

Шульженко І.В.,

к.е.н., доцент Полтавська державна аграрна академія

«ЗЕЛЕНИЙ ОФІС» ЯК ІННОВАЦІЙНА ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Сучасні умови господарювання вимагають від вітчизняних організацій адекватних механізмів реагування на динамічні зміни зовнішнього середовища, зростаючі вимоги клієнтів та виклики ринків. Обов'язковими умовами виживання організацій є виробництво конкурентоспроможної продукції, забезпечення гнучкості та ефективності управління. Адаптаційні можливості, організаційна гнучкість та маневреність виробничих систем сприяють стабільному інноваційному розвитку.

В умовах глобальної конкуренції організації перебувають в постійному пошуку нових альтернативних методів ведення конкурентної боротьби. У цьому протистоянні за репутацію та імідж збільшуються масштаби використання природних ресурсів, що призводить до їх вичерпаності, а також до екологічної катастрофи.

Також треба зазначити, що кожна організація використовує у своїй діяльності матеріальні, фінансові та трудові ресурси держави і тому несе відповідальність перед суспільством. Саме з цієї причини вона повинна спрямовувати частину своїх доходів та зусиль на благо і удосконалення суспільства та громадян різноманітними соціальними каналами.

Інтенсивний розвиток технологій, збільшення кількості населення та неефективне використання природних ресурсів ставлять під загрозу подальший розвиток людства. Якщо організації не зрозуміють необхідність ефективного використання ресурсів, це призведе у майбутньому до обмеження у користуванні чи, навіть, істотного погіршення якості ресурсів [4].

Це зумовлює актуальність застосування інноваційних практик управління організацією, які повинні забезпечити конкурентоспроможність, підвищити імідж організації в ринковому середовищі та сприяти дотриманню принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Виходячи з вищезазначеного, на сьогодні для інвесторів та споживачів показники соціальної діяльності організації є не менш важливими та актуальними, ніж фінансово-економічні. Адже питання корпоративної соціальної відповідальності значно впливають на вартість бізнесу, його конкурентоспроможність, репутацію, так само як і стандартні показники економічного зростання.

Створення спеціальних підрозділів і координаційних груп з впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності, введення в організаційну структуру управління компаніями посади віце-президента з корпоративної соціальної відповідальності, впровадження етичних кодексів і корпоративної культури, що спрямовані на соціальну активність та відповідальність, розробка проектів соціального інвестування, підготовка і публікація соціальних (нефінансових) звітів – далеко не повний перелік управлінських інновацій, що нині широко застосовуються в практиці як бізнес-структур, так і інших організацій[7].

Тож можна стверджувати, що все більша кількість організацій сприймає корпоративну соціальну відповідальність не як примус, а як корпоративну стратегію стійкого розвитку.

Одним з головних механізмів корпоративної соціальної відповідальності є управління підприємствами на засадах концепції «зеленого офісу» [2].

Концепція «зеленого офісу» не є революційно новою. У світовій практиці вона впроваджується вже більше ніж 30 років. Визначення поняття, структурних компонентів названої практики, моніторингу найкращих практик присвячені праці науковців та рекомендації міжнародних інституцій.

«Зелений офіс» – це концепція управління організацією, що дозволяє зменшити її негативний вплив на довкілля шляхом максимального збереження ресурсів й енергії та зменшення кількості відходів.

Зменшити негативний вплив підприємств і організацій на довкілля можна шляхом слідування лише трьома головним принципам «зеленого офісу». Це так звана концепція 3 R: Reduction (reduce) – зменшення (споживання води, енергії, інших ресурсів); Refinement (reuse) – повторне використання (зменшення кількості відходів); Replacement (recycle) – переробка (закупка товарів та послуг, які мінімізують вплив на навколишнє середовище, пропаганда більш ефективного використання транспорту)

Для того, щоб запровадити в діяльність своєї організації принципи «зеленого офісу», топ-менеджмент підприємств і організацій виконує певні кроки. Узагальнюючи та проаналізувавши досвід передових зарубіжних і вітчизняних практик «Зеленого офісу» деякі автори пропонують такий методичний інструментарій впровадження даної концепції [5, с.35]:

1. Створення «зеленої» команди (залучаються зацікавлені особи: топ-менеджмент, працівники підрозділів та ін.)
2. Включення екологічної складової в стратегічні орієнтири компанії.
3. Формулювання мети та основних завдань ініціативи «зелений офіс».
4. Опис організаційної структури (узгодження задіяних потоків ресурсів та енергії з підрозділами, що відповідають за зміни).
5. Проведення екологічного аудиту компанії.
6. Вирішення першочерговості впровадження заходів (як мінімізувати негативний вплив на середовище та скоротити витрати; який бюджет виділено на впровадження концепції).
7. Встановити терміни виконання проектів.

