

Кривошеева Теона Давидовна



Социальная ответственность бизнеса

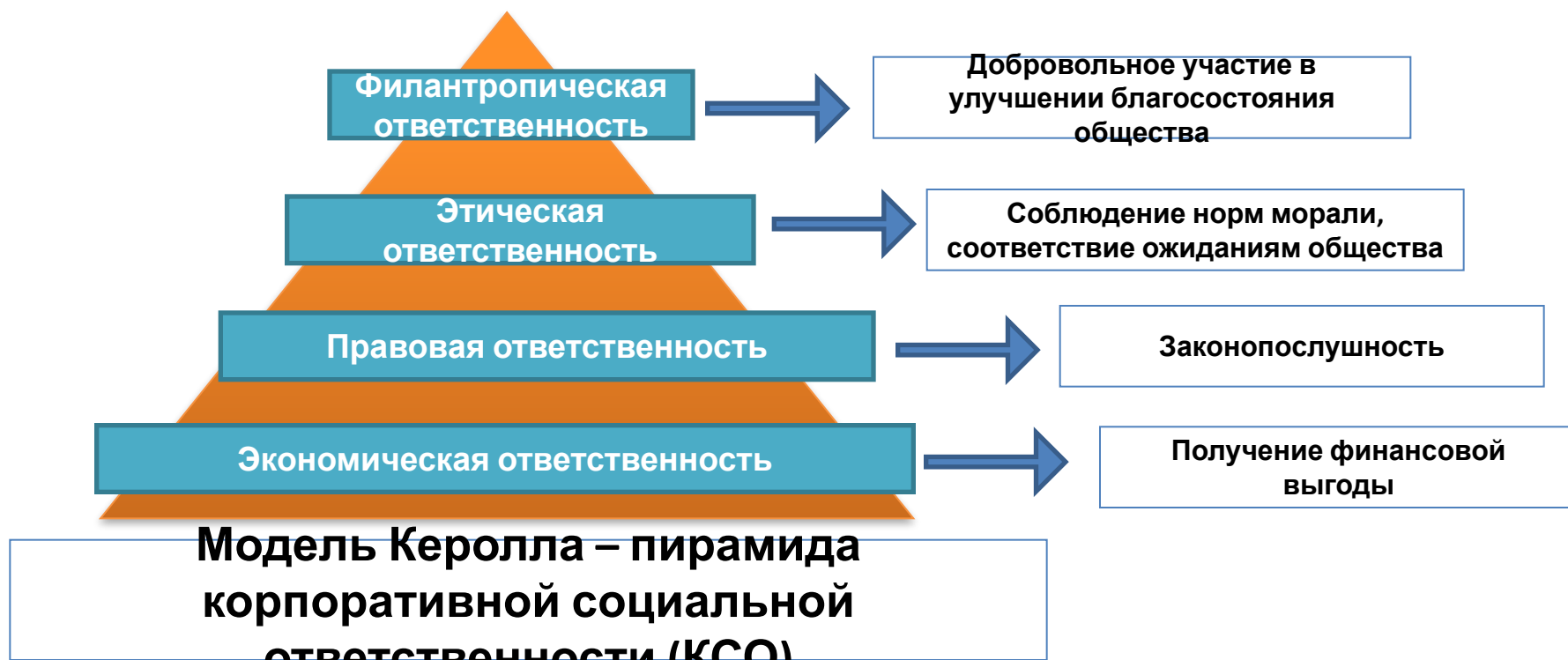
21 декабря 2015 г.

По *сферам ответственности* можно выделить:

- юридическую ответственность — необходимость следования конкретным законам и нормам государственного регулирования, очерчивая четкие границы возможных действий. Этот вид ответственности также подразделяется на дисциплинарную, административную, гражданскую и уголовную;
 - социальную ответственность — отклик на социальные проблемы в соответствии с социальными нормами и ценностями, моральными обязанностями (в первую очередь подразумевается учет социальных интересов сотрудников и местного сообщества);
 - экологическую — учет влияния деятельности компании на экосистему и биосферу;
 - производственную — ответственность за требуемые параметры качества продукции, условия, сроки и безопасность производства и прочие производственные аспекты;
-

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Под *корпоративной социальной ответственностью* подразумевается концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта или услуги, добровольно принимает на себя дополнительные обязательства перед обществом и собственным персоналом следовать высоким стандартам поведения в соответствии с этическими нормами, инвестировать в устойчивое развитие общества в местах его оперирования.



