

УДК 334.716:658

Оке О. Адедеджі

Полтавська державна аграрна академія

СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ:
КОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ

У статті викладено комплексний підхід в дослідженні комунікаційних аспектів системи моніторингу сталого розвитку підприємств. Систематизовані фактори та цілі комунікацій, які повинні стояти перед підприємствами, що беруть участь в переході до реалізації концепції сталого розвитку.

Ключові слова: сталий розвиток підприємства, система моніторингу, концепція сталого розвитку, звіт моніторингу.

Вступ. В сучасних умовах, коли зовнішнє середовище підприємств характеризується високою динамікою процесів, рухливістю, нестійкістю, особливо значущими стають концепції управління, здатні забезпечити сталий розвиток (далі в роботі – СТ) підприємств. Орієнтація на ці концепції, на сучасне розуміння процесів розвитку підприємства як економічної системи, дозволяє на основі власної стратегії розвитку успішно долати постійно виникають кризові ситуації різних масштабів, нівелювати наслідки криз і реалізовувати нові можливості розвитку. Тому розробка інструментів управління сталим розвитком підприємства стає об'єктом зацікавленості багатьох вчених.

Теоретико-методологічні та методичні аспекти присвячені проблемі розвитку підприємств в Україні досліджувалися і висвітлені в працях: А.В. Богомолова, В.М. Бондаренко, О.Б. Бутник-Сіверського, В.І. Дейнеко, А.А. Заінчковського, А.А. Івасенко, І.А. Іртіщєвої, Н.І. Кирич, Е. Колесникова, М.Я. Коробова, Д.Ф. Крисанова, С.М. Кучеренко, Н.А. Мазур, І. Маркіна, П. Макаренко, М.В. Мисюк, В.П. Прадун, А.М. Поддєрьогіна, С.С. Пятунін, М.П. Сичевського, М.І. Телегунь, В. Ткаченко, А.А. Шубіна, О.В. Яценко та інших дослідників. Закордонними фахівцями з питань сталого розвитку підприємств вважаються І. Ансофф, І. Лаку-тос, Е. Ласло, Р. Нельсона, Дж. Пірс, М. Портер, Р. Робертсон, О. Вільямсон, С. Уінтера, К. Хаттен, Г. Хакена, А. Чандлер, Д. Шендел, К. Ендрюс, М. Ейгена і ін. Однак в цих роботах приділяється недостатньо уваги комунікаційним аспектам системи моніторингу стійким розвитком підприємств.

Постановка завдання. Мета статті – всебічно розглянути комплексний підхід в дослідженні комунікаційних аспектів системи моніторингу сталого розвитку підприємств. Систематизувати фактори та цілі комунікацій, які повинні стояти перед підприємствами, що беруть участь в переході до реалізації концепції сталого розвитку.

Результати. Першочерговою умовою проведення моніторингу є те, що отримана з його допомогою інформація має бути обов'язково використана. Лише тоді, коли вона застосовується для прийняття стратегічно важливих рішень, цикл моніторингу та оцінки можна офіційно вважати логічно завершеним. Відпо-

відно до цього твердження впливає наступний факт – сформований в процесі моніторингових досліджень інформаційний продукт має бути актуальним, викладеним у доступній формі та привабливим з точки зору безпосереднього споживача.

У той же час до отриманих даних бажано звернутися під час розробки системи оціночних показників в межах майбутнього моніторингу, бо вони є підґрунтям для початку наступного дослідницького етапу. Це сприятиме перегляду та формуванню переліку актуальних інфо потреб, раціональному використанню фінансових засобів, виділенню пріоритетів моніторингу та вдосконаленню моніторингової системи СР підприємства в цілому.

Що стосується функціонального спектру зобов'язань з боку держави та керівництва промисловості у сфері інформатизації, слід зазначити, що держава повинна сприяти створенню оперативної та дієвої системи інформаційного забезпечення потреб суспільства, громадян, підприємств, різноманітних комерційних структур та інших суб'єктів інформаційних відносин. Також важливо забезпечувати дотримання конституційних прав громадян на безперешкодне отримання та використання інформації. На цьому наголошують Л. Базарова, М. Фоміна та Л. Макуха [1; 5; 8]. Керівництво підприємства, зі свого боку, має координувати свою інформаційну діяльність із загальнонаціональним курсом і виконувати покладені функції із забезпечення інформаційних потреб.

