

ЛЕКЦИЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ
«КОРПОРАТИВНАЯ
СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

ТЕМА 2
КСО И КОРПОРАТИВНАЯ
КУЛЬТУРА

Учебные вопросы:

- 1. КСО и социальная система*
- 2. Социальная культура и ее влияние на КСО*
- 3. Роль индивида в организации*
- 4. Статус и роли*
- 5. Корпоративная культура и КСО*

Список литературы:

1. Благов, Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. — СПб.: СПбГУ, 2010
2. Зарецкий А. Д., Иванова Т. Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика: учебное пособие. Издание 2-е, доп. и перераб. — Краснодар: Просвещение-Юг, 2013. — 360 с.
3. Коротков Э. М., Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров. - М., Юрайт-издат, 2012 г.
4. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания. Потребители, менеджеры, СМИ и чиновники оценивают социальную роль бизнеса в России / под ред. С. Е. Литовченко. — М.: Ассоциация менеджеров, 2004.
5. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / Под общ. ред. И. Ю. Беляевой, М. А. Эскиндарова. — М.: КНОРУС, 2008.
6. Корпоративная социальная ответственность: экономические модели — мораль — успех — устойчивое развитие. Ред. и сост. А. Н. Крылов. — М.: Икар, 2013.
7. Петрунин Ю. Ю. Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы институционализации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 21. Управление (государство и общество). № 1. 2012. — С.61-68.
8. Тульчинский Г. Л. Корпоративная социальная ответственность (Социальные инвестиции, партнерство и коммуникации). — С.- Петербург, Петрополис, 2009.
9. Яровой А. И. Социальная ответственность бизнеса в Евросоюзе. Опыт для России. // Государственная служба, — 2009, № 5 (61). — С.24-27.
10. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. Под ред. С. Е. Литовченко, М. И. Корсакова. -М., 2003.

1. Понятие социальной системы

КСО реализуется в существующих социальных системах.

Социальная система – это комплекс отношений, возникающих в результате различных взаимодействий людей.

Социальная система – это информационная среда в которой осуществляется взаимодействие людей.

Внутри отдельной организации социальная система включает всех ее сотрудников и их отношения друг с другом и с окружающим миром (внешней средой).

Социальная система обладает свойствами (атрибутами): открытости, сложности и способности к самоорганизации.

Социальная система

Социальная система — это совокупность социальных явлений и процессов, которые находятся в отношениях и связи между собой и образуют некоторый социальный объект. Этот объект выступает как единство взаимосвязанных частей (элементов, компонентов, подсистем), взаимодействие которых между собой и с окружающей средой обуславливают его существование, функционирование и развитие как целого.

Любая система предполагает наличие внутренней упорядоченности и установление границ, отделяющие ее от других объектов.

Структура – обеспечивает внутренний порядок соединения элементов системы.

Окружающая среда – устанавливает внешние границы системы.

Социальная система — целостное единство, основным элементом которой являются люди, их взаимодействия, отношения и связи. Эти связи, взаимодействия и отношения носят устойчивый характер и воспроизводятся в историческом процессе на основе совместной деятельности людей,

Социальная система

В сложных взаимодействиях социальных систем выделяют два важных момента:

- 1) изменение в одной части системы оказывает влияние на все остальные ее элементы.
- 2) любая социальная система участвует во взаимодействиях с окружающей средой, получая внешние сигналы и реагируя на них своими собственными.

Т.о. социальные системы являются открытыми, взаимодействующими с внешним миром системами.

Социальное равновесие

Любая социальная система характеризуется таким понятием как **социальное равновесие**. Несмотря на постоянные изменения и движения в каждой организации, рабочее равновесие системы обычно сохраняется.

Серьезные изменения (например, замена ключевого руководителя) или ряд мелких, но быстро следующих друг за другом воздействий нередко выводят организацию из равновесия, препятствуя ее движению вперед до тех пор, пока она вновь не достигнет равновесия.

КСО – средство достижения социального равновесия.

Изменения в социальных системах

Осуществляемые в организации изменения делятся на **конструктивные** и **деструктивные**.

Конструктивные благоприятно воздействуют на функционирование системы, деструктивные наоборот.

Основная задача руководства организации (менеджера) – оценить реальные и спрогнозировать вероятные изменения в социальной системе; предугадать конструктивные и деструктивные последствия этих изменений и осуществить ответные меры.

2. Социальная культура

Социальная культура – внешняя среда, которую формируют убеждения людей, их привычки, знания и практический опыт.

Культура определяет принятое в обществе поведение и влияет на все действия человека. Умение человека ориентироваться в социальной культуре, понимание ее требований и возможных реакций обеспечивает ему чувство стабильности и безопасности.

Две составляющие социальной культуры:

1. РАБОЧАЯ ЭТИКА (трудовая этика).

В течение ряда лет труд рассматривался как деятельность, направленная на реализацию потенциальных возможностей человека. Это привело к формированию трудовой этики, когда человек относится к труду как к очень важной и желаемой жизненной цели.

Данная особенность трудовой этики делает ее весьма привлекательной для работодателей.

