



## Содержание

Введение	3
1. Понятие, сущность и виды менеджмента	5
2. Понятие корпоративной социальной ответственности	8
3. Направления, уровни и механизмы социальной ответственности	10
4. Причины корпоративной социальной ответственности менеджера	13
Заключение	16
Список использованных источников	17

## Введение

Переход к рыночной экономике в России потребовал глубоких реформ в области социального обеспечения и социальной защиты населения на всех уровнях управления в соответствии с сформулированными и закрепленными в Конституции Российской Федерации новыми принципами формирования социально ориентированной рыночной экономики. Российская Федерация — демократическое, правовое и социальное государство. Это означает, что в нашей стране социальные права граждан в системе национальной экономики, ее отдельных секторах являются наивысшей ценностью.

Важнейшие из социальных прав человека включают право на жизнь, на социальное обеспечение, занятость, на защиту от безработицы, поддержку семьи, материнства, отцовства и детства, образование, медицинскую и социальную помощь, на благоприятную окружающую среду. Государство обязано не только гарантировать, но и защищать эти права.

Становление на предприятиях новой модели социального обеспечения наемных работников и членов их семей должно обеспечивать соблюдение принципов общественной солидарности и социальной справедливости, преемственность в социальной политике. При этом должен быть учтен опыт развитых стран по формированию системы социальной защиты и социального обеспечения наемных работников предприятий, корпоративной социальной ответственности. Такой подход позволит избежать серьезных ошибок в социальном развитии предприятий России.

Корпоративная социальная ответственность - является относительно новым понятием для российской действительности. В последние годы отечественные предприятия стали активно заявлять о формировании новых социальных стратегий, основная цель которых состоит не только в наращивании прибыли, но и в разработке определенных подходов к взаимодействию с обществом, партнерами, государством.

Для того, чтобы организации несли социальную ответственность, отвечали перед обществом, необходимы традиции, а также активная гражданская позиция общества, показывающего недостатки деятельности организации и озвучивающего свои ожидания.

Всем известно, что социальные ожидания в отношении бизнеса с годами менялись, а эти изменения, в свою очередь, внесли вклад в представление общества о роли бизнеса.

Руководитель должен обеспечивать организационную сторону процесса делегирования полномочий, например, первоочередным предоставлением необходимых ресурсов, информации, своевременностью выдачи заданий, оказанием помощи в трудных ситуациях. В его обязанности также входит активизация исполнителей и защита предоставленных им полномочий от любителей их нарушать.

Цель работы – изучить корпоративную социальную ответственность менеджера и организации перед обществом.

Задачи исследования:

- Понятие и сущность менеджмент.
- Понятие корпоративной социальной ответственности в работе организации.
- Причины возникновения социальной ответственности менеджера в организации.

Объектом исследования является социальная ответственность менеджера.

Предметом исследования является сущность корпоративной социальной ответственности, ее происхождение и действие в настоящее время.

## 1. Понятие, сущность и виды менеджмента

Само понятие «менеджмент» возникло в начале 20 века в американской среде бизнеса. Связано это как с «революцией менеджеров», в результате которой появились корпорации-гиганты, нуждающиеся в управлении экономическим, производственным, научно-техническим потенциалом, а менеджмент превратился в самостоятельную профессию, науку, дисциплину и область знаний, так и с возникновением большого количества предприятий малого бизнеса, также нуждающихся в управлении по причине своей низкой конкурентоспособности.

Концептуальный взгляд на теорию менеджмента предполагает выработку общего представления о сущности и содержании менеджмента как специфичного вида человеческой деятельности. Существует множество подходов к определению понятий «менеджмент» и «управление». В западной практике выделяют различия между данными понятиями; в российской их расценивают как синонимы. Рассмотрим это более подробно.

Если рассматривать практику западных стран, то термин «управление» имеет более широкий смысл по сравнению с термином «менеджмент». Т.е. управление — это управление «в общем» (администрирование; или обезличенное управление). Применяя термин «менеджмент», предполагается, что имеется в виду управление конкретными людьми в конкретной организации.

В российской практике менеджмент и управление в специальной управленческой литературе рассматриваются практически с одних и тех же позиций. При этом принято говорить о «менеджменте», если деятельность фирмы преимущественно направлена на коммерцию, бизнес, в противном случае более верным является оперирование термином «управление».