Поняття «розкриття інформації» О. Зеткіна [3] інтерпретує наступним чином: «Це забезпечення її доступності усім зацікавленим особам (незалежно від цілей отримання інформації) згідно з процедурою, що гарантує її оперативне надходження та отримання». Потенційно зацікавленою людиною в цьому контексті виступає особа, що приймає рішення, що ґрунтуються на отриманих моніторингових даних.

Комунікативні завдання, що ставить перед собою підприємство, яке реалізує на практиці концепцію сталого розвитку, виглядають таким чином:

– залучити до процесу запровадження концепції СР підприємства якомога більшу кількість потенційно зацікавлених осіб і забезпечити їхню поінформованість;

– обговорити доцільність використання тих інформаційно-методологічних та комунікативних підходів, що планується використовувати під час визначення параметрів СР;

– встановити точний перелік тих організацій, що матимуть доступ до користування інформацією щодо СР підприємства;

– створити ефективну когерентну систему взаємодії між людьми, що беруть участь у процесі розробки та використання індикаторів;

– визначити формат показників (звіти, карти, електронна база даних, друковані матеріали тощо), необхідних для здійснення підрахунку індикаторів;

– отримати такі дані, що повністю відповідатимуть критеріям якості, надійності та кількості.

Відзначимо, що останнім часом у суспільстві помітна тенденція до використання моніторингової інформації не представниками керівного апарату підприємств, а громадськістю. Тому, на нашу думку, доцільним виглядає диференційоване донесення інформації: до зацікавлених осіб – через засоби масової інформації, засідання конференцій і семінарів, а до керівництва підприємства – у формі звітів або під час тематичних зустрічей. Задля масового розповсюдження моніторингової інформації у доступній для сприйняття формі доцільно використати безмежні можливості глобальної мережі Інтернет. На думку С. Міщенко, найпоширенішою формою поширення інфоданих є звіт про рівень досягнення стійкого розвитку, що може бути представлений у друкованій формі (паперовий звіт) або електронній версії (на офіційному сайті підприємства) [7].

Різні рівні узагальнення, деталізації інформації та форми її подачі, що подано на рис. 1, використовуються для задоволення інформаційних потреб різних кінцевих користувачів.

Отже, дані, отримані в результаті проведення моніторингових досліджень, цікавлять керівний апарат підприємства, установи, яким вони підпорядковуються, громадськість і державне керівництво. При цьому виконавчі органи на рівні підприємства, приміром, цікавляться передусім деталізованими даними стійкого розвитку, а керівництво територіального або загальнонаціонального рівня задовольняється звітами зведеного характеру. Якщо представити сукупність усіх користувачів моніторингової інформації у формі піраміди, на її верхівці будуть знаходитися ті особи, що безпосередньо приймають важливі рішення, а тому в першу чергу зацікавлені в отриманні об'єктивних індикаторів СР. Трохи нижче знаходитимуться представники ЗМІ та громадськості, для яких достатньо отримати агреговану інформацію, на підставі якої можна зробити узагальнені висновки.

Ключовим аналітичним інструментарієм для зацікавленої особи є індикатори стійкого розвитку. Інформація, яку вони містять, може бути репрезентована як у деталізованих звітах (наприклад, про поточний стан навколишнього середовища), так і в документах, необхідних для запровадження політики в напрямку окремих проблемних моментів СР на рівні підприємства, галузі.

Якщо проаналізувати тенденції розвитку сучасного вітчизняного бізнесу, дається взнаки його функціональна непрозорість, інформаційна регламентованість і занадто низький рівень звітної доступності. На думку більшості експертів, Україна займає останні позиції у світовому рейтинзі за показниками фінансово-економічної прозорості та соціальної відповідальності. Такий висновок розділяють представники провідного європейського Інституту менеджменту (Institute of Management Development), що в Швейцарії. Нещодавно його



Рис. 1. «Піраміда» агрегації і форм використання інформації моніторингу СР підприємства

співробітники провели ґрунтовне дослідження показників конкурентоспроможності 55 країн світу. Дані такого масштабного моніторингу висвітлює Агенція соціальної інформації [5].

