

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ В СТАНДАРТАХ СЕРИИ ISO 9000 И ISO 26000

Бондаренко А. Г.,

Национальный аэрокосмический университет им. Н. Е. Жуковского «ХАИ»,
г. Харьков, Украина

В статье рассмотрены социальные аспекты деятельности организации с точки зрения стандартов серии ИСО 9000 и ИСО 26000 и интеграция элементов социальной ответственности в системы менеджмента качества предприятий для достижения устойчивого успеха.

Ключевые слова: социальная ответственность, система менеджмента качества, всеобщее управление качеством TQM, заинтересованные стороны, персонал.

*Качество дают не станки, а люди
(Дэвид Лу).*

Постановка задачи. Анализ мировых тенденций в области социальной ответственности с точки зрения стандартов серии ИСО 9000 и ИСО 26000 и интеграции элементов социальной ответственности в системы менеджмента качества организаций для достижения устойчивого успеха.

Основная часть. В последнее время все большее значение приобретают требования мирового сообщества к социальной стороне деятельности организаций.

Потребность в социально ответственном поведении в равной мере относится к организациям независимо от их структуры, форм собственности, сферы их деятельности, географического размещения, национальных и культурных традиций.

Повышенное внимание к проблемам социальной ответственности со стороны общества обуславливает внесение изменений в системы менеджмента качества. Поэтому в действующих стандартах ISO 9000 и ISO 26000:2010 особое внимание уделено определению заинтересованных сторон и взаимодействию с ними, а также влиянию человеческих факторов на функционирование организации.

Рассмотрим историю стандартов ISO 9000 и тенденции в отношении социальных аспектов.

Семейство стандартов ISO 9000 ведет свою историю с 1987 года, когда Международная Организация по Стандартизации (International Organization for Standardization - ISO) утвердила первую версию универсальных стандартов сертификации систем качества: ISO 9000:87. За основу при разработке стандартов ISO 9000 были приняты стандарты, использовавшиеся министерством обороны США для оценки систем обеспечения качества поставщиков оборонной продукции. Методологической базой стандартов стал подход Всеобщего управления качеством (Total Quality Management - TQM).

Костяк семейства стандартов составили три альтернативные модели сертификации:

ISO 9001 - Модель обеспечения качества при проектировании, производстве, монтаже и обслуживании

ISO 9002 - Модель обеспечения качества при производстве, монтаже и обслуживании

ISO 9003 - Модель обеспечения качества при окончательном контроле и испытаниях

В 1994 году была выпущена обновленная версия стандартов, в целом повторявшая структуру версии 1987 года (ISO 9000:94).

Исходная направленность стандартов серии ISO 9000 была именно на отношения между компаниями в форме потребитель/поставщик. С принятием в 2000 году очередной версии стандартов ISO серии 9000 большее внимание стало уделяться способностям организации удовлетворять требования всех заинтересованных сторон: собственников, сотрудников, общества, потребителей, поставщиков. Впервые принципы менеджмента качества были включены в текст стандартов в версии 2000 года.

«ISO 9001:2008 Системы менеджмента качества. Требования». Стандарт устанавливает требования к системам менеджмента качества для тех случаев, когда организация должна продемонстрировать возможность изготавливать продукцию, отвечающую требованиям потребителей и установленным к ней обязательным требованиям и, направлен на повышение удовлетворенности потребителей. Так, в частности добавлен учет законодательных требований, в п. 6.2.2, где применимо, обеспечивать подготовку или предпринимать другие действия для достижения необходимой компетентности.

ISO 9004 делает акцент на достижение устойчивого успеха.

Текущая версия этого стандарта «ISO 9004:2009. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества» содержит руководство по достижению устойчивого успеха любой организацией в сложной, требовательной и постоянно изменяющейся среде путем применения подхода с позиции менеджмента качества. В этой версии подробнее раскрыты такие области, как этика и социальная ответственность, миссия и видение организации, пригодность, менеджмент знаний, связь с другими системами менеджмента, связь целей и действий с результатами.

Стандарт сориентирован, в частности, на следующие принципы всеобщего управления качеством TQM: внимание на потребителя, лидерство руководства, вовлеченность персонала. Рассмотрим их поподробнее.

Ориентация на потребителя. За потребителем остается последнее слово относительно качества продукции.

Предприятия зависят от потребителей и поэтому они должны понять потребности настоящего и перспективного потребителей и стремиться превышать их ожидания. Во всех случаях отдается приоритет удовлетворенности потребителя с последующим учетом удовлетворенности интересов всех заинтересованных сторон.

Лидерство руководителя. Подразумеваются не столько обязанности, сколько психологическое лидерство. Роль лидера изменилась - от начальника,

который все знает и дает приказания, к роли тренера, который создает благоприятную атмосферу и формирует работающую команду.

Ответственность руководства в новой версии стандартов расширена и определяется целым блоком требований.

Вовлечение работников. Люди на всех уровнях - главный ресурс, главное богатство организации, и их полное участие дает возможность использовать их способности для выгоды организации.