Две составляющие социальной культуры:

2. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА.

Любая деятельность организации сопряжена как с затратами, так и с выгодами. В последнее время общество стремится к увеличению своей доли в получаемых организациях доходах, к их более справедливому распределению.

Социальная ответственность предполагает признание того, что организации оказывают значительное влияние на социальную

3. Роль индивида в организации

Роль – это образец действий, ожидаемых от индивида при выполнении имеющей отношение к другим людям деятельности.

Роль отражает положение человека в социальной системе, его права и обязанности, его властные полномочия и ответственность.

Каждый из нас исполняет определенные роли, как в процессе труда, так и вне рабочей среды. Один и тот же человек исполняет на работе роль сотрудника, в семье – роль одного из родителей, и множество других общественных ролей.

Если восприятие индивидом своей роли не совпадает с представлениями или ожиданиями других людей, возможно возникновение ролевого конфликта, затрудняющего осуществление одного набора ожиданий без отказа от другого.

Роль индивида в организации

Если рабочая роль не определена или нечетко сформулирована, возникает ролевая неопределенность, так как индивид не знает, как он должен действовать в такой ситуации, что приводит (как и случае с ролевым конфликтом) к снижению уровня удовлетворенности трудом и чувства ответственности перед организацией. Четко обозначенные же границы ролей позволяют сотрудникам ясно осознать ожидания менеджеров и коллег по поводу их действий.

Где же работник может получить информацию о своей рабочей роли?

Кроме традиционных источников, таких как должностные инструкции и ознакомительные встречи, многие организации реализуют официальные и неформальные программы наставничества.

Роль индивида в организации

Наставник – это «модель» роли, исполнитель которой руководит другим работником (протее), делаясь с ним ценными советами относительно исполняемых ролей и стереотипов поведения.

Наставники обучают, советуют и поддерживают своих протее так, чтобы ускорить их карьеру. Наставниками обычно являются опытные сотрудники, которые успешно продвигаются по иерархической лестнице организации, пользуются влиянием и уважением коллег. Поскольку они не являются прямыми начальниками сотрудника, наставники объективны по отношению к слабым и сильным сторонам протее.

4. Статус

Статус – это социальный ранг личности в группе, это мера признания и принятия личности ее участниками.

СТАТУС РАБОТНИКА В ОРГАНИЗАЦИИ –

- 1) позиция, занимаемая работником в структуре социальных отношений в организации;
- 2) способ идентификации работника с социальной структурой организации

Статус

Иерархия статусов (система статусов)

определяет положение человека по отношению к другим участникам группы. Лишение статуса является важным событием для большинства людей, т.к. человек как бы «теряет свое лицо» в обществе.

Если менеджерам удастся связать статус работника с действиями по достижению целей компании, мотивация сотрудников, направленная на решение задач организации, резко возрастает.

Крайними проявлениями системы статусов являются **символы статуса**, т.е. видимые, внешние признаки, которые принадлежат человеку или рабочему месту и подтверждают их социальный ранг

К типичным символам статуса относятся:

- мебель и внутреннее убранство кабинета;
- расположение рабочего места;
- оборудование на рабочем месте;
- качество и «возраст» оборудования;
- тип рабочей одежды;
- привилегии;
- название должности или организационный уровень;
- прикрепленные работники;
- право распоряжаться финансами;
- членство в организациях.

Статус

Менеджеры должны иметь в виду, что различия в статусе существуют и ими необходимо управлять. Именно организация наделяет сотрудника статусом, и она же распоряжается его рангом. Источники статуса многочисленны.

К важнейшим из них относятся – уровни образования к занимаемой должности, не менее значимы – способности человека, квалификация и тип выполняемой работы.

Другими источниками статуса являются уровень оплаты, старшинство по стажу и возраст

Статус руководителя

Руководитель в этом случае перестает восприниматься как лицо, обладающее особым статусом.

Его полномочия являются лишь одной из рядоположенных функций, закрепленных формальной структурой наряду с другими, а сама его деятельность - лишь одной из разновидностей профессиональной деятельности в организации.

Такое понимание формального статуса отражает характерные для западной культуры тенденции к построению организации на принципах высокой специализации и профессионализации деятельности, а также специфический взгляд на природу власти.

5. Корпоративная культура

Корпоративная культура – это набор допущений, убеждений, ценностей и норм, которые разделяются всеми членами организации.

Корпоративная культура — это система общепринятых в организации представлений и подходов к постановке дела, к формам отношений и к достижению результатов деятельности, которые отличают данную организацию от всех других.

Культура организации может сознательно создаваться ее ведущими членами или она формируется с течением времени.

Корпоративная культура

На практике корпоративная (организационная) культура представляет собой **набор традиций, ценностей, символов, общих подходов,** мировоззрения членов организации, выдержавших испытание временем. Это в своем роде выражение индивидуальности данной компании, проявление ее отличий от других.

