацій, бізнес-ризик.*

Введение. Исследование современного состояния вопроса удовлетворения требований и ожиданий потребителя показывает все возрастающую роль не только производства экологически чистой и качественной продукции или предоставления услуг, но и все большего обращения внимания общественности на вопросы защиты прав человека, поддержания гуманных условий труда, запрета использования детского труда и т.д.

Все это можно определить как социальная ответственность работодателей перед своим персоналом и обществом в целом. В работах [1–3] авторы связывают доступ к международному рынку только через обеспечение организацией

выполнения нею требований по социальной ответственности. В работе [3] отмечено, что в настоящее время в развивающихся странах существует «большая пропасть» между декларированием выполнения обязательств по социальной ответственности и их реальным исполнением.

Для реализации условий выполнения обязательств по социальной ответственности действенным инструментом является прохождение организацией процедуры сертификации ее системы менеджмента на соответствие требованиям международного стандарта SA 8000 [4]. В то же время в мировой практике существуют и другие документы, регламентирующие вопросы социальной ответственности, например, такие как:

- UNGC (United Nations Global Compact) [5] — инициатива по стратегическому планированию деятельности организаций, которая основывается на 10 принципах управления в области защиты прав человека, охраны труда и окружающей среды, а также борьбы с коррупцией. Следует отметить, что данный документ не предназначен для целей сертификации;
- международный стандарт ISO 26000:2010 [6], который представляет собой руководство по обеспечению социальной ответственности и может использоваться только как часть общего менеджмента для всех типов организаций, независимо от их размера или местоположения. Данный стандарт не является стандартом системы менеджмента и не содержит требований по обеспечению социальной ответственности. Он не предназначен как для целей сертификации, так и для использования в качестве регламентирующих или договорных требований [6];
- серия национальных стандартов Великобритании AA 1000 [7]. Данные стандарты разработаны институтом социальной и этической ответственности Великобритании. Они предназначены для измерения и оценивания результатов деятельности организаций с этических позиций и предоставляют пользователям процедуру и набор критериев, на основе которых может быть проведен аудит их деятельности в социальной сфере. Данные стандарты могут быть использованы для целей сертификации, но они не получили широкой известности в мировой практике.

Международный стандарт SA 8000 [4] «Социальная ответственность» регламентирует добровольные требования, предъявляемые к работодателям при: организации рабочего места для сотрудника; использовании детского и

женского труда; использовании различных дисциплинарных мер, а также свободу ассоциаций и прав на ведение коллективных переговоров. Данный стандарт может быть использован в целях сертификации и различных договорных обязательствах. Нормативные элементы этого стандарта основываются на национальном законодательстве, международных нормах по правам человека и конвенциях международной организации труда (ILO).

Поэтому в настоящее время становится актуальным решение научно-практической задачи повышения конкурентоспособности отечественных организаций на основе разработки и внедрения систем менеджмента, которые бы удовлетворяли требованиям международного стандарта SA 8000.

Целью данной работы является исследование понятия «социальная ответственность» в контексте требований международных стандартов, законодательных документов и толкований различных научных школ и направлений.

1. Исследование требований и ожиданий потребителей относительно управления организациями в области социальной ответственности.

Известно [8], что многие покупатели готовы за продукцию, соответствующую требованиям социальных стандартов, платить больше. В работе [8] приведены данные исследований по оценке потребительских предпочтений при покупке товаров фирмы eBAY (США). В ходе исследований установлено, что за одежду, которая изготовлена этой организацией с соблюдением социальных стандартов и маркированную соответствующим образом, потребитель заплатил в среднем на 45% больше, чем за такую же, но без маркировки о ее соответствии указанным стандартам.

В работе [3] приведены данные о том, что клиенты компании Вегаса в Бразилии готовы платить больше за продукцию, которая изготовлена на производственных мощностях, сертифицированных на соответствие требованиям международного стандарта SA 8000. При этом, большинство клиентов, учитывающих факт наличия данного сертификата, стремятся установить с фирмой долгосрочные деловые отношения.

В то же время, информация, приведенная в работе [3], свидетельствуют о том, что в настоящее время, например, для большинства клиентов компании Sabaf в Италии, ключевым критерием при покупке остается цена продукции, а наличие сертифицированной системы менеджмента на соответствие требованиям международного стандарта SA 8000 является требованием не обязательным, а только лишь желательным.