Второй и третий принципы - лидерство руководства и вовлечение персонала - тесно взаимосвязаны, несут социальную нагрузку, и их реализация во многом зависит от настроений в организации и применяемых видов управления. Названия этих принципов подразумевает, какое важное значение придается социальному фактору внутри организации, а именно - характеру взаимодействия руководителей и исполнителей. Успех внедрения системы менеджмента качества, основанной на принципах TQM, во многом зависит от того, как будут налажены их отношения.

Особое внимание уделено вопросам анализа деловой среды, определению заинтересованных сторон, их потребностей и ожиданий, а также оценке величины их возможного влияния на деятельность организации и взаимодействия с ними; управления персоналом, его развитию, вовлеченность и мотивацию. Все это социальные аспекты деятельности, существенно влияющие на устойчивый успех организации.

Основная проблема состоит не только в том, чтобы однозначно идентифицировать заинтересованные стороны, важно собрать адекватную, объективную информацию, отражающую настроения, проанализировать и оценить ее. Например, потребности и ожидания акционеров и персонала, естественно, будут различными, но удовлетворяя потребности первых, нельзя игнорировать последних. При учете интересов всех сторон важен принцип гармонизации, непременно с точки зрения разумной достаточности. Речь идет об удовлетворенности заказчика, партнера по контракту и, разумеется, конечного потребителя - того, кто будет иметь дело непосредственно с продукцией, применяя ее по назначению. Организации важно учитывать специфические требования потребителя, различных его групп.

При стратегическом планировании деятельности организации следует учитывать, следующее:

- эффективная система менеджмента качества на базе TQM - это, в первую очередь, задача менеджмента, которая состоит в создании всех условий для персонала (с учетом его особенностей) для достижения поставленных целей;
- успех организации достигается за счет ее способности сбалансировано удовлетворять потребностям и соответствовать ожиданиям своих потребителей и других заинтересованных сторон в течение длительного времени;
- формирование миссии организации, идеологии, организационной культуры, определение лидеров, способных повести за собой персонал, раскрытие потенциала работников для постоянного улучшения деятельности

организации требуют особого внимания, а точнее, воздействия на их социальную составляющую.

Новым этапом на пути к социально ответственному поведению организаций является выполнение требований ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности». Данный международный стандарт был подготовлен с использованием подхода, основанного на участии экспертов, представляющих различные заинтересованные стороны такие как: потребители, государства, промышленность, трудящиеся, неправительственные организации а также организации, оказывающие услуги, поддержку или ведущие исследования в области социальной ответственности.

Стандарт разработан с учетом положений Глобального договора ООН о действиях в области корпоративной социальной ответственности, рекомендаций Международной организации труда, а также международного стандарта SA 8000:2001, международных стандартов ISO серии 9000 и серии 14000, международного стандарта OHSAS 18000, других международных документов.

ISO 26000:2010 представляет собой руководство по принципам лежащим в основе социальной ответственности (подотчетность, прозрачность, этическое поведение, уважение интересов заинтересованных сторон, соблюдение верховенства закона, соблюдение международных норм поведения, соблюдения прав человека), признанию социальной ответственности взаимодействию с заинтересованными сторонами, основным темам и проблемам, касающимся социальной ответственности и способам интеграции социально ответственного поведения в организацию. Этот стандарт также подчеркивает важность результатов и улучшения результативности в области социальной ответственности.

Кратко рассмотрим основные темы и связанные с ними проблемы в области социальной ответственности.

Организационное управление. Проблема: внедрение социальной ответственности в процессы и структуры принятия решений.

Права человека. Проблемы: Должная предусмотрительность; ситуации, связанные с риском для прав человека; избежание соучастия; удовлетворение жалоб; дискриминация и уязвимые группы; гражданские и политические права, экономические, социальные и культурные права; основные принципы и права в сфере труда.

Трудовые отношения. Проблемы: наем и трудовые отношения, условия труда и социальная защита; социальный диалог; охрана труда и безопасность на рабочем месте; развитие человеческого потенциала и обучение на рабочем месте.

Окружающая среда. Проблемы: предотвращение загрязнений, устойчивое ресурсоиспользование, смягчение климата и адаптация к нему; защита окружающей среды и биоразнообразия.

Добросовестные деловые отношения. Проблемы: противодействие коррупции, ответственное вовлечение в политику; добросовестная

конкуренция, пропаганда социальной ответственности в цепочке создания добавленной стоимости, уважение прав собственности.

Проблемы, связанные с потребителями. Проблемы: добросовестный маркетинг, защита здоровья и безопасности потребителей, устойчивое потребление, обслуживание и поддержка потребителей и разрешение претензий и споров, защита данных и обеспечение конфиденциальности потребителей, доступ к услугам первой необходимости, образование и осведомленность.

Участие в жизни сообществ и их развитие. Проблема: участие в жизни сообществ; образование и культура; создание занятости и развитие навыков; развитие технологий и доступ к ним; создание благосостояния и дохода; здоровье, социальные инвестиции.