Понятие об управлении как искусстве, т.е. способности эффективно применять накопленный опыт на практике, сложилось еще в древности, во

время зарождения письменности в древнем Шумере, и, как следствие, образование особого слоя «жрецов-бизнесменов», успешно осуществлявших торговые и религиозно-коммерческие операции. Искусство управления накапливалось в течение всей истории развития человечества, это касается как общего менеджмента, так и накопления опыта в области управления государственными делами и бизнесом.

Таким образом, в настоящее время можно говорить о менеджменте, как:

1) об умении добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей.

2) о виде профессиональной деятельности, направленном на оптимизацию человеческих, материальных и финансовых ресурсов для достижения целей организации.

3) о системе научных знаний, рекомендаций, основанных на практике управления.

4) о науке + опыте, приумноженных управленческим искусством.

В данном контексте говорят о менеджменте как процессе. Кроме того, с современных позиций целесообразно рассматривать менеджмент и как деятельность по реализации функций управления (в части планирования, организации, мотивации, координации и контроля).

Менеджмент охватывает все сферы деятельности организации. Вместе с тем можно четко определить границы деятельности, которая составляет содержание менеджмента. Поэтому выделяются отдельные виды менеджмента:

- **Производственный** — система обеспечения конкурентоспособности выпускаемого товара на конкретном рынке. Включает вопросы построения производственных и организационных структур, выбора организационно-правовой формы управления производством, сбыта и фирменного обслуживания товара.

дежности и эффективности управления финансами. Включает формирование и планирование финансовых показателей с соблюдением

научных подходов и принципов менеджмента, баланса доходов и расходов, показателей эффективности использования ресурсов, рентабельности работы и товаров.

- **Инновационный** — система управления инвестициями, вкладываемыми собственниками в развитие всех видов инноваций. Включает построение организационных структур, выбор направлений инноваций, оптимизацию инвестиций, разные аспекты управления персоналом в период перемен.

- **Торговый** — процесс управления основными аспектами деятельности торгового предприятия. Призван формировать наиболее рациональные управленческие решения по вопросам развития конкретного торгового предприятия, координировать различные направления его деятельности и обеспечивать высокую эффективность конечных результатов этой деятельности.

Другие виды менеджмента: менеджмент социальной сферы, банковский, налоговый, организационный, международный.

Управление и менеджмент не идентичные понятия. Термин “управление” используется в социально-экономических, технических, биологический и других системах.

Менеджмент лишь одна из форм управления — управление социально-экономическими процессами посредством и в рамках организации, акционерных обществ.

Менеджмент и управление различаются и объектом воздействия. Так, в менеджменте объектом являются люди, а в управлении объектом могут быть производственные, товарно-материальные и иные ресурсы, производственные, торгово-технологические процессы.

Таким образом, в узком смысле под менеджментом следует понимать искусство добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей. В более широком значении – это деятельность, направленная на планирование, организацию и эффективное

использование трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов; а также совокупность принципов, методов и форм управления, используемых с целью повышения эффективности работы организации и увеличения прибыли.

## 2. Понятие корпоративной социальной ответственности

В последнее время вопросам корпоративной социальной ответственности уделяется все больше внимания, как в обществе, так и в бизнес-среде. Это не случайно, поскольку социальная составляющая становится более важной как для общества, так и для организаций.

В современных экономических условиях одним из эффективных механизмов повышения инвестиционной привлекательности бизнеса, конкурентоспособности компании, лояльности государства и общества в целом является социально ответственное поведение предприятия.

Термин “корпоративная социальная ответственность” уходит своими корнями в учения Г. Боуэна, Г. Л. Ганта, Р. Оуэна, Г. Форда, Р. Коуза и других авторов.

Так, в 50-е годы XX века Говард Боуэн (Howard R. Bowen) впервые затронул данную проблематику в своей книге “Социальная ответственность бизнесмена”, отметив необходимость включения ряда социальных вопросов в сферу ответственности бизнеса. Дальнейшее интенсивное экономическое развитие стран, укрепление рыночных отношений и рост влияния бизнеса на общество в целом существенно увеличили интерес к вопросу ответственности бизнеса, его места и роли в социально-экономической жизни социума.