Социальная ответственность бизнеса

Внутренняя

Безопасность труда.
Стабильность заработной платы.
Поддержка социально значимой заработной платы.
Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников.
Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации.
Оказание помощи работникам в *критических ситуациях*

На микроуровне

Внешняя

Спонсорство и корпоративная благотворительность.
Содействие охране окружающей среды.
Взаимодействие с местным сообществом и местной властью.
Готовность участвовать в кризисных ситуациях.
Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

На макроуровне



3 КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ



ТЕОРИИ, ОБЪЯСНЯЮЩИЕ СВЯЗ КСО И ПРИБЫЛИ

<i>Название теории</i>	<i>Содержание</i>
Теории стейкхолдеров, социального воздействия ²	Обосновывают стратегическую значимость общественных ожиданий и предлагают многокритериальную модель улучшения конкурентного профиля предприятия, максимизирующую финансовую эффективность методом балансирования целей предприятия и его заинтересованных социальных групп
Сигнальная/ репутационная теория ³	КСО создает для предприятия репутационное поле, которое для широкого круга инвесторов в среднесрочной перспективе служит гарантией защищенности инвестиций и снижает остроту проблемы информационной асимметрии
Теория оппортунизма менеджмента ⁴	КСО представляется психологическим инструментом поддержания стабильности. В случае высокой финансовой результативности предприятие свертывает социальные проекты и их ресурсы использует для повышения своих краткосрочных выгод. В ситуации ухудшения финансового состояния выделяются дополнительные средства на социальные расходы, которые маскируют просчеты менеджмента
Теория недостаточности ресурсов ⁵	Интерпретирует причинно-следственную связь между социальной ответственностью и финансовой эффективностью: при повышении социальной ответственности увеличиваются свободные денежные средства, которые предприятие тратит на различные репутационные проекты

<i>Понятие</i>	<i>Вид социальной ответственности</i>	
	<i>на макроуровне</i>	<i>на микроуровне</i>
Социальные общности и их интересы, связанные с менеджментом	Перед человечеством (экологическая), страной, ее народом (патриотическая) и правителями (политическая), обществами и сообществами	Перед потребителями, собственниками, деловыми партнерами, работниками, коллегами (профессиональная)
Социальные процессы, обусловленные менеджментом	За состояние конкурентного порядка на рынке, уровень делового доверия, поддержание баланса интересов, сохранение национальной самобытности, предотвращение преступности	За качество продукции и обслуживания, экономное расходование полезных ресурсов, отбор персонала, создание достойных условий труда, возможность развития творческих способностей и их применения
Свойства социальных отношений в менеджменте и обусловленных им	За ценностные ориентиры экономики, рыночную стабильность, нарушение индивидуальных прав, социальное расслоение по уровню дохода, усиление мобильности, возможность и способы коммуникаций	За философию управления, соответствие делового поведения социальной роли, сплоченность трудового коллектива, профессионализм работников, конфликтность интересов, возможность самореализации (служить ближним своими талантами), трудолюбие, честность деловой информации

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

<p>Социальные институты, регулирующие отношения в менеджменте</p>	<p>За деятельность общественных организаций, профессиональных союзов и объединений, ассоциаций товаропроизводителей; развитие социального партнерства и этико-правового сотрудничества; использование услуг Интернета, образования, здравоохранения, культуры</p>	<p>За укрепление института семьи, использование духовных ресурсов, надежность защиты авторских прав на интеллектуальную собственность</p>
<p>Социальные результаты менеджмента</p>	<p>За престиж страны в мире, состояние экологии, инновационную активность экономики, уровень занятости населения; возможности удовлетворения потребностей, особенно в социальных благах, выбора (свободы)</p>	<p>За эффективность труда и здоровье работников, их образ жизни, уровень профессиональных знаний</p>

Под *благотворительной деятельностью* понимается добровольная деятельность компаний по безвозмездной или на льготных условиях передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки³. Перечень форм благотворительности довольно широк: выделение денежных средств, передача товаров, предоставление услуг и собственного труда, включая предоставление льгот, и др.

Важно различать понятия «благотворительность» и «спонсорство». *Спонсор* — лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности⁴. Ключевое различие этих понятий заключается в том, что спонсорство связано не с пожертвованием, а с вложением средств в целях их возмещения с неким эффектом.



Меценатство — это «культурное спонсорство» покровительство, материальная поддержка (в некоторых источниках считается разновидностью благотворительности) известных творческих личностей, престижных организаций и коллективов в сфере искусства и культуры, поддержка музеев, библиотек, различных конкурсов молодых талантов и оставшихся без средств пожилых людей. Меценатами могут становиться не только видные бизнесмены, но и губернаторы, мэры городов, президенты и их родственники¹.

Филантропия представляет собой бескорыстную деятельность, организованную и по преимуществу безличностную, которая осуществляется по плану и/или по определенным программам².

