

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/101553>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Стратегический менеджмент

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ 3

1 Теоретическое исследование вопросов социальной ответственности организации 5

1.1 Сущность социальной ответственности организации 5

1.2 Вопросы построения системы социальной ответственности 11

1.3 Этика в деятельности современного предприятия 17

2 Социальная ответственность организации как явление управленческо-хозяйственной практики 20

2.1 Модели корпоративной социальной ответственности 20

2.2 Зарубежная практика управления социальной ответственностью организации 21

3 Анализ практики вопросов социальной ответственности организации 25

3.1 Краткая организационно-экономическая характеристика исследуемого предприятия 25

3.2. Анализ системы социальной ответственности 30

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 33

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 35

### ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Бизнес повышает благосостояние общества не только благодаря осуществлению своей непосредственной функции созданию продукта при повсеместном стремлении к максимизации прибыли, но и интеграции при этом в каждый аспект своей деятельности ценностей социальной ответственности.

Ответственный бизнес получает преимущества в долгосрочном периоде: привлекают инвестиции, нанимают и удерживают высококлассных работников, обретают постоянных клиентов и надежных бизнес-партнеров. Корпорации, которые не участвуют в данной игре, возможности теряют в бизнесе.

На сегодняшний день ни цена, ни функциональность, ни качество не позволят производителю сильно выделиться на фоне конкурентов.

В современном мире ряд крупных организаций России вслед за своими коллегами с Запада предпринимают попытки внедрить концепцию социальной ответственности в свою деловую практику. Но в общем этот процесс характеризуется отсутствием системного подхода, можно наблюдать его некоторую непоследовательность, а в некоторых случаях и непрозрачность.

Часто в практику внедряют лишь отдельные элементы КСО, несмотря на то, что она является целостной концепцией.

Объект – ООО «Альфа». Предмет вопросы деловой этики и социальной ответственности организации в стратегическом управлении предприятием на примере ООО «Альфа».

Цель – выявить роль деловой этики и социальной ответственности организации в стратегическом управлении предприятием. Задачи:

- провести теоретическое исследование вопросов социальной ответственности организации;
- изучить социальную ответственность организации как явление управленческо-хозяйственной практики;
- провести анализ практики вопросов социальной ответственности организации.

В исследовании использовались следующие методы: системный; структурный; функциональный; информационный; аксиоматический; выборочный; методы синтеза и анализа.

1. Теоретическое исследование вопросов социальной ответственности организации

1.1 Сущность социальной ответственности организации

Общество и бизнес проходят различные стадии развития. Требования общества к деятельности компании и получаемым результатам постоянно меняются. Современное общество уже не готово довольствоваться тем, что устраивало его 20-30 лет назад.

Именно поэтому в таких изменяющихся условиях постоянно формируются различные концепции и программы, реализация которых позволяет бизнесу приносить не только прибыль своим владельцам, но и пользу обществу [13, с. 125].

Различные направления в составе корпоративной социальной политики развивались постепенно, начиная уже с середины 50-х годов XX века. При этом о такой составляющей корпоративной социальной ответственности, как экологическая ответственность бизнеса, компании стали задумываться сравнительно недавно.

На данный момент многие направления экологической безопасности закреплены законодательно, однако компании проявляют и собственные инициативы, участвуют в добровольных государственных программах поддержки экологии [2, с. 50].

В российском бизнесе все эти процессы начали происходить еще позже – буквально в последние 5-10 лет. На данный момент в нашей стране также действуют обязательные и добровольные стандарты охраны окружающей среды, стимулирующие развитие этого направления корпоративной социальной ответственности бизнеса [5, с. 81].

«Социальную ответственность бизнеса на сегодняшний день можно определить как добровольный вклад компании в поддержку развития всего общества и его отдельных направлений, формирование устойчивой внутренней социальной структуры корпорации, экологической ответственности бизнеса.

При этом основная деятельность компании реализуется не обособленно, а в тесной взаимосвязи с социальной политикой компании как в пределах, установленных законодательством, так и по добровольной инициативе предпринимателей».

Разработка идей корпоративной социальной ответственности началась в мировой практике достаточно давно [6, с. 63].

Многие исследователи уже в конце XIX – начале XX века обращались к этой теме, приводя мнения о том, что функциями компании является не только производство товаров и оказание услуг с целью получения прибыли, но и участие в социальной жизни предприятия и общества в целом. Многие крупные мировые компании воплощали эти идеи в жизнь, и даже при высоких затратах на реализацию этих идей это приносило им положительные результаты, особенно в плане улучшения имиджа, повышения лояльности сотрудников, формирования прочных взаимоотношений с персоналом, государственными органами [10, с. 291].

Принципы корпоративной социальной ответственности являются важнейшими положениями, которые выражают природу, сущность деятельности организации в сфере реализации КСО.

