

**Т. Б.Хлевицкая**

*Научный консультант: д.э.н., профессор А. А.Садеков  
Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк*

## **УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

Усложнение и повышение эффективности цепей поставок отечественных компаний является таким же свидетельством зрелости бизнеса, как и развитие его социальной ответственности (СОБ). В течение последних десяти (и особенно - последних пяти) лет понятие СОБ получило распространение на просторах СНГ. Для иностранных компаний внедрение СОБ становится проявлением их оседлости в стране, а для компаний с отечественным капиталом - фактором конкурентоспособности и стоимости бизнеса.

Под ответственным управлением цепями поставок (ОУЦП) следует понимать управление экологическим, экономическим и социальным воздействием и поощрение поставщиков к внедрению практик ответственного управления на протяжении всего жизненного цикла товаров и услуг.

Цель ответственного управления цепями поставок видится в создании, защите и росте долгосрочной экологической, экономической и социальной ценности для всех групп влияния, вовлеченных в доведение товаров и услуг на рынок.

Необходимость ответственного отношения к управлению цепями поставок как тематика, тесно связанная с социальной ответственностью бизнеса, появилась в конце прошлого столетия. К причинам этого следует отнести такие факторы:

1) развитие мировых торговых потоков, открытие новых производителей продукции или поставщиков услуг со значительно лучшим ценовым предложением (прежде всего, Китай, Индия, Индонезия, Бразилия и др.);

2) ускорение и удешевление информационных потоков благодаря Интернету. С одной стороны, компании начали массово перемещать производства в страны с более дешевой рабочей силой, с другой стороны, - потребителям стало легче узнавать о том, что происходит в других странах. Усложнение глобальных цепей поставок происходило параллельно с насыщением информационного обмена;

3) одновременно получала распространение и развитие концепция социальной ответственности бизнеса. Общество, особенно в развитых странах, начало осознавать ответственность компаний за глобальные социальные и экологические проблемы не только в странах, где предлагается товар, но и там, где он был произведен.

Результатом данных процессов стало возникновение основных инструментов ОУЦП, в частности, кодексов этики поставщиков, социальных аудитов, систем оценки экологического и социального воздействия единой цепи поставок, систем маркировки и сертификации продукции, отчетности по показателям ОУЦП.

Проблематика ОУЦП традиционно предусматривает два подхода: первый из них - это позиция заказчика, второй - подход поставщика. Компания-заказчик продукции вместе с заказом возлагает на себя риски для собственной социальной ответственности, которые могут возникнуть по вине поставщика. В то же время компании-заказчики с развитой стратегией СОБ и, особенно со значительным влиянием на поставщиков (большие или стабильные заказы и т. п.), имеют существенный рычаг влияния на способ ведения бизнеса поставщиками и могут «подтолкнуть» их к большей социальной и экологической ответственности. С точки зрения поставщика работа с большими заказчиками является основой бизнеса, заказчики - это клиенты, от наличия которых зависит состояние компании. Непонимание политики СОБ заказчика в части работы с поставщиками несет существенные риски потери заказов (рис.1).



Рис.1. Риски отсутствия и выгоды от внедрения программ ОУЦП

Основой бизнес - модели СОБ для компаний является определение движущих сил социальной ответственности бизнеса. Именно такие движущие силы определяют, как компания может определить собственную

стратегию - как минимизировать риски, увеличить возможности, повысить доходы и т.п.

К основным движущим силам, относящимся к ОУЦП, целесообразно относить:

1) *Репутационные риски* – вероятность уменьшения стоимости бренда, потеря лояльности клиентов и в целом нанесение вреда репутации компании в случае проблем нефинансового характера в цепи поставок.

2) *Изменения в заказах* - возможность увеличить количество потребителей, если компания имеет собственную стратегию СОБ, придерживается стандартов и внедряет социальные программы; возможность удержать клиента благодаря имеющейся стратегии СОБ, даже компания не имеет ценного конкурентного преимущества; возможность потерять контракты (особенно с большими международными компаниями), если компания не имеет представления о СОБ.

3) *Штрафы* - в случае проблем среди поставщиков/подрядчиков - наложения штрафов правительственными учреждениями или конечными заказчиками.

4) *Доступ к рынкам* - возможность выйти на новые рынки, особенно развитых стран, имея собственную ОУЦП-стратегию и результаты ее внедрения как фактор конкурентоспособности (особенно важно на этапах «пилотных» заказов).

5) *Доступ к капиталу* - использование СОБ как фактора налаживания длительных отношений с финансовыми партнерами, - банками, международными финансовыми институтами и т. п.

6) *Улучшение эффективности* - внедрение стратегии СОБ подрядчиками приведет к увеличению эффективности: уменьшению задержек в производственном процессе из-за повышения уровня охраны труда, лучшая производительность занятых работников, лучшая организация процессов и систем, лучшее использование ресурсов партнеров.

В профессиональной среде (как ученых, так и специалистов – практиков в сфере СОБ и логистики) вопросы ОУЦП являются пока еще мало изученными и редко учитываются. В то же время для многих отечественных компаний дополнительные критерии в контрактах заказчиков и социальные аудиты уже стали реальностью, и со временем важность вопроса неценовой конкуренции лишь будет только возрастать.

Проведенное исследование показало, что на сегодня для отечественных предприятий существует несколько причин, по которым они должны проникаться вопросами ответственного управления цепями поставок.

Полученные результаты позволяют говорить о необходимости интеграции социальной ответственности во все сферы хозяйственной деятельности, а, следовательно, это открывает множество направлений для дальнейших научных исследований, имеющих колоссальное практическое значение.