

Социальная ответственность организации

Подготовила
Студентка группы Э122Б
Кондратенко Эльвира

Существует взгляд на эту проблему, согласно которому организация должна заботиться об эффективности использования своих ресурсов, максимизировать прибыль, предоставлять обществу необходимые товары и услуги.

Таким образом, организация — это экономическая целостность, и ее главная цель — прибыль

Реализуя экономические цели (давая работу людям, дивиденды — акционерам, товары — обществу), организация ведет себя ответственно.



Согласно другой точке зрения, организация — это сложная часть внешнего окружения, от которого зависит само существование организации.

К составляющим этого окружения относятся:

↓
потребители,

↓
поставщики,

↓
местное население,

↓
средства информации и др.

Эта общественная среда может сильно влиять на достижение предприятием своих целей, поэтому организации приходится уравнивать чисто экономические цели с экономическими и социальными интересами этих составляющих среды.

Следовательно, социальная ответственность — это действия организации, предпринимаемые во благо общества добровольно, а не по требованию закона.



Организации должны направлять часть своих ресурсов и усилий по социальным каналам. Они должны жертвовать на благо и совершенствование общества. Более того, они должны ответственно действовать в сферах защиты окружающей среды, здравоохранения и безопасности, защиты интересов потребителей. Ответственно действующему предприятию общество будет доверять.

Можно выделить три компонента стратегии предпринятия для завоевания общественного доверия:

1. Ответственное поведение:

• решение задачи удовлетворения определенных потребностей общества через обменные отношения рынка;

• решение задачи научно-технического развития общества (через использование капитала, ноу-хау);

• несение ответственности за все действия и их последствия, причиной которых предприятие является само. Например, если компания допустила загрязнение водного бассейна, то она отвечает за его очистку и несет расходы за причиненный ущерб.

2. Коммуникативное поведение, или «диалог с обществом».

Принципами работы с обществом являются:

- общественное доверие к источнику информации, создание атмосферы доверия между предприятием и обществом через конкретное поведение сотрудников предприятия;


- ориентация на сотрудничество;

- предоставление предприятием полной информации (как положительной, так и отрицательной) обществу;


- ориентация на противоположное мнение, т.е. признание права различных общественных групп на собственное мнение, которое может отличаться от ценностных представлений данного предприятия.

3. Инновационное поведение. Это поиск оптимального решения проблем, связанных с инновациями, которые должны находить одобрение со стороны общества.

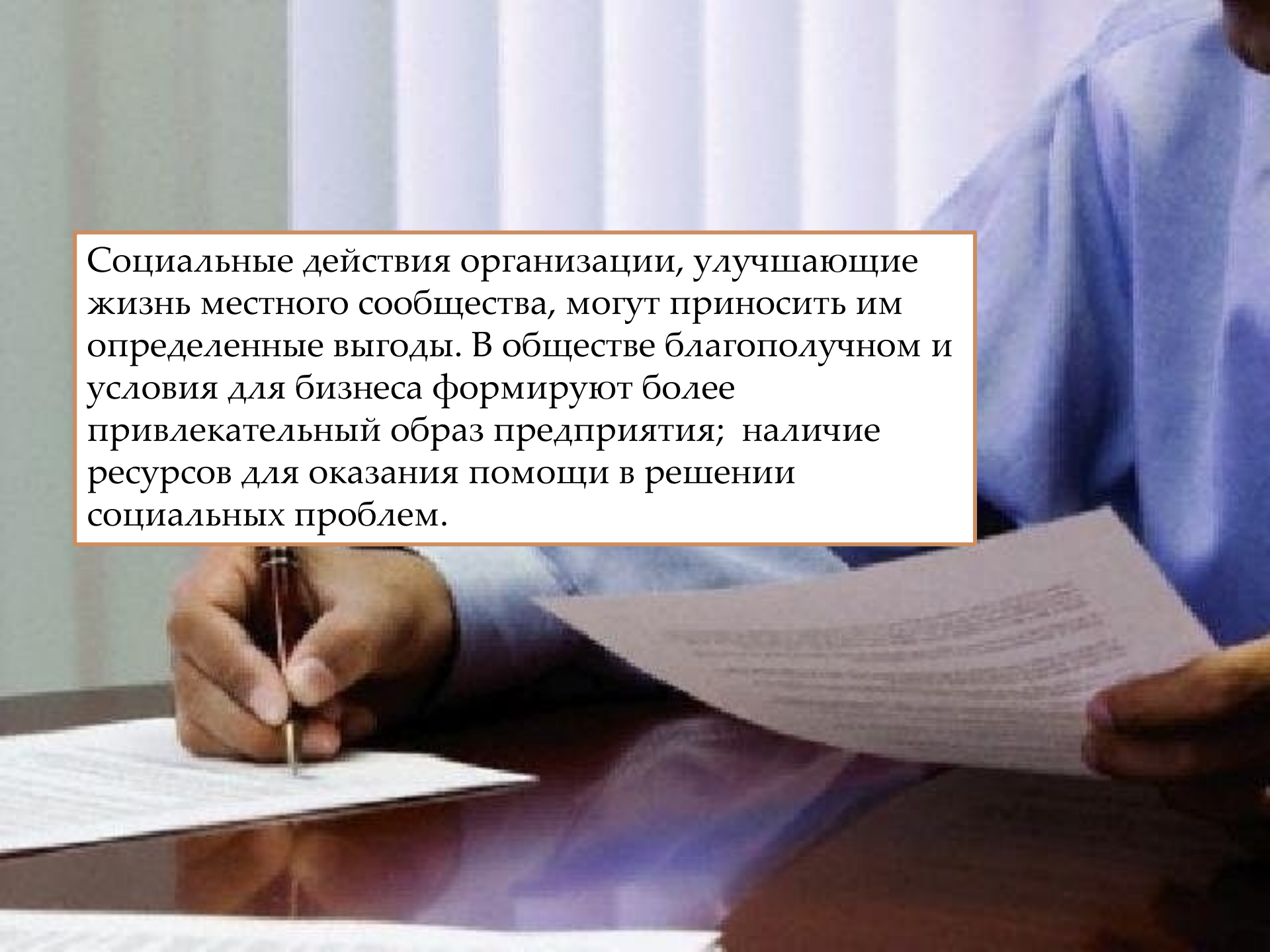
Существуют аргументы в пользу социальной ответственности :