В июне 1996 года журнал с мировым именем «LIFE» опубликовал статью с информацией об использовании детского труда в Пакистане. Результатом данного информационного сообщения стал урон репутации и бойкот потребителями мирового спортивного бренда, который был уличен в практике неэтичного использования детского труда. Данный пример наглядно показывает, какие риски существуют в международной практике ведения бизнеса при игнорировании простых социальных гарантий со стороны производителей [9].

В результате исследований требований и ожиданий потребителей относительно управления организациями в области социальной ответственности установлено, что все-таки многие потребители в развитых странах мира готовы платить больше за продукцию, имеющую информацию (соответствующим образом маркированную) об ее изготовлении в организациях, декларирующих социальную ответственность. В то же время исследования показывают, что подавляющее большинство потребителей еще по-прежнему обращают особое внимание только на величину стоимости продукции, ожидая от изготовителя только лишь обеспечения надлежащего уровня качества данной продукции. Многие потребители, к сожалению, ассоциируют понятие «социальной ответственности производителя» только с соблюдением качества продукции лишь по таким показателям как, например, безопасность продукции для жизни и здоровья человека, охрана окружающей среды и т.п., в то время как это понятие имеет значительно более широкий диапазон показателей.

2. Анализ определения понятия «социальной ответственности».

По итогам приведенных в предыдущем разделе результатов исследований возникает риторический вопрос: «Что же надо понимать под понятием «социальная ответственность» для организаций, изготавливающих продукцию или предоставляющих тот или иной вид услуг?». Следует отметить, что, несмотря на наличие уже относительно большого количества документов, регламентирующих это понятие, в частности [1, 3, 6, 7 и др.], единого мнения как у менеджмента предприятий и организаций, так и у потребителей их продукции (услуг) к настоящему времени еще не сформировалось.

Согласно результатам, приведенным в работе [2], у корпоративной социальной ответственности есть много различных аспектов и определений, причем правительство, производители, потребители и различные неправительственные организации, например, Гринпис, имеют определенные разногласия по поводу области социальной ответственности бизнеса перед обществом.

Авторы работы [7] под понятием «корпоративная социальная ответственность» понимают приверженность бизнеса к концепции устойчивого экономического развития его деятельности по отношению к своим сотрудникам, их семьям, к местному населению и обществу в целом с целью улучшения качества их жизни.

В работе [10] авторы дают определение «социальной ответственности» как способности организации или предприятия оценить социальные последствия своей деятельности, в том числе и на безопасность окружающей среды.

В работе [11] авторы связывают понятие «социальной ответственности» с понятием «корпоративная социальная ответственность» («корпоративная ответственность», «ответственность бизнеса» или «корпоративные социальные возможности») — это концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, беря на себя ответственность за влияние их деятельности на здоровье заказчиков, поставщиков, работников, акционеров, а также на успешное функционирование местных сообществ и прочих заинтересованных сторон социальной сферы. Таким образом, это обязательство выходит за рамки установленных требований соблюдать законодательство и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни своих работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.

Авторы работы [12] определяют понятие «социальной ответственности» как этической идеологии или теории, которая основывается на том, что у юридического лица, организации или человека, есть обязательство действовать так, чтобы принести пользу обществу в целом. Эта ответственность может быть:

- *пассивной*, т.е. заключается в избегании участия в действиях, которые могут привести к социально-вредным последствиям;
- *активной*, т.е. выполнять действия, которые непосредственно продвигают социальные цели.

Работа [13] данное понятие трактует следующим образом: социальная ответственность — это степень участия организации в решении появляющихся социальных забот и в достижении приоритетов в социальной сфере заинтересованных сторон как внутренних (персонал, высшее руководство, акционеры), так и внешних (поставщики, потребители) и общества в целом. Это должно быть подтверждено обязательствами организации, поддающимися проверке по тем

показателям, которые непосредственно характеризуют процессы конкретной организации, например, добровольная сертификация на соответствие требованиям различных стандартов: по социальной ответственности, промышленной безопасности и гигиене труда, экологического управления, управления качеством; декларирования соблюдения различных международных договоров и др.

