

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

О.П. Маслова¹

ФГБОУ ВПО «Самарский государственный технический университет»
443100, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244
E-mail: ol-mas108@yandex.ru

Рассматривается возрастающая роль корпоративной социальной ответственности в условиях развитой рыночной экономики. Описываются источники социальной ответственности бизнеса, механизмы ее проявления. Выявляются причины слабой активности организаций в этой сфере.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, эффективное отношение к обязанностям, источники ответственности, конкурентное преимущество.

В условиях рыночной экономики чрезвычайно большое значение приобретает социальная ответственность бизнеса. Она должна проявляться в принципах менеджмента и являться фактором его эффективности. Только в этом случае рыночная экономика может быть действительно социально ориентированной.

Реализация социальной ответственности возможна лишь тогда, когда она не просто декларируется, но входит в организацию менеджмента как мотивационный и ограничительный фактор, как средство достижения успеха и критерий оценки бизнеса.

Ответственность, как и многие другие категории, можно определить различным образом, акцентируя внимание на тех или иных факторах ее проявления и роли в деятельности человека. Ответственность – это организационное положение, обеспечивающее дисциплинированность и максимально эффективное отношение человека к его обязанностям. Именно поэтому ответственность является средством управления, одним из рычагов воздействия на деятельность человека и коллектива в целом. Устанавливая определенные меры и виды ответственности, ее контролирования, менеджер воздействует на деятельность человека и коллектива, ограничивая их общими интересами, ценностями и необходимостью учета существующих условий.

Полезно задуматься над тем, из каких факторов деятельности человека происходит необходимость ответственности, как формируется потребность в ответственности и ее содержание. Ответственность перед собой возникает из интересов человека и возможностей предвидения последствий его деятельности. В какой мере эти последствия соответствуют интересам человека? Здесь определенную роль играет и система ценностей. Те интересы, которые имеют исключительную и очень важную для человека ценность, определяют и повышенную ответственность в его деятельности, да и в поведении вообще.

Так или иначе, но формирование ответственности зависит от возможностей и даже искусства предвидеть последствия деятельности и оценивать их по существующей системе ценностей.

А от чего зависят предвидение и оценка? Здесь действует множество факторов. Опыт, интуиция, аналитические способности. Но, пожалуй, главным фактором является общий

уровень образования человека и профессионализм. Чем выше образовательный уровень работника, тем больше возможности проявления его ответственного отношения к работе и понимания системы ответственности. Конечно, к этому следует добавить и проявление чувства долга – особого качества личности.

При самом простом наблюдении за функционированием системы менеджмента нетрудно увидеть, что понимание ответственности и ее реализация в значительной степени зависят от комплекса интересов и ценностей человека. При этом надо иметь в виду, что интересы и ценности присущи не только отдельному человеку, но и целым коллективам и даже отдельным организациям.

В каждой организации могут господствовать и быть определяющими в ее функционировании те или иные интересы и ценности. Они проявляются в приоритетах, деловых и неделовых отношениях между людьми, в выделении главного и второстепенного.

Система интересов и ценностей не может не накладывать отпечаток на систему ответственности как в формальном ее существовании, так и в неформальном проявлении, поэтому при построении системы ответственности надо учитывать господствующие в организации интересы и ценности. А для этого их надо знать, исследовать и видеть динамику изменений. Это одна из важнейших задач менеджмента. Ее можно реализовать посредством социометрического анализа, тестирования, целенаправленного наблюдения, изучения организационной документации. Интересы и ценности – это также один из источников формирования ответственности, определяющий все ее характеристики.

Еще одним источником является образование. Чем выше образовательный уровень человека, тем больше вероятность объективного понимания им событий окружающей среды, видения последствий изменений в ней, оценки ее характера и особенностей. Разве может это не влиять на проявление ответственности?

Но не только уровень образования определяет отношение человека к ответственности за определенные виды его деятельности. Образование даже достаточно высокого уровня тоже может быть различным: техническим, экономическим, гуманитарным и пр. Понимание ответственности не всегда укладывается в характер образования. Человек узкотехнического образования не всегда достаточно адекватно может оценить, скажем, экономические или социальные явления. И наоборот.

Проблема ответственности предъявляет свои требования к построению системы образования, корректированию образования в процессах должностного роста человека.

Образование – очень чувствительный фактор общего повышения уровня ответственности в организации и в обществе в целом.

Одной из важнейших характеристик каждого человека является обладание чувством долга. Это одна из категорий этики, которая находит свое выражение в любой деятельности человека.