Стандарт дает разъяснения по основным темам и связанным с ними проблемам, а также приводит рекомендуемые действия и ожидания организации в отношении проблемы, содержит руководство по введению социальной ответственности в практику организации, представляет неполный перечень добровольных инициатив и инструментов, относящихся к социальной ответственности.

Результативность организации в отношении общества, в котором она функционирует, ее воздействие на окружающую среду становится важной частью оценки ее общей результативности и ее способности продолжать функционировать эффективно.

Восприятие и результативность организации в области социальной ответственности могут влиять, помимо прочего, на следующее:

- конкурентные преимущества;
- репутацию;
- способность привлекать и удерживать трудящихся, клиентов, заказчиков и пользователей;
- поддержание морального состояния, вовлеченности и производительности работников;
- взгляды инвесторов, владельцев, спонсоров;
- взаимоотношения с правительством, СМИ, поставщиками и сообществом.

Подведем некоторые итоги.

Системы менеджмента качества являются человеческими системами - они создаются людьми, управляются людьми и служат людям. И они настолько совершенны, насколько профессиональны и способны люди, создающие эти системы. Поэтому человеческий аспект в организационных изменениях является фундаментальным: именно поведение людей в организации - руководителей и исполнителей - в конечном итоге определяет, что можно изменить, и какую пользу это принесет.

Необходимо найти ответ на вопрос: что и как нужно сделать, чтобы люди захотели и смогли работать по стандартам, то есть в условиях спроектированной и документированной системы?

Можно выделить три группы людей, от которых зависит эффективность той или иной системы:

- персонал предприятия
- поставщики
- потребители

Работа с этими группами сильно различается по своему характеру.

Поставщики и потребители - это юридические лица, с ними и работают как с юридическими лицами, то есть комплексно и правильно (имея специальные службы, выполняя существующие стандарты установления и поддержания взаимоотношений).

Что касается собственного персонала предприятий, то здесь выдвигаются две задачи, тоже правильные, но другие:

- создание системы мотивации к работе по правилам сформированной нами системы качества
- создание системы обучения персонала

Итак, для того, чтобы та или иная спроектированная и документированная система качества, включающая управление процессами, заработала, нужно:

- использовать средства мотивации для персонала
- обучать его как по профессиональным вопросам, так и по вопросам менеджмента качества
- выстроить правильные отношения с потребителями

Выводы. Рассматривая историю стандартов с точки зрения их внимания к социальным аспектам качества предприятий: персоналу, заинтересованным сторонам, наблюдается повышение интереса к социальной ответственности организаций.

Социальная ответственность и этика организации в современном представлении предполагает, что задачей предприятия является удовлетворение нужд, потребностей и интересов потребителей более эффективным и более продуктивным, чем конкуренты способами, при обязательном сохранении и укреплении благополучия потребителей и общества в целом.

Литература.

- 1 Шаповал М. І. Менеджмент якості. — К.: Знання, 2006. — 471 с.
 - 2 Момот А. И. Менеджмент качества и элементы системы качества. — Донецк.: Норд-Пресс, 2005. — 320 с.
 - 3 Басовский Л. Е. Менеджмент: Учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2003. – 216 с.
- «ISO 9001:2008. Системы менеджмента качества. Требования»
 «ISO 9004:2009. Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества»
 ISO 26000:2010 "Руководство по социальной ответственности"

Интернет источники

- 1 http://www.big.spb.ru/consulting/consulting_projects/qualiti/people_factor.shtml
- 2 http://ru.wikipedia.org/wiki/ISO_9001
- 3 http://www.iteam.ru/publications/quality/section_81/article_1976/
- 4 http://www.kpms.ru/Standart/ISO9001_2008.htm

Бондаренко Г. Г.

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ В СТАНДАРТАХ СЕРІЇ ISO 9000 ТА ISO 26000

У статті розглянуто соціальні аспекти діяльності організації з точки зору стандартів серії ISO 9000 та ISO 26000 та інтеграція елементів соціальної відповідальності у системі менеджменту якості підприємств для досягнення стійкого успіху.

Ключові слова: соціальна відповідальність, система менеджменту якості, загальне управління якістю TQM, зацікавлені сторони, персонал.

Bondarenko A. G.

SOCIAL ASPECTS IN STANDARDS ISO 9000 and ISO 26000

The article deals with the social aspects of the organization in terms of standards ISO 9000 and ISO 26000 and the integration of elements of social responsibility in the quality management system in order to achieve sustainable success.

Key words: social responsibility, quality management system, total quality management TQM, stakeholders, staff.

Сведения об авторах:

ФИО:

Бондаренко Анна Геннадьевна

Место работы:

Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского – «ХАИ», ассистент кафедры 303 «Авиационных приборов и измерений», цикла «Качество, стандартизация, сертификация» г. Харьков, Украина

Ученая степень:

Нет

Адрес:

61118, Харьков, ул. Тимуровцев 46, кв. 52

Телефон:

дом. 63-36-68, моб. 068-606-61-25

Факс:

Нет

E-mail:

bondareva_bondarenko@mail.ru