В работе [14] понятие «социальная ответственность» определяется как ответственность организации за ее влияние на общество и окружающую среду посредством принятых решений и результатов деятельности, основанных на прозрачности и этичности поведения, которое базируется на:

- способности организации к постоянному развитию, включая вопросы улучшения здоровья и благополучия общества;
- учете ожиданий заинтересованных сторон;
- соответствии требованиям национального законодательства, которое согласовывается с международными нормами;
- его интеграции в деятельность организации и его применении в ее взаимоотношениях как с потребителями ее продукции, так и с ее поставщиками.

В работе [15] предлагается понятие «социальная ответственность» оценивать только этическими и социальными критериями ответственности перед рабочими компании, внешними клиентами и обществом при производстве товаров, их продаже и предоставлении услуг.

В работе [16] введено понятие «социальной ответственности бизнеса», которое трактуется как включение социальных и экологических вопросов в процесс управления бизнесом и оценивание этого бизнеса через его взаимодействие по данным вопросам с заинтересованными сторонами.

Авторы работы [17] связывают рассматриваемое понятие с корпоративной ответственностью посредством прозрачности ведения бизнеса, диалога с заинтересованными сторонами и отчетности организаций по критериям стабильности и надежности.

Многообразие представлений о понятии «социальная ответственность» приводит к тому, что при разработке, внедрении и сертификации систем менеджмента организаций на соответствие требованиям международного стандарта SA 8000, как правило, возникают различного рода проблемы. К большому сожалению, в самом стандарте также нет четко сформулированного определения понятия «социальной ответственности». Это приводит к ситуации, когда

многие специалисты отождествляют данное понятие с многообразием различных аспектов влияния ведения бизнеса на сферы жизнедеятельности человека, в результате чего теряется сам смысл концепции «социальной ответственности» согласно требованиям данного стандарта.

Следует обратить внимание и на то обстоятельство, что сами авторы международного стандарта SA 8000 в работе [18] определяют понятие «социальной ответственности» как менеджмент организации, ответственный за персонал данной организации и персонал организаций ее поставщиков, т.е. сам стандарт SA 8000 под понятием «социальной ответственности» подразумевает весьма ограниченное определение этого понятия. Стандарт, например, не затрагивает вопросы, связанные с влиянием деятельности организации на окружающую среду или общество в целом. С точки зрения международного стандарта SA 8000 понятие «социальной ответственности» главным образом трактуется как «ответственность менеджмента организации за соблюдение прав человека на рабочем месте и у его поставщиков».

В табл. 1 представлены обобщенные результаты исследования работ, связанных с определением понятия «социальная ответственность».

Таблица 1. Сравнительный анализ понятия социальной ответственности

Работа	Сфера влияния	Особенность
Г. Е. Герасимова, (2004) [7]	Персонал, их семьи, местное население.	Деятельность по отношению к своим сотрудникам, их семьям, местному населению, обществом в целом с целью улучшения качества их жизни.
Social accountability 8000 [10]	Безопасность окружающей среды.	Оценивание социальных последствий деятельности организации на безопасность окружающей среды.
Дж. Зветслоот, (2004) [16]	Заинтересованные стороны.	Оценивание бизнеса через его взаимодействие по вопросам социальной и экологической политики организации с заинтересованными сторонами.
SA 8000 standard at TPU, (2006) [15]	Рабочие, внешние клиенты, общество.	Наличие этических и социальных критериев ведения бизнеса.

Продолжение таблицы 1

Работа	Сфера влияния	Особенность
Корпоративная социальная ответственность [11]	Потребители, поставщики, работники, акционеры, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны социальной сферы.	Обязательства организации выходит за рамки установленного законом обязательства соблюдать законодательство и предполагает, что организации добровольно принимают дополнительные меры для повышения качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.
Social responsibility [12]	Общество.	Этическая идеология, которая обязывает организации приносить пользу обществу в целом.
ДСТУ – СУСВ, (2009) [14]	Общество, окружающая среда.	Принципы ведения бизнеса основываются на: <ul style="list-style-type: none"> • способности организации к постоянному развитию, включая вопросы улучшения здоровья и благополучия членов общества; • учете ожиданий заинтересованных сторон; • соответствии требований национального законодательства, которое согласовывается с международными нормами; • интеграции в деятельность всей организации и применении в ее взаимоотношениях с заинтересованными сторонами и внешней средой.
М. В. Марревиик, (2004) [17]	Акционеры.	Прозрачность ведения бизнеса, диалог с заинтересованными сторонами и отчетность организаций по критериям стабильности и надежности.
SA8000:2008 frequently asked questions, (2010) [18]	Персонал организации и персонал ее поставщиков.	Социальная ответственность распространяется только на персонал организации.