Відомо, що дослідження проводилося на основі спеціальної методології (з використанням О-фактора (O-rasity)), яка полягає в оцінці втрат, викликаних непрозорістю роботи суб'єктів підприємницької діяльності. Наприклад, О-фактор компанії Price Waterhouse Coopers. Результати проведеного огляду демонструють наступне: низький рівень поінформованості, спровокований зростанням «інформаційної симетрії» та «непрозорості бізнесу», призводить до послаблення інвестиційної активності. «Недостатня інформаційна ємність та навмисна спрощеність динамічних по суті процесів на ринку, що розвивається, призводять до занепаду ринкової структури та нівелює мотивацію до самоорганізації», – резюмує О. Зеткіна [3].

В Європі, де основні тенденції сталого розвитку активно вивчаються та все частіше застосовуються на практиці, конкурентоспроможність економіки значно вища порівняно з українськими реаліями. Припускаємо, що активізувати співпрацю у цьому напрямку можна, залучивши усіх зацікавлених осіб (представників неурядових організацій, можновладців, громадськість та інші економічні суб'єкти).

Про окремі аспекти стійкого розвитку можна робити висновки з огляду на звіти, доповіді та аналітичні записки – основні інструменти проведення політики промисловим підприємством. Так, за допомогою доповідей доноситься важлива інформація, адресована певному колу осіб, що потребують її для виконання поточної роботи в рамках концепції сталого розвитку підприємства. Повноцінним інформативно-аналітичним продуктом, що надає користувачам інформацію економічного, екологічно-охоронного та соціального характеру, є звіт. Аналітичні записки, у свою чергу, призначені для того, щоб вказувати на можливі механізми та напрямки взаємодії між факторами сталого розвитку. Документи такої форми та прогностичного характеру повинні виявляти тенденції СР підприємства. Ще однією формою репрезентації моніторингових даних вважається огляд. Порівняно з іншими інформаційними продуктами моніторингу, він має описове та узагальнююче-констатуюче призначення.

На нашу думку, саме правила відкритості та залучення усіх зацікавлених сторін, є передумовою якісно складеного та інформаційно наповненого звіту. Відповідно, усі рішення, що приймаються в рамках цього звіту, зобов'язані узгоджуватися з названими принципами та передбачати практичне призначення.

Інші принципи (урахування контексту стійкого розвитку, повноти та значення отриманих даних) відіграють важливу роль на етапі визначення тих показників, що треба включати до звіту про СР підприємства. При цьому інформація, яка береться до уваги, має задовольняти вимоги усіх користувачів звіту з огляду

на наступні фактори: структурованість (за напрямками діяльності, підрозділами), повноту та об'єктивність, сферу застосування та хронологічні межі. Також вона покликана сприяти аналізу результативності, ризиків та можливостей сталого розвитку підприємства. І, зрештою, інформація має бути значеннєвою, тобто необхідною для прийняття зацікавленими особами важливих рішень.

В процесі реалізації основних положень концепції сталого розвитку важливу роль відіграє інтенсивність комунікації, зумовлена такими факторами:

1) поточні та стратегічно важливі проблеми, з якими стикається керівництво промпідприємства, неможливо швидко та якісно вирішити без залучення до діалогу всіх зацікавлених осіб (інвесторів, представників громадськості, керівників інших економічних суб'єктів);

2) відвертий і конструктивний діалог щодо питань результативності стійкого розвитку, планів на майбутнє та перспективних напрямків роботи дозволяє налагодити партнерські відносини, що базуватимуться на принципах довіри та взаєморозуміння;

3) для формування, підтримання та удосконалення достатньо високого рівня комунікації, спрямованої на досягнення СР, необхідна кваліфіковано складена звітність. Саме звіти здатні вчасно проінформувати про поточні та вказати на майбутні соціально-економічні й екологічні проблеми, а також труднощі досягнення сталості розвитку. У даному контексті саме ця форма звітності, на відміну від інших її варіантів, сприяє підвищенню управлінської прозорості та соціальної відповідальності.

4) Звіт про стан сталого розвитку також допомагає поєднати різні функції промпідприємства (економічно, соціально та екологічно обумовлені). Паралельно це сприяє консолідації внутрішніх процесів з обміну інформацією.

5) професійно складений звіт дозволяє вчасно виділити потенційно небезпечні моменти, вказати на можливі шляхи їх усунення та виявити нові можливості, які можна використати для покращення фінансування та інвестиційної привабливості, а також активізації взаємозв'язків з громадськістю та державними установами. Звіт, таким чином, передбачає ті негативні наслідки та варіанти розвитку несприятливого сюжету подій, про які пересічній особі наразі навіть важко уявити.

