

УДК 331.1

***КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ***

Ширина Ю.В.

магистрант кафедры социологии и управления

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г.

Шухова,

Белгород, Россия

Авилова Ж.Н.

к. с. н., доцент кафедры социологии и управления

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова

Белгород, Россия

Аннотация

В статье рассматриваются основные принципы формирования корпоративной социальной ответственности, а также проанализированы основные интерпретации и периоды социальной ответственности в системе управления организацией.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, система, персонал, деятельность организации, ответственность за сотрудников.

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE ORGANIZATION
MANAGEMENT SYSTEM***

Shirina Y. V.

Master student, Department of sociology and management

Belgorod state technological university. V. G. Shukhov,

Belgorod, Russia

Avilova Zh. N.

Candidate of sociology, associate Professor of sociology and management

Belgorod state technological University. V. G. Shukhov,

Belgorod, Russia

Annotation

The article discusses the basic principles of corporate social responsibility formation, and analyzes the main interpretations and periods of social responsibility in the organization's management system.

Key words: corporate social responsibility, system, personnel, organization activities, responsibility for employees.

В настоящее время мы стали очевидцами всплеска популярности идей социальной ответственности бизнеса, что выразилось во внезапном повышении количества проектов и объемов финансирования, выделяемых организациями с целью реализации программ корпоративной социальной ответственности (КСО). За неопределенный промежуток времени теория кадровой социальной ответственности миновала путь от единоразовых мероприятий отдельных организаций вплоть до обязательного элемента современного маркетинга каждой солидной организации [4].

Корпоративная социальная ответственность (КСО) - это концепция поочередных экономических, экологических и социальных мероприятий организации, реализуемых на базе непрерывного взаимодействия с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) и направленных на сокращение нефинансовых рисков, долговременного улучшение имиджа и деловой репутации компании, но кроме того на увеличение капитализации и конкурентоспособности, которые обеспечивают рентабельность и устойчивое развитие компании [2].

В ходе развития корпоративной социальной ответственности сложилось три ее основные интерпретации (рис. 1).

Первая и наиболее классическая теория базируется на увеличении прибыли для своих акционеров, собственников и инвесторов и имеет название *теории корпоративного эгоизма*. Максимизация прибыли организации считается инструментом общественного формирования, так как с ростом рыночной стоимости организации и ее доходов увеличивается оплата труда, реализуется больше бизнес-проектов, увеличиваются налоговые поступления в бюджеты, подобным образом, происходит формирование общества.

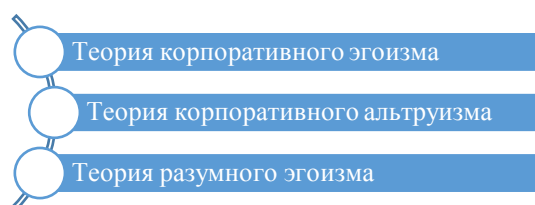


Рис. 1. Основные интерпретации корпоративной социальной ответственности

Вторая теория начала возникновение практически одновременно с теорией корпоративного эгоизма, но практически полностью противоречит ей. Данная теория считается *теорией корпоративного альтруизма* и ее суть состоит в обязанности бизнеса вносить существенный вклад в усовершенствование качества жизни персонала, населения и общества в целом, увеличивая общее благосостояние.

Третья теория - это *теория разумного эгоизма*. Эта концепция базируется на том, что социальная ответственность представляет собой продуктивный механизм стратегического формирования организации, так как уменьшает долгосрочные потери прибыли. Так же, это возможность организации осуществить свои главные потребности в выживании, безопасности и стабильности [3].

Социальная ответственность отечественных организаций чаще всего формализована. Социальные вопросы закрепляются в трудовых договорах, которые заключаются между профсоюзами и руководством. В качестве приоритетов организации как правило предпочитают образовательные программы, воспроизводство рабочей силы, поддержку пенсионеров и детей работников. Например, согласно сведениям Ассоциации менеджеров, на развитие персонала крупные российские организации расходуют до 60% социального бюджета.

Рассмотрим периоды развития корпоративной социальной ответственности [2].

1. Гражданская стадия - когда организация стремительно распространяет принципы корпоративной социальной ответственности в бизнес-сообществе.

2. Стратегическая стадия. Организация укореняет социальную ответственность в стратегию собственного развития на долгосрочную перспективу.

3. Функциональная стадия, когда организация устанавливает добровольные обязательства в сфере социальной ответственности. Они, как правило, дают существенный результат в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

4. Правовая стадия наступает, когда организация осуществляет работу, принимая во внимание запросы и интересы общества, зафиксированные законодательно.

5. Оборонительная стадия начинается, когда организация не несет ответственности за свои поступки и не отвечает за отрицательные результаты от своей работы, отражающиеся на состоянии внешней среды.

Главными принципами работы организации в рамках корпоративной социальной ответственности считаются открытость, системность, важность, недопущение инцидентов. Организации, которые базируются на данных

принципах, зачастую испытывают немалые трудности. Все это обусловливается тем, что, во-первых, введение принципов КСО потребует от менеджмента организации большое количество времени и сил, в следствие чего они вынуждены отвлекаться от решения нынешних, неотложных вопросов; во-вторых, существующий опыт говорит о том, что стремительного и явного результата от внедрения корпоративной социальной ответственности не бывает: для достижения качественного результата необходимо не менее 5 лет.

Практически для всех организаций определенные тенденции корпоративной социальной ответственности в одинаковой мере значимы. Корпоративная социальная ответственность может и должна быть площадкой для плодотворного партнерства между бизнесом и властью. Однако этот продолжительный процесс, протекающий нелегко даже в развитой и благоприятной экономике. Развитие социально-ответственного поведения в предпринимательской сфере допустимо только лишь при целенаправленной помощи со стороны государства и его конструктивном участии в решении социальных вопросов.

Подводя итог, необходимо отметить, что корпоративная социальная ответственность - это не просто ответственность организации перед людьми, компаниями, с которыми она встречается в ходе деятельности, перед обществом в целом, не просто комплект принципов, в соответствии с которыми организация формирует свои бизнес-процессы, а идеология организации предпринимательской и общественной деятельности, которых придерживаются организации, беспокоящиеся о своем развитии, обеспечении достойного уровня жизни людей, о формировании общества в целом, а также сохранении окружающей нас среды для будущих поколений.

Библиографический список

1. Авилова Ж.Н. Система кадрового обеспечения инновационного развития экономики региона // Всероссийский журнал научных публикаций. - 2011. - С. 49.

2. Бикеева М.В., Иванова И.А. Влияние социальных инвестиций на инвестиционную привлекательность компании // Менеджмент в России и за рубежом. - 2015. - № 6. - С.12–18.

3. Зарецкий, А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие / А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. – М.: КНОРУС, 2016. - 292 с.

4. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник для бакалавров / Г.Л. Тульчинский. –М.: Юрайт, 2014. – 338 с.

Оригинальность 75%