Окончание таблицы 1

Работа	Сфера влияния	Особенность
What is social accountability definition and meaning [13]	Внутренние (персонал, высшее руководство, акционеры) и внешние (поставщики, потребители и общество в целом) заинтересованные стороны.	Это степень, с которой организация участвует в решении появляющихся социальных забот и достижения приоритетов в социальной сфере относительно внутренних и внешних заинтересованных сторон. Это должно быть подтверждено обязательствами организации, поддающимися проверке по определенным показателям.

Подводя итог проведенному исследованию, можно с уверенностью сказать, что в настоящее время существует достаточно много работ, затрагивающих понятие «социальной ответственности» и характеризующихся одной общей чертой: относительно узким спектром толкования данного понятия, не охватывающим всей полноты концепции социальной ответственности. Вместе с тем, можно отметить, что в совокупности указанные работы в значительной мере компенсируют этот недостаток.

На основании анализа результатов проведенных исследований можно предложить следующую трактовку понятия «социальная ответственность»: **социальная ответственность** — это ответственность организации за влияние результатов ее деятельности на внутренние (персонал, высшее руководство, акционеры) и внешние (поставщики, потребители и общество в целом) заинтересованные стороны с целью ее устойчивого экономического развития.

Предложенное понятие социальной ответственности охватывает весь спектр человеческих взаимоотношений:

- ответственность организации за влияние результатов ее деятельности на внутренние стороны, заинтересованные в успешной работе организации, т.е. охватывает взаимоотношения между персоналом, высшим руководством и акционерами конкретной организации. Данная социальная ответственность должна минимизировать риски внутри самой организации, например, путем внедрения системы безопасности и гигиены труда (вопросы охраны труда), системы управления качеством (вопросы повышения квалификации и компетенции персонала), различных социальных гарантий и благ для со-

трудников. Все это формирует имидж организации, как организации с корпоративной ответственностью;

- ответственность организации за влияние результатов ее деятельности на внешние стороны, заинтересованные в успешной работе организации, т.е. охватывает взаимоотношения между поставщиками, потребителями и обществом в целом. Данная социальная ответственность должна минимизировать внешние риски для организации, например, путем внедрения системы управления качеством (вопросы предоставления услуг со стабильным уровнем их качества), системы экологического менеджмента (вопросы охраны окружающей среды), различных отраслевых систем менеджмента (например, система НАССР — безопасность пищевых продуктов), а также непосредственно социальной ответственности организации перед обществом (например, вопросы использования детского и женского труда, длительности рабочего времени и др.). Все это формирует имидж организации, как организации с корпоративными социальными возможностями.

В конечном итоге можно утверждать, что имидж любой организации, который непосредственно влияет на котировку ее акций и повышает уровень удовлетворенности всех акционеров, формируется не только конкурентоспособностью ее товаров и услуг, но и ее социальной ответственностью за свою деятельность как внутри самой организации, так и перед внешними заинтересованными сторонами.

Выводы. В результате проведенных исследований установлено, что многие потребители в развитых странах мира готовы платить больше за услуги и продукцию, при наличии информации (соответствующим образом маркированной) об их выполнении и изготовлении организациями, декларирующими социальную ответственность.

Проведенные исследования требований и ожиданий потребителей относительно управления организациями в области социальной ответственности показали, что в настоящее время становится актуальным вопрос минимизации рисков ведения бизнеса, связанных с соблюдением социальной ответственности производителей продукции и поставщиков услуг.

Установлено, что само понятие «социальная ответственность» имеет обширное толкование в различных научных работах, законодательных актах и нормативных документах и по своей сути должно охватывать многогранные аспекты

ведення бізнеса. В то же время, международный стандарт SA 8000, содержащий требования к системам менеджмента в сфере социальной ответственности, не содержит четкого определения понятия «**социальная ответственность**», которое бы охватывало все его аспекты. Это приводит к проблемам при проведении работ по разработке, внедрению и сертификации систем менеджмента на соответствие требованиям данного стандарта.