Можно выделить следующие основные принципы корпоративной социальной ответственности:

- прозрачность проводимой политики компании;
- системность политики корпоративной социальной ответственности (это означает, что такие действия не имеют разовый характер, а реализуются постоянно по сформированной и утвержденной программе, имеют конечные и промежуточные цели и задачи) [21, с. 282];
- значимость для общества (для решения в рамках корпоративной социальной ответственности выбираются именно те социальные и экологические проблемы, решение которых на данный момент является наиболее актуальным. Тем самым компания не только делает полезную работу для общества в целом, но и улучшает свой имидж и восприятие со стороны потребителя) [25, с. 285];
- сотрудничество и взаимопомощь участников процесса реализации корпоративной социальной ответственности;
- участие в реализации идей корпоративной социальной ответственности сотрудников с различных уровней управления компании (это позволяет распространять идеи не только на уровне высшего руководства, а во всей организации, и улучшать понимание данных идей) [18, с. 817];
- сотрудничество и взаимопомощь между различными участниками реализации идеи корпоративной социальной ответственности;
- ориентация компании не только на конечный финансовый результат, но и на достижение целей в сфере социальной и экологической ответственности.

Идеи корпоративной социальной ответственности бизнеса, как правило, отражаются во внутренних документах компании, разрабатываемых с целью последовательной реализации этих идей в деятельности компании. Как правило, этим документом является кодекс корпоративной социальной ответственности. Он включает в себя несколько подразделов, например [29, с. 42]:

1. Деловой портрет компании.
2. Стратегия охраны трудовых ресурсов.
3. Стратегия стимулирования сотрудников при помощи материальных и нематериальных инструментов.
4. Политика компании в области трудоустройства.
5. Стратегия реализации социальных гарантий для сотрудников компании.

6. Поощрения проявления персоналом инициативы.
7. Этика конкурентной борьбы.
8. Этика отношений с потребителями.
9. Корпоративные отношения с государственной властью.
10. Социальные инвестиции.
11. Охрана окружающей среды (экологическая ответственность).

Разработка внутренней стратегии корпоративной социальной ответственности предприятия и ее закрепление в корпоративных документах позволяет компании не только осуществлять более последовательное планирование и реализацию своей деятельности в сфере корпоративной социальной ответственности, но и реализовывать эти функции более эффективно, получать от этого более высокие конечные результаты [30, с.33].

Таким образом, идея корпоративной социальной ответственности развивается и обсуждается теоретиками и практиками уже достаточно давно. Можно найти десятки различных определений данного термина [7, с. 117].

Однако наиболее полным и точным можно назвать следующее определение: корпоративная социальная ответственность представляет собой достижение совместных целей бизнеса и общества такими способами и инструментами, которые отвечают высоким социальным требованиям общества и государства, в основе которых лежат этические нормы и ответственность бизнеса за результаты своей деятельности, уважение к обществу и окружающей природе [10, с. 293].

Несмотря на то, что некоторые до сих пор разделяют взгляд на корпоративную социальную ответственность как на дополнительную деятельность, не имеющую к основной деятельности и задачам получения прибыли никакого отношения, на самом деле в современных условиях реализация этих идей является одним из важнейших и наиболее перспективных направлений развития бизнеса, особенно крупного и среднего [11, с. 94].

Те компании, которые поддерживают и активно реализуют идеи корпоративной социальной ответственности, получают в первую очередь улучшение внутренней атмосферы в компании, повышение лояльности сотрудников.

Кроме того, важное значение имеет поддержка государственными органами тех компаний, которые реализуют в своей деятельности такие идеи. И

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамович С.Ю. Корпоративная социальная ответственность страховых компаний как эффективный метод обеспечения социально-экономической безопасности человека // Вопросы экономики и права. 2016. № 92. С. 75-79.
2. Абросимова Е.А. Социальное предпринимательство и социальная ответственность малого бизнеса: мифы и реальность // Журнал предпринимательского и корпоративного права. 2016. № 3. С. 47-50.
3. Антонова Ю.И., Алексеева А.В. Фактор корпоративной социальной ответственности в социальной политике // В сборнике: Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы Сборник статей Международной научно-практической конференции. В 6-ти частях. УФА, 2016. С. 10-15.
4. Барыбина Т. Этизация права в условиях современного рынка // В сборнике: Нравственность и право: реальность и перспективы взаимодействия Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. Отв. ред. В.М. Артемов, О.Ю. Рыбаков. 2019. С. 246-251.
5. Басовский Л. Е. Менеджмент.-М.: ИНФРА-М, 2014. - 256 с.
6. Белоконова Е.А., Козинцева В.И. Проблемы профессиональной этики бизнес – консультантов // Вестник современных исследований. 2019. № 6.3 (33). С. 62-63.
7. Беляева И.Ю., Ескиндаров М.А. КСО: управленческий аспект // монография - М.: КНОРУС, 2008
8. Веселов Д.И. Инвестиционная политика регионов России: проблемы и перспективы // В сборнике: Современные аспекты состояния и перспективы развития государственной региональной политики России и Германии сборник материалов Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики. 2019. С. 34-36.
9. Виханский О. С. Менеджмент.-М.: ИНФРА-М, 2014. - 576 с.
10. Гайдаренко Т.А., Фокина А.А. Национальные особенности делового этикета // В сборнике: Лучшая студенческая статья 2019 сборник статей XXI Международного научно-исследовательского конкурса. 2019. С. 289-294.

