

9. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ЭТИКА УПРАВЛЕНИЯ

9.1. Роль бизнеса в развитии общества

В начале XX в. некоторые руководители крупных компаний считали, что организации должны использовать свои ресурсы с выгодой для общества. Например, занимавшийся производством стали Эндрю Карнеги вложил 350 млн. дол. в социальные программы и построил более 2000 публичных библиотек. Джон Рокфеллер пожертвовал 550 млн. дол. и основал благотворительный фонд. Первые акции такого рода заложили основы подхода, который до сих пор является объектом споров.

В настоящее время существуют две различные точки зрения на то, как должны вести себя организации по отношению к общественной среде, чтобы считаться *социально ответственными*.

Одна из них предполагает, что организация социально ответственна в случае, если максимально увеличивает прибыль, не нарушая законов и норм государственного регулирования, т. е. преследует только экономические цели. В данном случае организация выполняет экономическую функцию производства продукции и услуг, необходимых для общества с рыночной экономикой, обеспечивая одновременно работу для граждан, прибыль для акционеров и налоги для государства, за счет которых поддерживается социальная сфера.

Согласно другой точке зрения, организация в дополнение к экономической ответственности обязана учитывать человеческие и социальные аспекты воздействия своей деловой активности на работников, потребителей и местное население, а также вносить определенный позитивный вклад в решение социальных проблем общества в целом. Организация является частью внешнего окружения, и ее выживание во многом зависит от отношения к ней самого общества. Поэтому организации приходится уравнивать чисто экономические цели с социальными интересами внешней среды.

Первые концепции социальной ответственности организаций начали формироваться в середине XX в. В это время появился основательный труд Х. Боуэна «*Социальная ответственность бизнесмена*», где он обосновал, что использование концепции социальной ответственности и осознание социальных целей в деловой практике может приносить социальные и экономические выгоды обществу, а также и самому бизнесу за счет более лояльного отношения покупателей.

В разных сферах общества появился активный интерес к таким проблемам, как гражданские права, равноправие женщин, загрязнение среды отходами промышленности и состояние среды обитания в целом, а также консьюмеризм – движение потребителей, что не могло не сказаться на социальной политике самих организаций.

Происходящие изменения в окружении сформировали определенные представления о том, что организация должна являться добропорядочным членом общества и ответственно действовать в таких многочисленных сферах, как защита среды обитания, здравоохранение и безопасность, права человека, защита интересов потребителя и т. п. Это создаст предпосылки для положительного восприятия модели бизнеса со стороны внешнего окружения и обеспечит устойчивое развитие организации [18, 21].

9.2. Социальная и юридическая ответственность

При рассмотрении проблемы социальной ответственности и этического поведения организации следует различать понятия юридической и социальной ответственности. Под *юридической ответственностью* понимается следование организации конкретным законам и нормам государственного регулирования, определяющим рамки поведения организации. Организация, подчиняющаяся всем этим законам и нормативам, ведет себя юридически ответственным образом, но считать ее социально ответственной не всегда правомерно.

Социальная ответственность, в отличие от юридической, подразумевают определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы со стороны организации. Например, участие организации в программах развития социальной сферы (строительство школ, детских садов, помощь инвалидам и т. п.) можно назвать социально ответственным поведением, так как законодательство не обязывает организацию поступать таким образом.

Преимущества социальной ответственности:

✓ благоприятные перспективы для развития бизнеса. Социальные действия формируют более привлекательный образ предприятия у потребителей, поставщиков и местного населения, что в долгосрочной перспективе может стимулировать рост прибыли;

✓ изменение потребностей и ожиданий общества. Решение социальных проблем становится необходимым для уменьшения разрыва между новыми ожиданиями и реальным откликом предприятий на потребности покупателей и общества;

✓ наличие ресурсов для оказания помощи. Поскольку государство не всегда располагает необходимыми ресурсами для решения социальных проблем, организации могут передать часть своих людских и финансовых ресурсов на социальные нужды;

✓ моральные обязательства. Предприятие является членом общества и должно управлять своим поведением, придерживаясь норм морали, так как законы не могут охватить все случаи жизни.

Недостатки социальной ответственности:

✓ нарушение принципа максимизации прибыли;

✓ дополнительные расходы на социальную вовлеченность;

✓ недостаточный уровень отчетности *перед* обществом;

✓ отсутствие умения разрешать социальные проблемы.

Главным препятствием реализации программ социальной ответственности руководители называют требования рядовых работников и менеджеров увеличивать текущие доходы. Стремление к увеличению прибыли заставляет руководителей отказываться от передачи части ресурсов на программы социальной ответственности.