• предприятие является членом общества, поэтому нормы морали должны управлять его поведением;




• благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы.

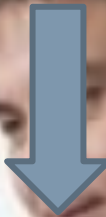
A person wearing a light blue long-sleeved shirt is seated at a dark wooden desk. They are holding a dark pen in their right hand and writing on a white document. Another document is held in their left hand, partially visible. The background shows vertical blinds. A white text box with an orange border is overlaid on the image.

Социальные действия организации, улучшающие жизнь местного сообщества, могут приносить им определенные выгоды. В обществе благополучном и условия для бизнеса формируют более привлекательный образ предприятия; наличие ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем.


Существуют препятствия для социальной ответственности:



- нарушение принципа максимизации прибыли, ибо часть ресурсов корпорации «отвлекается» на решение проблем общества;



- расходы на социальную вовлеченность являются для предприятия издержками, которые в конечном счете переносятся на потребителей в виде завышенных цен, снижают конкурентоспособность продукции, в том числе и на мировом рынке;



- недостаточный уровень отчетности широкой публике.

Поскольку менеджеров не выбирают, они не являются непосредственно подчиненными широкой публике; недостаток умения разрешать социальные проблемы.

УТ-Н53

Персонал любой фирмы лучше всего подготовлен к деятельности в сферах экономики, лишен опыта, позволяющего делать значимые вклады в решение проблем социального характера.

Сегодня вырабатывается новая управленческая философия: главные интересы предприятия, коллектива, акционеров-собственников — это ответственность перед различными социальными группами.

Характерной чертой этой управленческой философии является

рыночная ориентация предприятия, выстроенность в этом направлении всех звеньев управления, механизма действий на рынке, планирования и финансового контроля, внутрифирменной политики.

На предприятиях сформировались элементы реализации социально ответственного менеджмента:

- **виды деятельности:** постоянно вести поиск новых видов деятельности (не в ущерб, а в дополнение к основной), обеспечивающих стабильность, надежность функционирования предприятия;

- **персонал:** быть внимательным и чутким к его запросам и нуждам, способствовать повышению отдачи труда;

- **сотрудничество:** с уважением относиться к деловым партнерам, активно работать с ними, расширять сферы деловых взаимоотношений;

- **общественная ориентация предприятия** – формирование климата социальной ответственности предприятия перед обществом и людьми: интегрировать свои экономические интересы с интересами общества.

- **внешняя обстановка (среда):** всемерно содействовать формированию стабильной в экономическом и социальном плане, экологически безопасной внешней среды;