Существенный вклад в развитие категории КСО привнесли такие авторы, как К. Дэвис, В. Фредерик, Р. Бломстром, Дж. Макгуир, С. Сэти, П. Друкер, А. Кэрролл и др. Но именно подход Арчи Кэрролла (Archie B. Carroll) получил широкий резонанс в силу придания логической

последовательности концепциям предшественников, определил формы современных экономических исследований в области КСО.

Согласно традиционному (узкоэкономическому) подходу к пониманию проблем социальной ответственности бизнеса, сформулированному Милтоном Фридманом (Milton Friedman), компании берут на себя социальную ответственность исключительно ради увеличения собственной прибыли, действуя при этом в рамках законодательства и соблюдая правила ведения бизнеса. В рамках этого представления акцентируется внимание на том, что вопросы развития общества могут пагубно влиять на конкуренцию, экономическую свободу и рыночную экономику. Сторонники традиционного подхода выдвигают достаточно аргументов против широкой социальной ответственности.

Современная концепция корпоративной социальной ответственности, распространенная на Западе, показывает стремление компаний добровольно и самостоятельно решать наиболее насущные проблемы общества. Например, Европейская комиссия дает такое определение КСО: “Корпоративная социальная ответственность является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды”. Данное определение КСО подчеркивает добровольный характер проводимых компаниями общественно ориентированных мероприятий.

В России понятие корпоративной социальной ответственности появилось сравнительно недавно. В 1990-е годы социальная ответственность бизнеса проявлялась в рамках традиционной благотворительности и поддержки социальных учреждений крупными предприятиями. В начале XXI века, вслед за выходом российского бизнеса на международный рынок, широкое распространение получили социальные программы и проекты. Вскоре социальная ответственность стала стратегическим направлением развития бизнеса корпораций сырьевого сектора экономики России.

Ассоциация менеджеров России в одном из своих ранних определений отметила: “социальная ответственность бизнеса — это добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума”. В одном из последних своих исследований Ассоциация менеджеров трактует корпоративную социальную ответственность как философию поведения и концепцию выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития.

Таким образом, в общем виде корпоративная социальная ответственность (КСО) — это система последовательных экономических, экологических и социальных мероприятий компании, реализуемых на основе постоянного взаимодействия с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами) и направленных на снижение нефинансовых рисков, долгосрочное улучшение имиджа и деловой репутации компании, а также на рост капитализации и конкурентоспособности, обеспечивающих прибыльность и устойчивое развитие предприятия.

### 3. Направления, уровни и механизмы социальной ответственности

В целом же социальная ответственность сегодня связывается с целенаправленными действиями по формированию ответственной практики, ориентированной на учет социальных интересов сторон. Она строится на деятельности корпоративного менеджмента по выстраиванию взаимных отношений с потребителями, работниками, органами государственной власти, социальными организациями и другими заинтересованными сторонами. Такая деятельность ориентируется на потребности, ценности и цели макро- и микросообщества.

Иными словами, корпоративная социальная ответственность представляет собой вид социально ориентированной деятельности, в котором основным субъектом управления выступает корпорация в лице ее менеджмента. Это вклад компании в развитие общества и ее социально значимых сфер, направленный на их качественно-количественное улучшение.

Ассоциацией российских менеджеров рассматриваются три приоритетных направления в корпоративной социальной ответственности:

- производство качественных товаров и услуг, уплата налогов и создание современных рабочих мест;

- выход за установленные законодательством рамки, проведение внутренних и внешних социальных программ согласно стратегии социального развития;

- ориентир на общественные ожидания в отношении своей продукции, а также формирование высоких общественных стандартов.

Ответственность компании перед обществом делает ее более жизнеспособной. В то же время благосостояние общества зависит от социально-экономической устойчивости компании, от того насколько полно соблюдаются интересы бизнеса. С другой стороны – ответственность руководства компании перед работниками делает ее более стабильной и устойчивой как в экономическом, так и в социальном плане.

Среди уровней социальной ответственности бизнеса можно выделить несколько, так в частности:

Локальный уровень – разработка социальных пакетов и программ для персонала, развитие социальной инфраструктуры, разработка и реализация планов социально-экономического развития предприятия, участие в колдоговорной кампании и т. д.

Региональный уровень – разработка и реализация программ регионального развития, создание фондов развития, развитие социальных коммуникаций и т. д.