Однако успешное управление предполагает наличие умения приспособливаться и откликаться на проблемы социального развития. Дело в том, что расходы на социальную ответственность оправданы фактом совершенствования различных сегментов общества, а также улучшением отношения общественности к фирме. Это должно вести к повышению лояльности потребителей к производителям продукции, улучшению правовой среды и общего состояния общества.

Тем не менее всем понятно, что прибыль – основа для выживания предприятий. Для любой организации на первом месте стоит выживание и только потом – решение проблем общества. Если предприятие не может работать прибыльно, то вопрос о социальной ответственности становится излишним.

9.3. Этика и современное управление

В основе проблемы социальной ответственности и этики управления находятся личные ценности и уровень культуры людей. Одни придают высокую ценность максимизации прибыли, эффективности и жесткому следованию закону и низкую ценность – альтруизму. Такие люди считают, что организация ведет себя правильно, пока ее действия отвечают данной системе ценностей. Чтобы сделать выбор определенной модели поведения, важно иметь представление об этике управления, определяющей правильное и неправильное поведение.

Этика бизнеса фокусирует внимание на целях этического поведения и средствах их достижения, используемых менеджерами. Как показывает практика, примеров этического и неэтического поведения организаций достаточно много. По данным журнала «Fortune», с середины 70-х гг. XX в. около 2/3 из числа 500 крупнейших компаний в той или иной форме вели себя противозаконно.

Примером сомнительной этики являются действия компании «Мен-вилл», которая десятилетиями блокировала данные, свидетельствовавшие о том, что вдыхание асбестовой пыли убивает рабочих фирмы. В конечном счете суд признал компанию виновной в сознательном неприятии защитных мер для здоровья людей и обязал перевести 80% своих акций в соответствующий фонд для выплаты компенсаций пострадавшим [18].

Помимо старших руководителей, часто демонстрирующих неэтичное корпоративное поведение, любое лицо в организации может также действовать неэтично.

К причинам расширения неэтичной практики ведения дел руководители предприятий относят:

- ✓ конкуренцию, которая оттесняет этические соображения;
- ✓ стремление к получению краткосрочной прибыли;
- ✓ отсутствие вознаграждения за этическое поведение;
- ✓ общее снижение значения этики в обществе;
- ✓ давление со стороны организации на рядовых работников с целью нахождения ими компромисса между личными ценностями и ценностями руководителей.

9.4. Улучшение показателей этичности поведения

Организации предпринимают разные меры в целях повышения этичности поведения руководителей и рядовых работников. К таким мерам относятся разработка этических нормативов, создание комитетов по этике, проведение социальных ревизий и обучение этичному поведению.

Этические нормативы описывают систему общих ценностей и правила этики, которых должны придерживаться работники организации. Этические нормативы разрабатываются для описания целей организации, создания нормальной этической атмосферы и определения этических рекомендаций в процессах принятия решений.

К вариантам поведения, обычно запрещаемым этическими нормативами, относятся взятки, вымогательство, подарки, выплата со-

участнику части незаконно полученных денег, конфликт на почве столкновения интересов, нарушение законов в целом, мошенничество, раскрытие секретов фирмы, использование информации, полученной в доверительной беседе от членов группы, незаконные выплаты политическим организациям, противоправное поведение ради интересов фирмы. Обычно организации доводят этические нормы до своих работников в виде печатных материалов, хотя некоторые создают рабочие группы по этическим нормативам.

Комитеты по этике. Некоторые организации создают постоянные комитеты для оценки повседневной практики следования этическим стандартам в управлении. Как правило, практически все члены таких комитетов – руководители высшего уровня. Некоторые организации нанимают специалиста по этике бизнеса, задача которого заключается в выработке суждения по этическим вопросам, связанным с действиями организации.

Социальные ревизии предложены для оценки и составления отчетов о социальном влиянии действий и программ организации. Сторонники социальных ревизий считают, что отчеты такого типа могут свидетельствовать об уровне социальной ответственности организации. Так, например, в ежегодных обзорах журнала «Fortune» с перечнем наиболее и наименее уважаемых компаний, для оценки их действий используется индекс «ответственности перед обществом и средой обитания» в качестве элемента совокупной схемы ранжирования позиций предприятий на рынке.

Обучение этичному поведению. В целях повышения показателей этичности поведения организации также могут использовать систему обучения этичному поведению менеджеров и рядовых сотрудников. При этом работников знакомят с этикой управления бизнесом и повышают их восприимчивость к этическим проблемам, с которыми они могут столкнуться в процессе практической деятельности. В современных условиях, с учетом важности этики управления, практически во всех университетских программах обучения введено изучение такого предмета, как этика, что также является одной из форм обучения этичному поведению, благодаря чему обучающиеся начинают лучше понимать эти проблемы и вести себя более ответственно [18].