6) звітність дає можливість управлінському апарату значно покращити свої знання та професійні навички, що необхідні для процесу оцінювання вкладу зацікавлених у СР підприємства сторін в людський, природничий і соціально-економічний капітал. За таких умов оцінка розширяє традиційні уявлення про розвиток підприємства і дає можливість сформулювати повноцінну картину довгострокових перспектив.

Отже, звіт про рівень СР сприяє мінімізації нестабільності, усуває невизначеність у роботі підприємства та раціоналізує використання

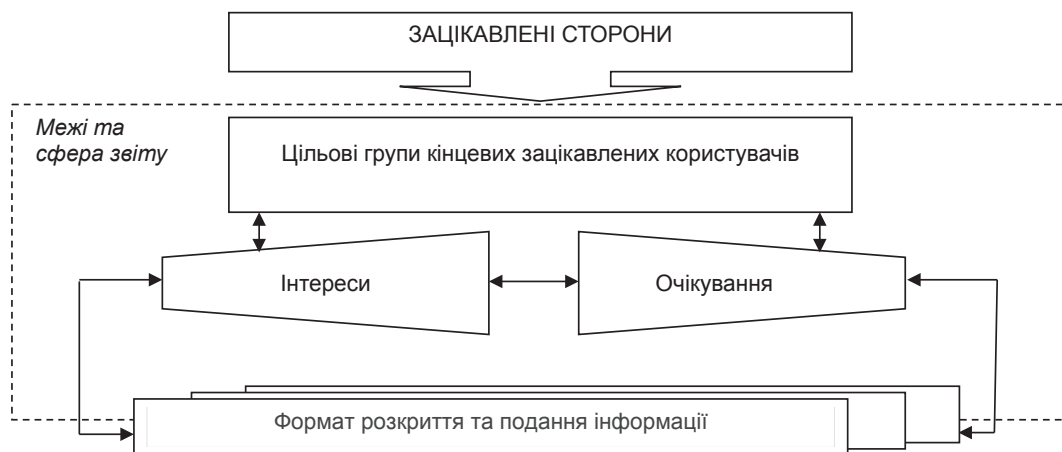


Рис. 2. Планування підходу до розкриття інформації про СР підприємства

всіх різновидів капіталу. Системне та вичерпне отримання інформації, навіть тих даних, яких від керівництва час від часу вимагають ті чи інші зацікавлені особи по конкретних питаннях, може в цілому підвищити стабільність промпідприємства та унеможливити ті конфлікти, що зазвичай виникають між керівництвом та іншими особами у разі невчасного або часткового інформування.

Підготовку до звіту про СР підприємства, на наше глибоке переконання, слід ретельно планувати та вибудовувати, спираючись на систему Демінга, яка передбачає виконання декількох етапів:

(1) Прийняття рішення про висвітлення тієї чи іншої інформації.

(2) Планування звітності з огляду на формат презентації даних і визначення переліку осіб, які цього звіту потребують (рис. 2).

В процесі визначення форми подачі матеріалу, необхідно врахувати такі моменти: хронологічні рамки; межі звіту, його завдання та сферу застосування; джерела інформації та методологію підготовки звіту; одиниці вимірювання та важливі показники (абсолютні/відносні, фактичні/прогнозовані/критичні); ймовірні способи об'єднання даних; резюме та аналітичні пояснення; варіанти оприлюднення отриманої інформації (ЗМІ, окремі буклети, стендова презентація, офіційний сайт тощо) і можливість доступу до неї (вільний, обмежений, тільки у разі оформлення запиту).

(3, 4) Оцінити реакцію зацікавлених осіб і відкоригувати на її основі майбутні підходи до розкриття інформації можна лише через деякий час.

Звіт про СР підприємства поділяється на такі складові: 1) бачення й стратегія; 2) загальна характеристика підприємства; 3) структура управлінської системи; 4) окреслений зміст звітнього документа; 5) показники СР (за блоками), що подаються згідно з обраним типом систематизації.

З огляду на існуючі традиційні підходи, можна запропонувати наступну модель розміщення інформації, що здатна значно полегшити роботу з показниками сталості розвитку: комплексна інформація → економічна → соціальна → екологічна сфера.