Федеральный уровень – координация усилий по взаимодействию социальных партнеров, развитие институтов гражданского общества, проведение общественной экспертизы, развитие переговорной практики между субъектами социального партнерства.

Компании в своей деятельности ориентируются на различные механизмы ответственности. Так, в зависимости от исследуемых направлений деятельности можно выделить следующие механизмы ответственности:

- нормативно-правовая ответственность;
- экономическая ответственность;
- социальная ответственность;
- политическая ответственность и др.

Нормативно-правовая ответственность ориентируется на поддержание баланса интересов сторон: акционеров, менеджеров, наемных работников. Нормативно-правовая ответственность предполагает разделение по отраслям права (гражданского, трудового, налогового права и др.). Кроме того, в зависимости от субъекта права можно также выделить различные виды ответственности:

- имущественную ответственность;
- ответственность за товары и услуги;
- ответственность за рабочее место; и ответственность перед населением;
- ответственность перед государством.

В системе корпоративного управления особый акцент делается на индивидуальную и групповую ответственность. Индивидуальную ответственность несут управляющие и менеджеры, так как они действуют в рамках исполнения своих должностных обязанностей индивидуально. Солидарная ответственность как вид групповой ответственности устанавливается в отношении совета директоров, как коллегиального органа, за понесенные компанией убытки. Ответственность может возникать

вследствие: ущерба, причиненного акционерам из-за обвала акций компаний; продажи незарегистрированных ценных бумаг компании; использования мошеннических схем привлечения акций.

Экономическая ответственность предполагает устанавливающий порядок образования и использования материальных ресурсов, предназначенных для обеспечения мероприятий, которые берет на себя корпоративный менеджмент, а также деятельность структур, осуществляющих эти функции. Данный механизм регулирует вопросы финансово-экономического обеспечения реализуемых мероприятий.

Социальная ответственность осуществляется руководством компании в отношении персонала по следующим направлениям: питание, жилье, спорт, здравоохранение, социальная защита, досуг, культура. Результат проводимых мероприятий фиксируется в виде: повышение производительности труда, снижение социальной напряженности, сокращение текучести кадров, улучшение социально-психологического климата, повышение уровня социальной защищенности работников.

Складывающиеся в рамках социальной ответственности взаимоотношения администрации и работников ориентируются на обеспечение необходимого уровня и качества жизни.

Наконец, политическая ответственность предполагает принятие органами государственной власти взвешенных и обоснованных решений, которые ориентируются на развитие социума, уменьшение социальной напряженности и повышение социальной активности граждан.

#### 4. Причины корпоративной социальной ответственности менеджера

В наше время руководитель не в силах в одиночку решать все возникающие управленческие проблемы, даже непосредственно входящие в круг его служебных обязанностей, поскольку их слишком много, они

разнообразны и специфичны, а его знания, опыт и имеющийся запас времени ограничены.

Тем самым, сохраняя за собой выработку стратегии, контроль и общее управление, он передает решение менее значительных проблем подчиненным, обладающим необходимыми знаниями, опытом, заинтересованностью принять участие в управлении. В результате в рамках управленческой структуры происходит расщепление и рациональное перераспределение полномочий, обязанностей и ответственности между ее субъектами.

Делегированию полномочий предшествует значительная подготовительная работа, которую должен осуществлять руководитель. Она состоит в определении того, для чего, кому, каким образом делегировать полномочия, какие выгоды для него, самих подчиненных и организации в целом при этом могут быть получены и какие препятствия могут возникнуть. Но общий подход состоит в том, что делегировать полномочия нужно всегда максимальному количеству сотрудников, находящихся на самых низких этапах управленческой структуры, где на практике реализуются принимаемые решения.

Процесс делегирования начинается с классификации стоящих перед организацией или подразделением проблем составления перечня полномочий, которые могут быть реально делегированы, выгод и риска, связанных с этим, характера, способностей и моральных качеств подчиненных.

Для решения вопроса о делегировании зарубежные специалисты в области управления рекомендуют использовать так называемую матрицу Эйзенхауэра, которая в значительной степени облегчает руководителю ориентировку в ситуации.

