# СОДЕРЖАНИЕ

# Введение

# 1. Теоретические аспекты нравственных основ социального управления

# 1.1 Ценностно-нравственная сторона социального управления

# 1.2 Этическое содержание, нравственные отношения в управлении и менеджменте

# 2. Анализ социально-нравственных отношений в ЗАО ТРК «МКС»

# 2.1 Краткая характеристика ЗАО ТРК «МКС»

# 2.2 Характеристика социальной ситуации в организации

# 3. Совершенствование нравственных аспектов в социальном управлении

# Заключение

# Список литературы

# Приложение

# Введение

Особенность социального управления как самостоятельного направления в современном научном развитии во многом объясняется тем, что ее важнейшим системообразующим компонентом (наряду с политическим, экономическим, социологическим и др.) является сфера духовной жизни людей, состояние общественного и индивидуального сознания. Любой социальный субъект управления обязательно действует в определенной духовной среде (наряду с социально-экономической, политической и другими средами). Эта специфическая среда отличается достаточной самостоятельностью и во многом определяет аналитические, информационные, организационные и другие возможности субъектов управления.

Давно известно, что успешность управленческой деятельности в особенности обусловлена субъективными факторами. В свою очередь качество этой субъективности во многом зависят от состояния духовной культуры общества в целом, ее отдельных субъектов, начиная от государства, региона и кончая каждым отдельным человеком, управленцем.

Исследования в области социального управления определили закономерность значимости и возрастания субъективного фактора в управлении. Такая ситуация определена факторами увеличения объема интеллектуальной собственности, повышения значимости информационного ресурса в управлении, появления интеллектуальных систем управления.

В связи с этим, если говорить о степени управляемости общественными делами, то она во многом зависит от действенности таких регуляторов, как: культура, традиции, нормы морали, идеология, зрелость сознания, научность и целостность мышления и т.п. Роль и значение этих регуляторов постоянно возрастает. Основным стержнем механизма регуляции управления (как и в других профессиональных сфер) являются ценностные ориентации, что позволяет обеспечить обществу целостность, баланс общественных интересов, гармонизировать согласие.

Цель данной работы заключается в исследовании нравственных аспектов социального управления на примере деятельности ЗАО «ТРК «МКС».

В соответствии с целью определены следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты нравственных основ социального управления;

2. Провести анализ социально-нравственных отношений в ЗАО ТРК «МКС»;

3. Разработать меры по совершенствованию нравственных аспектов в социальном управлении.

Предмет курсовой работы – нравственно-этический аспект социального управления.

Объект курсовой работы – социально-нравственные отношения в ЗАО «ТРК «МКС».

# 1. Теоретические аспекты нравственных основ социального управления

# 1.1 Ценностно-нравственная сторона социального управления

Профессионализация управления сегодня связана с новой – в основном десакрализованной (власть утрачивает ореол святости с неоспариваемой привилегией регулировать права и обязанности управляющих и управляемых) – системой ценностей, где смешаны былые аспекты патерналистской нравственности, искажены устоявшиеся понятия, складывается измененная моральная лингвистика эпохи индустриализма и огромных многоуровневых организаций, где происходит переход от регулятивов в виде местных обычаев, архаических традиций, этикетной регламентации к регуляции на основе собственно моральных норм. Без подобного перехода было бы невозможно вписать поведение самих управленцев в гигантскую систему институтов, сложную институциональную дисциплину, минимизируя тем самым управленческий произвол и повышая эффективность управленческого труда[[1]](#footnote-1).

В нормативно-ценностном блоке выделяются все те нормы, которые регулируют честную игру на любых, в том числе и административных рынках, что предполагает развитость таких собственно нравственных качеств, как готовность предоставлять услуги другим, не усматривая в том никакого унижения, как честность в конкурентной борьбе, добросовестность в рекламе, верность письменным и устным обязательствам, доверие к партнерам, стойкая неприязнь к мошенничеству (что не исключает ни поведенческой хитрости, ни готовности в ряде случаев прибегнуть даже к блефу, ни умения использовать всевозможные обходные маневры), способность «выдержать» как успех в подобной игре, так и поражение в ней. Тем более, что и успех, и поражение в основном, конечно, временны, а любой результат, так или иначе, растворяется в жизненном процессе, повседневной управленческой деятельности.