Висновки. Отже, етап моніторингу та оцінки можна автоматично вважати успішно завершеним лише в тому випадку, коли отриману інформацію використовують під час прийняття управлінських рішень. Різні рівні інформаційного узагальнення, деталізації та варіативні форми презентації даних необхідні для того, щоб забезпечити потреби усіх потенційно зацікавлених у звіті осіб. Цьому також сприяє запровадження принципу послідовного агрегування моніторингової інформації, адже зацікавлені особи потребують різних об'ємів управлінської інформації, що, власне, визначає логічне завершення циклу моніторингу СР підприємства.

Список літератури:

1. Базарова Л.А. Менеджмент устойчивого развития. – М.: АСВ, 2007. – С. 118.
2. Деркач М.І. Еволюція економічної теорії сталого розвитку / М. І. Деркач // Збірник наукових праць ЛНТУ. Луцьк, 2010. Серія «Економічна теорія та економічна історія». – Вип. 7 (28). – Ч. 1. – С. 144-159.
3. Зеткіна О. В. Об управлении устойчивостью предприятия / О. В. Зеткіна. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2003. – 134 с. 13.
4. Иванов В. Л. Организация управления экономической устойчивостью предприятия на основе совершенствования его организационной структуры управления / В. Л. Иванов. – Луганск: Изд-во ВНУ им. В. Даля, 2007. – 148 с.
5. Макуха Л.С. Стійкий розвиток підприємств: сучасний стан проблеми [Електронний ресурс] / Л.С. Макуха. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua-/portal/natural/Upsal/2016_5/08mlscsp.pdf
6. Мельник Л.Г. Основи стійкого розвитку : навч. посіб. для після диплом. освіти / Л.Г. Мельник. – Суми : Університетська книга, 2006. – 383 с.

7. Міщенко С.П. Теоретичні засади стійкого розвитку / С.П. Міщенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 168-171.
8. Фоміна М.В. Сталій економічний розвиток та особливості його реалізації в умовах глобалізації / М.В. Фоміна // Науковий вісник НЛТУ. – 2011. – Вип. 21.19. – С. 39-45.

Оке О. Адедеджи

Полтавская государственная аграрная академия

СИСТЕМА МОНИТОРИНГА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: КОММУНИКАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ

Резюме

В статье изложен комплексный подход в исследовании коммуникационных аспектов системы мониторинга устойчивого развития предприятий. Систематизированы цели и факторы коммуникаций, которые должны стоять перед предприятиями, участвующими в переходе к реализации концепции устойчивого развития.

Ключевые слова: устойчивое развитие предприятия, система мониторинга, концепция устойчивого развития, отчет мониторинга.

Oke O. Adedeji

Poltava State Agrarian Academy

SYSTEM OF MONITORING OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES: COMMUNICATIVE ASPECTS

Summary

The article describes an integrated approach to the study of communication aspects of the monitoring system for sustainable development of enterprises. The author systematized communications objectives, which should stand in front of enterprises involved in the transition to the implementation of the concept of sustainable development. It was determined that in order to meet the needs of different end-users require different levels of detail or generalizations and various forms of information. It is noted that recently in a society marked tendency to use monitoring information management system not representatives of enterprises and the public. Therefore, the author believes it is appropriate to deliver differentiated information: the stakeholders – through the media, meetings conferences and seminars, and by the management – in the form of reports or during the thematic meetings. For mass distribution monitoring information in an accessible comprehensive form appropriate to use the limitless possibilities of the Internet.

The author emphasizes the desirability of a report monitoring information on sustainable development of the company. It identified the following components: 1) vision and strategy; 2) general description of the company; 3) the structure of the management systems; 4) outlined the content of the disclosure; 5) indicators of sustainable development (in units), submitted in accordance with the selected type of systematization.

In the process of the main provisions of sustainable development bleached role of communication and intensity of factors which they pour.

The author proved that the monitoring and evaluation stage can automatically be considered successfully completed only when the information used in decision making. Different levels of information synthesis, detail and variation form of presentation of data required in order to meet the needs of all potentially interested persons report. Proved feasibility of introducing the principle of sequential aggregation of monitoring data, as stakeholders need different amounts of management information that actually defines the logical end of the cycle monitoring sustainable enterprise development.

Keywords: sustainable development of enterprises, the monitoring system, the concept of sustainable development, the monitoring report.