Чувство долга имеет прямое отношение к проявлению ответственности. Ведь даже понимание ответственности не всегда находит свое отражение в ее реализации. Иногда можно наблюдать стремление к минимизации тем или иным способом ответственности или стремление избежать ответственности, находя для этого объективные или псевдообъективные причины.

Чувство долга, если оно достаточно развито, не позволяет уходить от ответственности. Это позиция человека относительно ответственности за свое дело, свои функции, свою работу. И это также касается не только отдельной личности. Можно рассматривать

обобщенное проявление чувства долга в организации. Оно характеризует состав персонала, является одной из характеристик человеческого капитала организации.

Развитие рыночных отношений в России приводит к изменению соотношения экономических сил в национальной экономике. Глобализация экономики привела в движение процесс передачи власти от производителей, которые изготавливают товары, к клиентам, которые покупают эти товары и пользуются ими. Это подразумевает взгляд на вещи с точки зрения клиента, причем во всех видах деятельности, в том числе исследовательской, инженерной, производственной и финансовой, а также в деятельности по продажам и маркетингу. Опыт показывает, что компании, которые тратят время и деньги на определение того, что хотят покупатели, а также на обеспечение качества, надежности товаров и послепродажных услуг, работают со значительно большей выгодой для себя. Компании с успешными программами по обеспечению высокого качества располагают 10%-ным преимуществом перед конкурентами в отношении затрат. Меньшее количество дефектов означает: меньше переделок и напрасно потраченного времени руководителей, меньше затрат и более высокое число клиентов, которые становятся постоянными. Компании, являющиеся лидерами качественного управления, имеют также более высокие темпы роста по сравнению с компаниями, придающими меньшее значение этому аспекту своего бизнеса. Более высокое качество продукции (товаров, работ, услуг) тесно соотносится с долей, занимаемой компанией в рынке, а также с окупаемостью инвестиций. Это подразумевает также высококачественные отношения с клиентами.

Сейчас во всем мире широко признано, что любая крупная компания несет ответственность перед обществом, в котором она функционирует. А потому ее первая обязанность и конкурентное преимущество – оставаться мощной, эффективной и культурной на благо сотрудников, акционеров и клиентов, внося одновременно ощутимый вклад в экономику и благосостояние страны. Неотъемлемой частью корпоративной культуры становится формирование образа «компания-гражданина», выполняющей предписанные ей социальные обязанности и заботящейся о принесении возможно большей пользы всему обществу (corporate citizenship – «корпоративное гражданство»). Корпоративное гражданство определяет неразрывность общих экономических принципов существования компании и ее социальной ответственности перед окружающей социальной средой.

Таким образом, несмотря на относительно небольшой вклад российских корпораций в социальное развитие общества, важно, что эти затраты признаются весьма выгодными социальными инвестициями предприятий. Бизнес (коммерческая деятельность) представляется как форма социального взаимодействия, которая направлена на организацию социальной системы, обеспечивающей генерацию заданного ресурсного потока.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Аверин А.Н.* Социальное партнерство и его основные виды // Социальная политика и социальное партнерство. – 2011. – № 3.
2. *Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г.* Этика деловых отношений. – М.: ИНФРА-М, 2012.
3. *Толстоногов А.А.* Исследование экономической эффективности вновь введенных производственных объектов (на примере инвестиционных проектов, реализованных в нефтеперерабатывающей промышленности): дис. ... канд. экон. наук: Самар. гос. тех. ун-т. – Самара, 2005.

4. Угурчиева Р.О. Социальная ответственность в управлении коммерческой организацией (на примере Республики Ингушетия): автореф. дис. ... канд. экон. наук: Гос. ун-т упр. – М., 2009.
5. Социальная ответственность бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.soc-otvet.ru

Поступила в редакцию 12/XI/2014;
в окончательном варианте – 22/XI/2014

UDC 334.012.23:316

THE ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN MODERN ORGANIZATIONS

O.P. Maslova

Samara State Technical University
244, Molodogvardeyskaya st., Samara, 443100

The article is devoted to the increasing role of corporate social responsibility in the context of a developed market economy. Sources of social responsibility of business, the mechanisms of its manifestations are described. Causes of the weak activity of the organizations in this field are identified.

Keywords: *corporate social responsibility, effective attitude to responsibilities, sources of responsibility, competitive advantage.*

Original article submitted 12/XI/2014;
revision submitted – 22/XI/2014