8. Отримати згоду від зацікавлених сторін (в перспективі потрібно матеріально стимулювати працівників, що сприяють екологізації підприємства)

9. Інформування працівників про досягнення , видавання публічного звіту щодо реалізації принципів «зеленого офісу» .

10. Проводення тренінгів та семінарів.

11. Постійний моніторинг завдання та результати проекту.

12. Екологічна сертифікація за міжнародними стандартами.

13. Поширення інформації в колі власних стейкхолдерів (акціонерів, часткових власників, споживачі, постачальники, суспільство, кредитори та ін.).

Отже, корпоративна соціальна відповідальність, і концепція «зеленого офісу» зокрема, передбачає комплексний підхід до підвищення ефективності управління організацією і мінімізацію ризиків, в умовах динамічного середовища, що дозволяє отримати організації такі конкурентні переваги, як:

- зміцнення бренду;
- підвищення продуктивності праці;
- зменшення адміністративних витрат;
- зростання іміджу організації;
- збільшення прибутковості завдяки підвищенню ефективності управління організацією;
- збільшення обсягів продажу;
- зменшення репутаційних ризиків;
- підвищення інвестиційної привабливості;
- забезпечення лояльності персоналу, споживачів, місцевої й центральної влади.

Отже, організації, які впроваджують рекомендації еко-офісу не тільки демонструють свою екологічну відповідальність, але і ефективно організовують свою роботу, зменшують кількість відходів від офісної діяльності, а також покращують імідж своєї компанії.

Важливо, що «зелений офіс» не потребує встановлення сучасних програм, придбання новітніх технологій або

надскладних методів реалізації. Це прості правила щоденного використання ресурсів та дбайливого ставлення до природи, які роблять працівників більш свідомими, а компанії – краще, ефективніше і прибутковіше.

Треба зазначити, що методи впровадження «зеленого офісу» є досить різноманітними. Концепція «зеленого офісу» дійсно комплексна і передбачає дуже широкий спектр заходів, які можна застосовувати на всіх етапах управління організаціями.

Деякі науковці виділяють наступні етапи [3, с. 27] :

1. Закупівля продукції;

- придбання товарів з екологічним маркуванням, включаючи канцтовари;
- придбання офісної техніки та обладнання з енергозберігаючими властивостями (принтери для повторної заправки картриджа) та ін.

2. Економія ресурсів при використанні електропостачання:

- використовувати системи автоматичного контролю освітлення: фотореле, датчики руху, датчики присутності і т.
- максимальне використання природного освітлення;
- встановлення енергозберігаючих приладів (лампочки, датчик руху тощо);
- вимикання приладів, якщо вони не використовуються в роботі;
- вимикання з розетки зарядних пристроїв;
- вимикання світла, навіть якщо в офісі нікого немає нетривалий час;
- автоматичний переклад ПК на режим енергозбереження, зокрема відключення дисплея - 15 хв. і менше, режим очікування - 30 хв. і менше тощо.

3. Водопостачання:

- встановлення приладів обліку (лічильника);
- щільне закручування крана;
- закручування крана, коли вода не використовується;

- встановлення якісного фільтра і системи подачі води, замість придбання бутильованої води;

- термінова ліквідація протікання кранів і туалетних бачків тощо.

4. Теплопостачання:

- встановлення приладу обліку (лічильника);

- використання терморегуляторів на батареях опалення;

- утеплення вікон і дверей;

- використання тепловідбивних екранів за батареями опалення;

- для максимального збереження тепла в приміщенні на ніч закривати вікна шторами або жалюзі і т.інш.

5.«Зелений»друк:

- двосторонній друк;

- перед початком друку - зменшення шрифту та розміри полів документа;

- заміна в шаблонах документів чорного кольору на більш світлий;

- папір, використана з одного боку, може служити чернеткою для друку робочих документів;

- по можливості, введення системи електронного документообігу і т.інш.

6.«Зелена» реклама:

- здійснення реклами через Інтернет, замість використання друкованих оголошень, плакатів, банерів та ін .;

- проведення презентацій, на відміну від роздачі брошур;

- розсилка через Інтернет, замість індивідуальних дзвінків клієнтам або відправлення паперової пошти і т.інш.

- утилізація.

На етапі утилізації продукції, «зелений офіс» дотримується принципів 5-R: reduce, remake, redesign, reuse, recycle (скоротити, переробити, переоформити, повторно використовувати, утилізувати).

Одним з найбільш важливих порад впровадження концепції екологічного офісу є інформаційна кампанія. Адже усвідомлення проблеми і розуміння самими працівниками важливості виконання цих методів забезпечить системне впровадження принципів «зеленого офісу» в повсякденну роботу організації.

