

## **Секция «Государственное и муниципальное управление»**

### **Инструменты корпоративной социальной ответственности в управлении организацией.**

*Нарожная Диана Анатольевна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет*

*государственного управления, Москва, Россия*

*E-mail: dianayaveru@gmail.com*

В первом десятилетии XXI века можно наблюдать возросший интерес к феномену корпоративной социальной ответственности как среди академического сообщества, так и среди бизнес-структур и гражданского общества в целом. Среди наиболее важных причин такой ситуации можно выделить: потребности бизнеса в поиске новых стратегий развития; имеющийся накопленный материал исследований, проводимых в рамках данной проблематики; возрастание общественной заинтересованности в деятельности бизнес-структур [2]. На данный момент существует множество инноваций, вводимых компаниями для повышения своей конкурентоспособности в рамках стратегии корпоративной социальной ответственности. Среди них: создание специальных подразделений и курирующих групп, создание и внедрение этических кодексов и моделей самооценки, а также подготовка и публикация нефинансовых отчетов, проведение обучающих семинаров и тренингов и многое другое.

Само понятие корпоративной социальной ответственности является комплексным. Согласно позиции Ф. Мохана, корпоративная социальная ответственность - это одна из нескольких “инкарнаций” отношений бизнеса и общества. Данная многоуровневая категория включает в себя ответственность как таковую, социальную ответственность как ее специфический тип и корпоративную социальную ответственность как ту социальную ответственность, субъектом которой является корпорация [2]. В последние годы уровень включенности бизнеса в решение социальных проблем значительно возрос. Среди приоритетных направлений можно выделить: содержание и развитие социальной инфраструктуры внутри компании и за ее пределами, развитие образования, предоставление медицинских услуг своим работникам, поддержка социально незащищенных слоев населения, программы, направленные на развитие молодежи и защиту окружающей среды.

Однако не всегда можно говорить об эффективности вводимых инструментов, необходимо учитывать множество факторов, снижающих влияние изначально перспективных начинаний в сфере корпоративной социальной ответственности. Отсутствие результативности является следствием того, что внедряемые механизмы используются не в тех условиях, для которых были разработаны. Зачастую российские компании используют чистое копирование технологий, разработанных западными специалистами, не обращая внимания на специфику ведения российского бизнеса, его ограничения и возможности. Таким образом, можно говорить о том, что происходит подмена причин нерезультативности внедряемых механизмов, и вследствие этого - отторжение их самих [1]. Также вследствие комплексности и затратности политики корпоративной социальной ответственности, следует учитывать наличие аргументов “за” и “против” ее внедрения среди всех заинтересованных лиц. Перечень этих аргументов может варьи-

роваться в том числе и в зависимости от того, соблюдаются ли принципы эффективного внедрения инструментов корпоративной социальной ответственности в организации.

В целом, хотелось бы отметить, что тесное сотрудничество государства и гражданского общества является основой социальной стабильности государства. Социально ответственный бизнес - предпосылка такого сотрудничества. Именно соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности, информационной прозрачности компаний позволит говорить о бизнес-сообществе как надежном партнере государства в решении задач социальной политики.

### **Литература**

1. Асаул А.Н. Корпоративное управление и корпоративные отношения: сущность и проблемы // Экономическое возрождение России. Спб.: 2008. С. 3-6.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. М.: Высшая школа менеджмента, 2011.