Социальное управление во всех его ипостасях представляет собой, разумеется, область повышенного морального риска, так как здесь очень легко совратиться властью над людьми и обстоятельствами, сомнительными «преимуществами» нравственного цинизма, грязного политиканства, всякого рода двойных стандартов, неразборчивости в выборе средств достижения целей. В то же самое время управление образует такую сферу человеческой деятельности, где прекраснодушное морализирование легко и наглядно демонстрирует свою полную никчемность.

Содержание и формы этики управления формировались в виде совокупности нравственных требований управляемых и вообще граждан к управлению. В эпоху возникновения институтов гражданского общества, представительной демократии с изживанием коллективистской («соборной») идентичности управление стало утрачивать ореол сакральности и патерналистической безгрешности, появились новые способы его легитимизации, возникла, как было уже сказано, профессионализация при исполнении властных, управленческих полномочий. Данные исторические обстоятельства оказались общей предпосылкой становления современной этики управления и ее последующего развития.

Социальное управление только тогда приобретает свойство нравственности, когда управляемые ощущают полезность и необходимость его как инструмента власти, которая по доброй воле или по принуждению действует в качестве гаранта порядка в социуме, пресекая разорительную практику бессмысленной растраты сил и ресурсов в массовых масштабах.

Это – суть подход с позиций утилитаризма, логика которого доминирует в современной социальной мысли, но она обычно смягчена и неплохо прикрыта новыми формами управленческой деятельности. При этом не без содействия появившейся и получившей развитие этики управления (расширение партиципационных начал в управлении, усиление экологической ориентированности управленческой деятельности, активизация сочетания прерогатив управляющих и управляемых, укрепление корпоративизма с его тягой к формированию однородной поведенческой культуры и общих ценностей у корпорантов, ослабление тенденции к механистическому пониманию социальной причинности, опора управленческих решений на теорию рационального выбора, выход за пределы одной только экономической калькуляции при этом выборе, признание множественности принципов, лежащих в основании человеческой активности, отказ от идеи бездумного подчинения социального управления максимальному удовлетворению потребностей управляемых – в связи с возрастанием мнимых нужд – как приоритетного принципа этой активности, отказ от функционалистских доктрин, слабо учитывающих самоценность личности управляемых и т.п.).

В системе управленческих отношений, люди как будто радикально и неотвратимо разделены по декартовской схеме на субъекты и объекты, что порождает неравенство, подчинение, пагубную практику «решения за других», которые основываются на подавлении «иных измерений», на мотивации поступков не по совести и разуму, а по указаниям свыше или же по коллективным решениям. Тем не менее, даже в жестко иерархизированных структурах имеют место неформальные отношения, к которым трудно применимы характеристики, обличающие иерархизм и которые вместе с тем обладают собственной побуждающей силой. Именно они и позволяют согласовывать нравственные аспекты функционирования институтов и организаций с нравственными качествами самих функционеров, с их добродетелями. Мы говорим не о практикуемых в институтах нравах – они могут иметь мало общего с нормами управленческой этики, с ее повседневной идеологией – а только о возможности данной этики существовать отнюдь не только на бумаге.

Наряду с иерархизированными отношениями в управленческих сетях существуют и профессионально-коллективные и партнерские отношения в добровольных ассоциациях, которые как раз и воплощают «малое общество» в «большом», не отвергая, а лишь дополняя и обогащая его. Такие отношения предусматривают солидаристскую взаимопомощь, определенную степень близости людей, вовлеченных в эти отношения, их привязанность друг к другу. Строятся такие отношения на принципах верности ассоциации, доверия, уважения, доброжелательности, взаимной полезности. Хотя в них и не воплощаются высшие моральные ценности и потому они не в праве претендовать на эталонность человеческих отношений, но вместе с тем было бы непростительным ханжеством уверять, будто в них исключаются механизмы профессиональной ответственности и чести, долга и совести. Партнеры, по словам видного американского социолога Амитая Этциони, образуют «жизнеспособные «ответственные сообщества», гораздо более интегрированные, чем простая совокупность индивидов, стремящихся к самоутверждению, однако менее иерархичные, менее структурированные и социализирующие, чем авторитарная община».

