

довкілля, а також призвести до загибелі, травмування, отруєння людей, тварин і які за міжнародними договорами, згода на обов'язковість яких надана ВРУ, або за результатами випробувань в установленому порядку залежно від ступеня їх впливу на довкілля або людину віднесено до одного з класів небезпечних речовин (Закон України «Про перевезення небезпечних вантажів» від 04.06.2000 р.).

По-третє, сфера обслуговування діяльності залізничним транспортом. До цієї сфери входять залізничні шляхи, залізничні підприємства, мийки тощо. Які тією чи іншою мірою створюють загрози екологічній безпеці. Спорудження залізничних шляхів, сам процес їх експлуатації створюють небезпеку для людини та довкілля. Залізничні шляхи створюють перешкоди для тваринного світу, порушують геологічні та гідрологічні режими земель тощо.

Велика кількість загроз екологічній безпеці виникає внаслідок неналежного дотримання вимог екологічної безпеки.

Проаналізувавши вітчизняне законодавство та досвід інших країн світу у сфері забезпечення екологічної безпеки діяльності залізничного транспорту, доцільно зробити висновок, що найбільш дієвим засобом зменшення шкідливого впливу залізничного транспорту на людину та довкілля є поступове запровадження все більш жорстких вимог до екологічних показників в поєднанні з економіко-правовими елементами в цілях економічного стимулювання та фінансування необхідних заходів забезпечення екологічної безпеки. Ефективними будуть і адміністративно-правові засоби, які включають у себе вимоги, що висувуються державою до транспортної діяльності, в тому числі необхідність укладення певних договорів.

Усі вище названі правові вимоги щодо екологічної безпеки необхідно диференціювати за джерелами загрози. Це дозволить виявити причини виникнення загроз екологічній безпеці та вжити необхідних заходів для їх усунення.

УДК 330. 34

РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ ЦІННОСТНО-ОРІЄНТОВАНОМУ УПРАВЛІННЯ І СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНА ПОВЕДІНКА В БІЗНЕСІ

Ефіменко Т.І., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

Прагнення підприємств до необмеженого

зростання є головною рухівною силою економічної політики, але і одночасно причиною глобальної катастрофи, що насувається на співтовариство, через накопичення зброї масового знищення, руйнування навколишнього середовища, виснаження природних ресурсів і інших реальних загроз для існування цивілізації. Тому виникає сумнів в необхідності такого необмеженого економічного зростання, під яким розуміється максимізація прибутку.

Для людини економічне зростання пов'язується не тільки із збільшенням розмірів доходів, але і з внутрішнім розвитком. Тобто за іншою системою цінностей відбувається усвідомлення того, що науково-технічний прогрес до певної стадії служить інтересам людини, але, пройшовши пік корисності, починає грати протилежну роль, хоча і продовжує сприяти економічному зростанню.

Концепція корисності економічного зростання, яка характерна для сучасного етапу розвитку людської цивілізації, базується на новій філософії підприємництва, орієнтованій на «задоволення розумних потреб носіїв платоспроможного попиту». Норми соціально-етичної відповідальності обмежують підприємницьку ініціативу і промислову діяльність, ставлять її в залежність від «орієнтирів суспільного розвитку» і від пріоритетів поліпшення «заселеного середовища».

Побудова сучасної системи управління неможлива без відповіді на питання про те, що є фундаментальною, основоположною цінністю бізнесу.

Існує дві полярні точки зору: одна базується на визнанні достатності для бізнесу націленості на прибуток за умови суворого дотримання законів, інша - на тому, що суб'єкти господарювання як члени суспільства, несуть моральну відповідальність перед суспільством за свою поведінку. Компанія повинна усвідомлювати цю відповідальність і поводити себе так, як того очікує суспільство, тобто добровільно й активно брати участь, у вирішенні соціальних проблем.

В розкритті ідеї впливу етики і соціальної відповідальності на визнання цінності (корисності і доречності) створення і подальшого функціонування суб'єкту господарювання, можна виділити два протилежні підходи.

Перший з підходів визначає як основна ціль максимізацію прибутку компанії і отже її цінності для власників. Йдеться про те, що цільова функція бізнесу є одночинником, і така максимізація

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 якій 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