11. Гареева А. Р. КСО как фактор устойчивого развития компании. - Казань: Бук, 2014.
12. Егорова А.Д., Грабовская Е.А. Морально-этические аспекты ведения бизнеса // Форум молодых ученых. 2019. № 1-1 (29). С. 1186-1190.
13. Елисейкин О.Н. Проблема модернизации общественного сознания национальным менталитетом в экономической сфере (бизнес-этике) // В сборнике: Экономические аспекты инновационного развития России Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых. 2019. С. 121-125.
14. Забираная С.А. Корпоративная этика и корпоративная отчетность как инструмент создания деловой репутации и бизнес-модели компании // Научный Альманах ассоциации France-Kazakhstan. 2019. № 2. С. 67-70.
15. Козлова А.М., Братко И.В. Внутренний контроль и этика в бизнесе // В сборнике: развитие науки и техники: механизм выбора и реализации приоритетов сборник статей Международной научно-практической конференции. 2019. С. 63-66.
16. Кравченко Е.Ю., Музылева Е.С. Корпоративная социальная ответственность как устойчивая модель взаимодействия государства и бизнеса в социальной сфере // В сборнике: Актуальные проблемы экономического развития сборник докладов VII Международной научно-практической конференции. 2016. С. 120-123.
17. Кузин Д.В. Этические проблемы управления знаниями - теоретический аспект // В сборнике: Управленческие науки в современном мире Сборник докладов научной конференции. 2019. С. 478-484.
18. Лапцова Е.С. Социальная ответственность малого бизнеса: новый взгляд на отношения со стейкхолдерами // В сборнике: взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития Сборник научных статей по результатам I Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития . 2016. С. 810-820.
19. Носкова А.В. Социальная ответственность российского бизнеса в условиях импортозамещения // Вопросы управления. 2016. № 2 (20). С. 111-115.
20. Петрова И.Е. Организационная культура и социальная ответственность бизнеса. В книге: человеческий капитал и обеспечение устойчивого социально-экономического развития России Санкт-Петербург, 2015. С. 340-351.
21. Пильгун М.А. Аксиологические основы бизнес-этики: кросс-культурные и этнопсихолингвистические аспекты // В сборнике: Профессиональная картина мира: кросс-культурный диалог Материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Е.Ф. Тарасов. 2019. С. 281-283.
22. Плетнев Д.А., Николаева Е.В. Успешность малого и среднего бизнеса в России и социальная ответственность его руководителей // Вестник Челябинского государственного университета. 2016. № 6 (388). С. 128-138.
23. Свистунова И.Г. Электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «этика бизнеса» // Свидетельство о регистрации программы для ЭВМ RU 2019660119, 30.07.2019. Заявка № 2019619073 от 23.07.2019.
24. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса: Учебное пособие для бакалавров / Москва, 2020. (10-е изд.).
25. Сидоренко М.Е., Тюнин А.И. Корпоративная и социальная ответственность бизнеса // В сборнике: Проблемы социально-экономического развития в новых экономических условиях: взгляд молодых исследователей Материалы и доклады Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией Е.П. Велихова . 2016. С. 284-289.
26. Солопова Н.С., Пучков В.О. Социальная ответственность государства и бизнеса как гарантия реализации прав инвалидов // В книге: научные исследования в сфере социально-экономических и гуманитарных наук: междисциплинарный подход и конвергенция знаний Абакумова И.В., Антонова Е.К., Байгулов Р.М., Беляева С.В., Биглова Г.Ф., Богданова Е.А., Бураева Е.В., Вялых В.В., Габоян А.Г., Галлямов Р.Р., Гулакова М.В., Делендик Р.И., Доргушаова А.К., Кагермазова Л.Ц., Карамова О.В., Корнеева Т.А., Косолапова Н.А., Кушнарченко Т.В., Лапочкина С.В., Лизунова Н.М. и др. Под редакцией Р.М. Байгулова, О.А. Подкопаева . Самара, 2016. С. 137-144.
27. Стазаева И.В., Блинников Д.С. Традиционные подходы к изучению этики бизнеса // Профессиональная ориентация. 2019. № 2. С. 102-107.
28. Ударцев А.Д. Маркетинговая деятельность в игровой индустрии: дилемма этики и бизнеса // В сборнике: Актуальные проблемы экономико-правового развития России и регионов Сборник научных трудов Межвузовской научно-практической конференции. 2019. С. 365-368.

29. Чалдаева Л.А. Этика ведения бизнеса в цифровом сообществе и риски его сопровождения // В сборнике: Экономика и управление в XXI веке: новые вызовы и возможности материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 41-43
30. Яллай В.А. Социальная ответственность бизнеса и экономическая безопасность региона // В сборнике: Экономическая безопасность: проблемы, перспективы, тенденции развития Материалы II Международной научно-практической конференции: В 2 частях. 2015. С. 30-37.
31. Cultural differences in business communications between Russia and Germany / Korneva M.A., Ivanova K.K., Grave L.G. // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 14. № 3. С. 155-161.
32. RIW: бизнес VS этика // Университетская книга. 2020. № 1. С. 34-37.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/101553>