

Е.С. Максимова

магистрант 1 курс

ФГБОУ ВО «Тольяттинский Государственный Университет»

г. Тольятти

Ю.А. Рогачева

студент 4 курс

ФГБОУ ВО «Тольяттинский Государственный Университет»

г. Тольятти

СОЦИАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В КООПЕРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ

Аннотация: В статье рассмотрена взаимосвязь между кооперативным управлением и нефинансовыми показателями кооперативных обществ. Рассмотрена взаимосвязь между инновациями и социальным воздействием. Отражена роль кооперативного управления, как хорошего показателя социального воздействия.

Ключевые слова: кооперативное управление, социальное взаимодействие, социально воздействие, управление, инновации.

E.S. Maksimova

1 year graduate student

Togliatti State University,

Togliatti

Yu.A. Rogacheva

4 year student

Togliatti State University,

Togliatti

Social impact in cooperative management

Annotation: The article examines the relationship between cooperative management and non-financial indicators of cooperative societies. The relationship between innovation and social performance is examined. The role of cooperative management is reflected as a good indicator of social impact.

Keywords: cooperative management, social interaction, social impact, management, innovation.

Социальная деятельность в контексте кооперативных обществ связана с достижением эффективного воплощения социальной миссии кооператива.

Это включает интересы членов, заботу о других и общее благополучие сообщества. Основная цель социальных показатели эффективности заключается в том, что они должны гарантировать достижение социальных целей кооперативных обществ.

Действительно, социальное воздействие недавно привлекло внимание исследователей микрофинансирования, Истоки исследования социального воздействия - недавние разработки, которые сосредоточены на прибыльности, поскольку предполагается, что кооперативные общества помогают бедным, особенно в развивающихся странах. В основном это понимание политиками и учеными того, что намеренное включение социальной направленности в общественные программы должны существовать. В этой статье рассматривается кооперативная структура управления и ее связь с социальным воздействием в попытке восполнить пробел в исследованиях. Имеющаяся литература свидетельствует о том, что ратификация управленческих решений, кооперативная структура, права на мониторинг и инновации могут иметь большое значение для кооперативов в развивающихся странах.

Возникает вопрос между владением бизнесом и проблемами управления из-за совпадения интересов сторон, мотивации и информационной асимметрии. Основная функция кооперативных механизмов должна гарантировать, что исполнительная власть преследует цели, определенные либо собственниками или лицами, ответственными за стратегические решения, а не своими собственными целями. Таким образом, лица, ответственные за подготовку и проведение стратегических вопросов должны контролировать поведение тех, кто наблюдает за работой в кооперативах, представленных советом директоров, чтобы обеспечить прозрачность информации и подотчетность.

Некоторые ученые пытались связать совместное управление с социальным воздействием. Кроме того, кооперативные члены рассчитывают получить преимущества от коллективной работы: собственность,

сбережения, подотчетность и, следовательно, социальное воздействие. Члены должны стремиться делать регулярные сбережения, продавать свою продукцию и покупать свои ресурсы через кооперативы. Эти обязательства основаны на взаимном доверии и взаимности среди членов. Таким образом, эффективность кооперативов зависит от их способности создавать и поддерживать доверие, предоставлять качественные услуги и социальную ответственность среди участников. Было обнаружено, что растет число кооперативов, осуществляющих деятельность, демонстрирующую социальную ответственность. Следовательно, социальное воздействие включает в себя идею о том, что кооператив должен участвовать не только в экономической деятельности, иметь роль в обществе, должен не только брать на себя ответственность за свои экономические действия, но и принимать более широкую этическую ответственность за влияние, которое он оказывает на общество и окружающую среду, в которой он действует. Кооперативы должны иметь модель для объединения людей из всех сфер общества с общими экономическими и социальными интересами, подотчетных за свои действия в обществе.

Кооперативы - это высшие формы организаций с благородной миссией и высокими целями, которые стремятся создать более высокий социальный порядок и кооперативное общее богатство. В основе социального воздействия лежит идея о том, что организации должны вовлекать себя не только в экономическую роль в обществе, и они должны не только брать на себя ответственность за его экономические действия, но и брать на себя более широкую этическую ответственность за влияние, которое оно оказывает на общество и среду, в которой оно функционирует. Это подразумевает, что организации должны нести ответственность за свое участие в жизни общества.

Преыдушие исследования показали влияние проблемы социального воздействия через призму корпоративных финансовых показателей организационное управление и социальные производительность и еще

меньше внимания к мониторингу права, ратификации управленческих решений, инновации и соблюдение политики.

В этой статье рассматривается взаимосвязь между корпоративным управлением и социальным воздействием, используя теорию агентских отношений.

Теория агентства объясняет, как отношения между принципалами и агентами может быть максимально эффективными. Руководители делегируют ведение бизнеса членам комитета, которые являются агентами акционеров. Есть утверждение, что на известность агентства влияют только два фактора.

Во-первых, теория концептуально проста и сводит кооперацию к двум участникам: менеджеры и акционеры. Во-вторых, агентская теория предполагает, что сотрудники или менеджеры в организация может иметь собственные интересы и цели.

В теории агентских отношений акционеры ожидают, что агенты будут действовать или работать и принимать решения в интересах принципалов, в то время как, напротив, агенты не могут обязательно или добровольно принимать решения в интересах руководителей. Конечно, следует отметить, что возникающая проблема разделяет собственность и контроль в теории агентских отношений.

Однако, отмечено, что агентская теория была введена в основном как разделение мониторинга, собственности структуры и контроль. С точки зрения теории агентских отношений, можно предложить понимание того, как получение контроля над критически важными ресурсами повышает социальную эффективность. Поэтому рассматривается теория агентских отношений для объяснения социального воздействия в кооперативах. В то время как предписания агентства в области управления заключаются в разработке средств контроля, обеспечивающих соблюдение требований, способность организации выживания, роста и поддержания успеха в бизнесе,

связанная с мониторингом права, ратификацией управленческих решений и инновациями для достижения социальных результатов.

Управление должно представлять собой структуру целей, которая обеспечивает потребности или блага акционеров, которые меняют мониторинг и инновации, повышающие социальную эффективность.

Совместное управление позволяет прогнозировать социальное воздействие посредством мониторинга прав и инноваций.

Проверка и подтверждение финансовых и нефинансовых операций в кооперативе, заблаговременное предоставление отчетов комитетов (правления), и в то же время обеспечение надлежащего использования ссудных и собственных средств акционеров имеют первостепенное значение для деятельности кооператива. Более того, процедуры и структуры, используемые для руководства и управления кооперативами в целях мониторинга жизненно важны. Следовательно, кооперативы во многих случаях должны привлекать исполнительный комитет и руководство.

Таким образом, инновации порождают новые идеи и системы, которые способствуют развитию и помогают в равной степени производить новые услуги и продукты для благосостояния членов. В связи с этим участие исполнительного комитета и менеджмента в инновационных стратегиях повышает социальную эффективность. Инновации с точки зрения экспериментов обеспечивают успех и надежность новых предприятий.

Список используемой литературы

1. Казначевская Г. Б. Основы экономической теории. Учебное пособие. М.: Феникс. 2020. 384 с.
2. Овчаренко Н. А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебник для бакалавров. М.: Дашков и Ко. 2020. 162 с.

3. Елисеев В. С., Веленто И. И. Теория экономического права. Теория отраслей права, обеспечивающих экономические отношения. Учебное пособие. М.: Проспект. 2020. 416 с.