Многие руководители настолько загружены текущими делами, что у них попросту нет времени для постановки задач подчиненным и контроля за их решением, но, даже если время есть, не все понимают важность этой

проблемы и умеют правильно определить объект для делегирования. Некоторые руководители не верят в способности подчиненных, опасаются нести ответственность за их возможные неудачи или просто нет желания расставаться с любимым делом, которому отдали многие годы. Наконец, есть руководители, которые боятся подчиненных и конфликтов с ними, а поэтому не рискуют предлагать им дополнительные обязанности.

Подчиненные, в свою очередь, уклоняются от принятия полномочий по таким причинам, как нежелание самостоятельно работать вследствие нехватки знаний и умений в данном вопросе; отсутствие веры в себя и страх ответственности за ошибки; перегрузка другими обязанностями; нехватка информации, ограничивающая реальную возможность что-то сделать; формальный подход к делу со стороны руководителей, часто имеющий следствием, так называемое фиктивное делегирование, то есть передачу подчиненному тех полномочий, которые он давно уже имеет.

Эффективность процесса делегирования полномочий во многом определяется разумным сочетанием интересов организации (подразделения), руководителя и исполнителя.

Интересы организации учитываются путем соблюдения существующих в ней традиций, принятых стандартов деятельности, исключения возможности злоупотребления полученными полномочиями. Интересы руководителей и исполнителей обеспечиваются гармоничным распределением обязанностей и ответственности между ними, а также своевременным вознаграждением.

Руководитель должен обеспечивать организационную сторону процесса делегирования полномочий, например, первоочередным предоставлением необходимых ресурсов, информации, своевременностью выдачи заданий, оказанием помощи в трудных ситуациях. В его обязанности также входит активизация исполнителей и защита предоставленных им полномочий от любителей их нарушать.

## Заключение

Социальная ответственность - обязательства организации приносить пользу обществу через использование прибылей от частного бизнеса.

Социальная ответственность менеджера (менеджмента) предполагает выполнение его организацией определенных обязанностей перед обществом, необходимость добровольно участвовать в решении социальных проблем населения той страны, в которой он работает. Поскольку социальная ответственность является сугубо добровольной, она существенно отличается от нормативной, законодательно закреплённой юридической ответственности менеджера.

Эффективность менеджмента определяется, прежде всего, обоснованностью подходов и методов. В настоящее время к менеджменту применяются только некоторые научные подходы, что объясняется «узостью» его понятия. Если руководствоваться «широким» понятием, то автоматически добавляются функциональный, комплексный, динамический и интеграционный подходы.

Можно сделать выводы о том, что цель работы достигнута, задачи выполнены.

## Список использованных источников

1. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 249 с.
2. Айдаркина, Е. Е. Теория и практика управления : учебное пособие / Е. Е. Айдаркина ; Южный федеральный университет. — Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 164 с.
3. Божук, С.Г. Корпоративная социальная ответственность. Учебник для академического бакалавриата / С.Г. Божук. - М.: Юрайт, 2021. - 188 с.
4. Герчикова И.Н., Менеджмент. Учеб.пособ. для студентов вузов/И.Н. Герчикова. — 1-е изд., перераб. и доп. — М.:ЮНИТИ — ДАНА, 2019.
5. Егоршин, А. П. Карьера одаренного менеджера : научно-популярное издание / А. П. Егоршин, С. Г. Захарова. — 2-е изд., доп. и перераб. — Москва : Логос ; Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. — 376 с.
1. Коротков, Э.М. Корпоративная социальная ответственность. Учебник для бакалавров. Гриф УМО / Э.М. Коротков. - М.: Юрайт, 2019. - 261 с.
6. Корпоративная социальная ответственность. Учебник. - М.: КноРус, 2022. - 316 с.
7. Кречко, М.Ю. Социальная ответственность в российских организациях / Наука, образование и культура. 2019. № 3 (3). С. 19-20
8. Основы современного управления: теория и практика : учебник / под. ред. А.Т. Алиева, В. Н. Боробова. – 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 526 с.
9. Румянцева З.П., Соломатина Н.А. Менеджмент организаций. Учебное пособие. М.: Изд. «Инфра-М», 2020.

10. Семенов, А. К. . Этика менеджмента : учебное пособие для бакалавров / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. – 7-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2021. — 270 с.

11. Трофимова, Л. А. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 335 с.

12. Шарапова, Т. В. Основы теории управления : учебное пособие для вузов / Т. В. Шарапова. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 210 с.