SMART Закупка

13 февраля 2023

Социально ответственные закупки – делать правильные вещи для всех

Менеджеры по закупкам часто пытаются решить, как поступить правильно для общества — защитить окружающую среду, сохранить ресурсы, справедливо относиться к людям — поскольку они стремятся поступать правильно для своего бизнеса — повышать производительность, повышать эффективность и снижать затраты.

Все больше и больше заинтересованных сторон всех типов — инвесторы, деловые партнеры и поставщики, сотрудники, правительства и сообщества и, прежде всего, клиенты — требуют от компаний как прибыльной работы, так и этичного поведения. Балансировка этих приоритетов больше не является выборной — эти ключевые заинтересованные стороны активно вознаграждают или наказывают компании за то, насколько успешно они выполняют этот балансирующий акт. И закупки играют ключевую роль в результате.

Институт управления поставками определяет социально ответственные закупки как систему поддающихся измерению корпоративных политик и процедур, а также связанное с ними поведение, призванное принести пользу рабочему месту и, соответственно, отдельному лицу, организации и сообществу.

Для достижения этой цели требуются целенаправленные усилия по шести аспектам социально ответственных закупок: Участие сообщества;
Разнообразие и инклюзивность;
Защита окружающей среды;
Этика и финансовое управление;
уважение прав человека; и,
Здоровье и безопасность.
Специалисты по закупкам должны устанавливать приоритеты и находить компромиссы между этими аспектами, чтобы правильно распределять обычно ограниченные ресурсы. Рабочая группа по закупкам также должна учитывать их актуальность для общей стратегии компании и действительно ли действия, предпринятые компанией, могут изменить ситуацию на рынке.

Например, производитель одежды, который чувствителен к проблемам с потогонным производством, может придавать первостепенное значение аспекту прав человека и тому, как это влияет на его выбор поставщиков. Компания, предоставляющая потребительские финансовые услуги, может уделять особое внимание этике и управлению финансами в своих процедурах закупок и другой внутренней отчетности. Или производитель химикатов может сосредоточиться на экологических практиках в рамках своей деятельности, а также на процедурах своих поставщиков и формировать реакцию компании на эти риски.

Стратегия компании будет формировать социально ответственную стратегию закупок, которая, в свою очередь, будет формировать тактические решения специалистов по закупкам.

Основными принципами этой структуры являются:

Социально ответственные закупки могут дать компании очень реальное конкурентное преимущество;
Стремления должны быть высокими, потому что ожидания клиентов и инвесторов высоки;
Время начать сейчас.
Начало работы начинается с бизнес-кейса — обоснования инвестиций в социально ответственные закупки. В ходе опроса, проведенного на ежегодной международной конференции APICS в сентябре 2008 г., этика, управление финансами и охрана окружающей среды вызывали наибольшую озабоченность у трех четвертей участников, что согласуется с опасениями основных заинтересованных сторон.

Экономическое обоснование для устранения проблем, связанных с этими аспектами закупок, включает улучшение отчетности Сарбейнса-Оксли, решение проблем с соблюдением нормативных требований или даже исправление исторических этических проблем. Эти проблемы могут напрямую повлиять на цену акций, лояльность клиентов, доверие поставщиков и даже на выживание компании.

Конечно, существуют затраты, связанные с получением таких преимуществ. Поддержание строгой политики и процедур соблюдения, обучение, аудиты и коммуникации — все это необходимые элементы социально ответственной программы закупок, требующие инвестиций.

Исследования нашей компании показывают, что существует три уровня стратегической приверженности социально ответственным закупкам, и цели компании будут определять усилия их рабочей группы по закупкам, а также заинтересованность и участие их высшего руководства.

На фундаментальном уровне «защиты бизнеса» целью компании может быть просто соблюдение всех законодательных и нормативных требований. Хотя в прошлом это было элементарно для бизнеса, это становится все более сложной задачей, поскольку правительства вводят все более строгие правила по целому ряду вопросов, от воздействия на окружающую среду до безопасности продукции и методов труда. Кроме того, такой подход «мы соблюдаем закон» не приносит компании очков в глазах ключевых стейкхолдеров.

На промежуточном «упреждающем» уровне доля рынка защищена, а доходы увеличиваются за счет смягчения неблагоприятных социальных рисков, таких как экологические нарушения, путем их прогнозирования и предотвращения до того, как они станут проблемами, которые могут повлиять на бренд и репутацию.

На более продвинутом уровне «улучшения бизнеса» компания может рассматривать решение таких вопросов как возможность для бизнеса стать более эффективным и экономичным и выделиться в конкурентной борьбе за счет создания инновационных социально ответственных обязательств и действий в области закупок. Например, компания может занять лидирующую позицию по сокращению энергопотребления и уменьшению воздействия на окружающую среду по всей цепочке поставок. Это может помочь компании снизить затраты, а также подать пример своей отрасли и привлечь ключевые заинтересованные стороны, такие как потребители, потенциальные сотрудники и инвесторы.

В то время как на уровне защиты бизнеса роль старших менеджеров может быть ограничена установлением ожиданий и проверкой соответствия, на более продвинутых уровнях они должны активно участвовать в таких областях, как повышение квалификации, инвестиции в инновации и отстаивание социально ответственных программ закупок среди сотрудников. , инвесторы, сообщества, клиенты и другие ключевые заинтересованные стороны.

Опрос международной конференции APICS также показал, что 78 процентов участников

считают, что социально ответственные инициативы по закупкам лучше всего управляются с участием нескольких отделов и компаний. Руководящий комитет может способствовать такому подходу, определяя все действия, которые должна предпринять компания, и выделяя ресурсы на приоритетные инициативы.

Комитет также должен разработать политику и процедуры для поддержки официальной программы и планирования коммуникаций как с внутренними, так и с внешними заинтересованными сторонами. Наконец, комитет должен спроектировать организацию таким образом, чтобы обеспечить успех программы, обеспечить обучение тех, кто может повлиять на результаты, и контролировать аудит эффективности.

Ключом к успеху такой программы является создание прочной связи между социально ответственными закупками и бизнес-стратегией компании, обеспечение финансирования и кадровых ресурсов, необходимых для лидерства, а также четкая и конкретная отчетность.

Задача стоит перед всеми компаниями, и она неотложна: поступать правильно как для общества, так и для бизнеса. Разработка и реализация стратегии социально ответственных закупок может позволить предприятиям делать и то, и другое.

Ссылка на статью: Социально ответственные закупки – делать правильные вещи для всех