Корпоративная культура

С. Роббинс предлагает рассматривать корпоративную культуру на основе десяти характеристик, наиболее ценящихся в организации:

1. личная инициатива;
2. готовность работника пойти на риск;
3. направленность действий;
4. согласованность действий;
5. обеспечение свободного взаимодействия, помощи и поддержки подчиненным со стороны управленческих служб;
6. перечень правил и инструкций, применяемых для контроля и наблюдения за поведением сотрудников;
7. степень отождествления каждого сотрудника с организацией;
8. система вознаграждений;
9. готовность сотрудника открыто выражать свое мнение;
10. степень взаимодействия внутри организации, при которой взаимодействие выражено в формальной иерархии и подчиненности.

Организационная культура

Носителями организационной культуры **являются** люди.

Организационная культура бывает:

- **явная** — зафиксирована в документальной форме (правила, инструкции или нормы);
- **неявная** — отражена в сознании человека, поддерживается традициями, верой.

Выделяют организационную культуру:

- **экстравертную** — обращенную во внешний мир, когда миссия находится вне области самой организации;
- **интравертную** — обращенную внутрь самих себя.

Корпоративная культура

Цель корпоративной культуры — помочь людям более продуктивно работать, получать удовлетворение от труда. Если человек находится в чуждой для него корпоративной культуре, его деятельность сковывается, ограничивается. И наоборот, при соответствии организационной культуры фирмы и ценностных установок работника деятельность последнего активизируется, соответственно увеличивается эффективность.

Таким образом, можно добиться получения **синергетического эффекта**.

Атрибуты корпоративной культуры предприятия:

Традиции и обычаи (собираться по праздникам), уровень сотрудничества работников. Так, в некоторых организациях, особенно в бюджетных учреждениях, есть традиция отмечать праздники совместно, с поездками и экскурсиями. Сюда также можно отнести кадровую политику, систему мотивации и вознаграждений. В России в нефтяных компаниях распространена практика найма работников не на общих основаниях, как говорят, «с улицы», а по закрытым каналам на основании рекомендаций, связей и т. п.

Ценности — это ценностные ориентации. Какое поведение сотрудников можно считать допустимым, как строятся отношения с коллегами и начальством — все это несет организационная культура. Утверждение «Клиент всегда прав», принимаемое за правило при работе с партнерами, влияет на качество обслуживания. Это отношение ощущается всеми нами при очередных покупках, осуществляемых в магазинах.

Атрибуты корпоративной культуры предприятия:

Стиль руководства - авторитарный и демократический. Например, для государственных учреждений, компаний, основанных и контролируемых полностью одним лицом (собственником), характерен более авторитарный стиль, для которого присущи низкое делегирование полномочий, единоначалие и диктат в принятии решений.

Как раз таким стилем руководства обладал Генри Форд, который основал свою автомобильную компанию в начале XX века (1903).

Напротив, Альфред Слоан, управляющий General Motors, был назначен на эту должность не в самые легкие времена для компании, когда на автомобильном рынке монополистом был Форд. Благодаря своей гибкости и демократизации управления, Слоан вывел General Motors в лидеры автомобильного рынка США к

Атрибуты корпоративной культуры предприятия:

Символика — через нее осуществляется передача ценностей компании широкому кругу лиц. Сюда относятся фирменный стиль, логотип, торговый знак, слоган (девиз), цветовое решение в рекламе.

Деловой этикет. Многие компании обязывают придерживаться сотрудников определенного стиля одежды. График работы, а также его соблюдение индивидуальны для каждой организации. Вас могут уволить при опоздании на 5 минут из Макдоналдса, но даже не вынести замечания, если вы сотрудник компании системного интегратора.

Функции, выполняемые корпоративной культурой

1. **Охранная** функция состоит в создании барьера, ограждающего организацию от нежелательных внешних воздействий.
2. **Интегрирующая** функция — усиливает систему социальной стабильности в организации. Организационная культура — своего рода социальный клей, который помогает сплачивать организацию, обеспечивая присущие для нее стандарты поведения;
3. **Регулирующая** функция — является средством, с помощью которого формируются и контролируются формы поведения и восприятия, целесообразные с точки зрения данной организации
4. **Адаптивная** функция выражается в чувстве общности всех членов организации
5. **Ориентирующая** функция культуры направляет деятельность организации и ее участников в необходимое русло.
6. **Мотивационная** функция- усиливает вовлеченность в дела организации и преданность ей;
7. **Функция имиджа** организации, формирует определенный имидж организации, отличающий ее от любой другой.

Выводы:

Таким образом, социальная ответственность бизнеса может и должна стать площадкой для плодотворного сотрудничества между бизнесом и обществом властью. Однако это длительный процесс, протекающий нелегко даже в развитых и благополучных экономиках.

1. Формирование социально ответственного поведения в предпринимательской среде возможно без формирования новой корпоративной культуры.
2. На практике корпоративная (организационная) культура представляет собой набор традиций, ценностей, символов, общих подходов, мировоззрения членов организации, выдержавших испытание временем.
3. Для формирования новой корпоративной культуры бизнеса государство должно создать ряд условий:
 - а) гарантированные права собственности и безопасности ведения бизнеса;
 - б) создать независимую судебную систему;
 - в) установить прозрачные законодательные рамки для ведения социальной деятельности;
 - г) выстроить приоритеты социальной ответственности и др.