В работе предложено определение понятия «**социальная ответственность**» с учетом его многоаспектности. Предложенное толкование понятия «социальная ответственность» позволяет более широко охватить ответственность организаций за свою деятельность перед всеми заинтересованными сторонами — внутренними (персонал, высшее руководство, акционеры) и внешними (поставщики, потребители), — что должно не только повышать экономический рейтинг и стабильность организаций, но и уровень качества общества в целом.

Бібліографія

1. *Chatterjee K. N. SA-8000: a vital tool for garment industry* [Электронный ресурс] / K. N. Chatterjee, S. Bhattacharyya. — Режим доступа: <http://www.indiantextilejournal.com>.
2. *From words to action: a business case for implementing workplace standards* / Ma M., Marlin J. T., Kaufman E. K., Wiesman L.]. — «Centre for International Private Enterprise», 2009. — 26 p.
3. *Kell G. From principles to practice: the role of SA8000 in implementing the UN Global Compact* / Kell G., Kaufman E., Sullivan J. D. — Washington: Center for International Private Enterprise, 2010. — 64 p.
4. *Social accountability: SA 8000:2008*. — 10 p.
5. *Українська мережа глобального договору ООН* [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/what>.
6. *Guidance on social responsibility* [Электронный ресурс]: ISO 26000:2010. — Режим доступа: <http://www.iso.org>.
7. *Социальная ответственность. Несколько слов о современном состоянии вопроса* / Г. Е. Герасимова // Все о качестве. Зарубежный опыт. — 2004. — № 3. — С. 3–6.

8. *Consumer demand for fair labor standards: evidence from a field experiment on eBay* [Электронный ресурс] / M. J. Hiscox, M. Broukhim, C. S. Litwin, A. Woloski. — 39 p. — Режим доступа: <http://ssrn.com/abstract=1811788>.
9. *Palma T. D. Minimising business risks through ethical management practises* [Электронный ресурс] / T. D. Palma. — “IQNet Ltd”, 2008. — 7 p. — Режим доступа: <http://www.iqnet-ltd.com>.
10. *Social accountability 8000* [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ru.wikipedia.org>.
11. *Корпоративная социальная ответственность* [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ru.wikipedia.org>.
12. *Social responsibility* [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://en.wikipedia.org>.
13. *What is social accountability definition and meaning* [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.businessdictionary.com>.
14. *Системы управления социальной ответственностью*. Требования: ДСТУ-СУСВ: 2009. — 84 с.
15. *The first russian project on SA 8000 standard at TPU* [Электронный ресурс]. — 2006. — Режим доступа: <http://www.tpu.ruengsa8000.htm>.
16. *Корпоративная устойчивость и социальная ответственность* / Дж. Зветслоот, М. В. Марревиик // Все о качестве. Зарубежный опыт. — 2004. — № 3. — С. 37–39.
17. *Европейская основа корпоративной устойчивости* / М. В. Марревиик // Все о качестве. Зарубежный опыт. — 2004. — № 3. — С. 40–45.
18. *SA8000:2008 frequently asked questions* [Электронный ресурс]: SA8000-Guidance Support Series. — «Social Accountability International (SAI)», 2010. — 30 p. — Режим доступа: <http://www.iqnet-ltd.com>.

РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ» И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

На основании проведенных исследований требований и ожиданий потребителей относительно управления организациями в области социальной ответственности установлено, что само понятие «социальной ответственности» имеет обширное толкование в различных научных работах, законодательных актах и нормативных документах. В данной работе предложено определение

этого понятия с учетом его многоаспектности, что позволяет более широко охватить ответственность организаций за свою деятельность перед заинтересованными сторонами и обществом в целом.

Ключевые слова: *понятие социальной ответственности, конкурентоспособность организаций, международный стандарт SA 8000, ответственность организаций, бизнес риски.*

DEVELOPMENT OF «SOCIAL ACCOUNTABILITY» CONCEPTION AND ITS IMPACT ON COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS

On the basis of conducted researches about requirements and expectations of consumers in relation to management of organizations in area of social accountability it is found, that a self «social accountability» conception has vast interpretation in different scientific studies, legislative acts and normative documents. In this article is recommended the meaning of this conception taking into account his multidimensionality, which allows more widely to cover responsibility of organizations for their activity in front of interested parties and the community on the whole.

Key words: *social accountability conception, competitiveness of organizations, international standard SA 8000, responsibility of organizations, business risks.*