Міжнародний досвід стверджує, що «зелений офіс» вже став незамінною складовою багатьох соціально відповідальних компаній.

До компаній – лідерів по застосуванню екологічно дружніх принципів належать такі великі компанії, як: Yahoo, Adidas, Canon, Xerox та ін. Так, комп'ютерний гігант «IBM» підрахував, що зекономив 17,8 мільйоні доларів у представництвах по всьому світі завдяки заохоченню своїх працівників вимикати офісну техніку та світло, коли це необхідно. А компанія «Овенс Корнінг» впровадила без паперове діловодство, зберігаючи всі документи в електронному форматі, і позбавилась 14000 картотечних шаф, що дало можливість орендувати менші приміщення, і тим самим зекономити 30 мільйонів доларів [8].

Багато українських компаній вже мають досвід успішного та комплексного втілення екологічних програм. Український бізнес детально вивчає практики світових компаній та працює над вдосконаленням своїх екологічно дружніх продуктів, процесів та бізнес моделей.

Слід зазначити, що українським компаніям бракує системності у підході до реалізації практики «зелений офіс». Навіть у найпрогресивніших, з огляду на «зелений офіс», компаніях відсутній регулярний моніторинг екологічної результативності та економічної ефективності. «Зелений офіс» здебільшого сприймається керівниками та топ - менеджментом, як данина моді, а не як стратегічний та економічно обґрунтований орієнтир діяльності компанії [6,с.182].

Спостерігається також невідповідність рівня інформування про реалізацію елементів «зеленого офісу» та реальних справ в компанії.

Щодня до екологічної концепції «зеленого офісу» приєднуються усі нові і нові організації не лише із-за відповідальної соціальної позиції, але, передусім, завдяки реальній економічній вигоді[1,с.23].

Однак такий щоденний внесок у глобальну екологію людства може зробити кожен з нас, незалежно від того, чи це гіперкомпанія з сотнями працівників, або невеликий офіс з двома менеджерами. Перетворити свій офіс на «зелений» може кожен, адже цілком реально облаштувати повністю екологічне робоче місце. Це не тільки позитивно позначиться на самопочутті працівників, але і на фінансових справах компанії.

Розвиток альтернативних джерел енергетики, виробництва екологічно дружніх товарів та послуг набуває обертів. Однак можна не лише виробляти менш шкідливі для довкілля продукти, а й зробити функціонування організації менш ресурсозатратним. «Зелений офіс» покликаний забезпечити ефективне функціонування організації та мінімізувати шкоду для природи.

Виховання корпоративної культури, що орієнтована на турботу про довкілля, вимагає потужної інформаційної кампанії серед працівників та залежить від потенціалу особистих якостей кожного співробітника. Тобто, якщо компанія буде виховувати екологічно свідомого працівника, то підвищить продуктивність праці та лояльність своїх співробітників.

Все вищеперераховане сприятиме ефективному функціонуванню організації та зокрема концепції «зеленого офісу», формуванню жорстких норм екологічного законодавства, а також створення дієвих механізмів регулювання та стимулювання екологізації, кожної людини по збереженню ресурсів навколишнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Головка О.Н., Харкевич К.О. Концепция зеленого офиса в Украине: проблемы и перспективы реализации / О.Н. Головка, К.О. Харкевич // Вісник СевНТУ: Серія: Педагогіка, 2011. – №124 – С. 22-26.

2. Гринпис России. «Зелёный» офис – это реально. <http://www.greenpeace.org/russia/ru/643172/2045057>.

3. Зелений офіс: з турботою про довкілля, з вигодою для бізнесу. – К.: ТОВ «Інжиніринг», 2009. – 53 с.

4. Институт социальной и этической отчетности (Institute of Social and Ethical Accountability – “AccountAbility”) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.accountability.org.uk/resources

5. Концепція зеленого офісу: рекомендації для організацій / під заг. ред. О. Маслюковської. – К.: Унів. вид-во «Пульсари», 2007. – 64 с. Режим доступу: http://www.greenoffice.ukma.kiev.ua/files/Zeleny_Ofis.pdf

6. Петрашко Л.П. Адаптація міжнародної практики «зелений офіс» в українських компаніях /Л.П.Петрашко// Вісник Національного університету водного господарства та природокористування, 2010. – №4(52). – С. 180-185.

7. Полякова О.М. Особливості формування і розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні / О.М. Полякова, П.Ю. Кас // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – Вип. 32. – С.284 – 289.

8. Green Office Guide 2009: Create a more efficient workplace, buy better office products, measure your success. – Brian Back. – 2009.–44p.Режимдоступу: http://www.recycleworks.org/pdf/gog_2009_digital.pdf