Тем самым, этика управления, ее мировоззренческие образования и нормативы побуждают работников данной сферы человеческой деятельности к деловому и жизненному успеху. Но таким образом, чтобы, преследуя собственные, личные интересы (карьера, заработок, служебный имидж, честолюбивые амбиции и т.п.), они могли бы гармонизировать или просто согласовывать данную ориентацию на успех с ответственностью за свои поступки, за то, чтобы они на деле и ощутимым образом содействовали общественному благу и приносили бы благо управляемым (с учетом того, что и то, и другое могут пониматься по разному, а, стало быть, существуют естественные трудности поиска консенсуса между диверсифицированными мировоззрениями и нормативными позициями). Важно, чтобы были бы отвергнуты мотивы управленческого гедонизма, желания насладиться властью над людьми и обстоятельствами, а также демонстрацией своих властных возможностей и символов. Или создавая печально известные феномены «государственно-организованного Добра» и «этатизированной морали». Именно поэтому, напомним в заключении, было бы довольно наивным утверждать о существовании какой-то «достойной» власти, не говоря уже о так называемом «этическом государстве», проникнутом заботами патерналистского свойства, но уже в модернизированной демократической упаковке, тогда как речь должна идти о полноценной и подлежащей контролю политико-правовой и моральной ответственности лиц и организаций, наделенных властными полномочиями.

# 1.2 Этическое содержание, нравственные отношения в управлении и менеджменте

Внимание, которое уделяется в последнее время социально-этическим аспектам деятельности организаций, может быть объяснено рядом объективных факторов. Назовем наиболее значимые из них.

Первый фактор - это перевод экономики России на рыночные отношения и связанное с этим замещение преимущественно командно-административных методов управления экономическими и социально-психологическими.

Второй фактор - необходимость заполнения идеологического вакуума, возникшего вследствие отказа от господствующей в течение 70 лет общегосударственной коммунистической идеологии.

Третий фактор - отмеченное многими социологами уменьшение в высокоиндустриальном обществе значения традиций, в том числе и нравственных, что является следствием установленной еще в начале прошлого века немецким социологом Максом Вебером замены «ценностно-ориентированного» поведения людей на «целерациональное»[[2]](#footnote-2).

Четвертый фактор. В современном мире именно организации, где работники проводят наиболее важную часть своей жизни, являются, по сути, первичными ячейками общества. При этом они выполняют две взаимосвязанные функции: экономическую и социальную. Первая заключается в том, что организации создают ценности для потребителей и других заинтересованных сторон. А вторая - дают людям возможность трудиться и получать за результаты своего труда материальное вознаграждение, признание, реализовывать свои права на отдых и охрану здоровья, организовывать профессиональные союзы и др.

И, наконец, пятый фактор. Не всегда достаточно нравственное ведение бизнеса вызывает необходимость формирования обществом требований к социальной ответственности бизнес-организаций. Основой для понимания социально-этических аспектов менеджмента и бизнеса являются такие категории, как мораль, этика и культура.

Мораль (нравственность) (от лат. moralis - касающийся нравов) - совокупность норм, установок и предписаний, которыми руководствуются люди в своем реальном поведении в различных жизненных сферах, включая и трудовую деятельность. Специфика морали как регулятора социальных отношений заключается в том, что она действует изнутри. Моральное регулирование носит, как говорят психологи, оценочно-императивный характер, т. е. в оценке поступков людей содержится их одобрение либо порицание. Общие нормы морали получают выражение в зафиксированных представлениях (заповедях, принципах, кодексах) о том, как следует поступать и чего нельзя делать. Когда говорят о морали, то имеют в виду суждения о правильном и неправильном, о хорошем и плохом, о добре и зле, о справедливости и несправедливости. Сила моральных требований, всегда безусловных по форме и строгих по содержанию, в том, что человек должен обращать их к себе и только через опыт собственной жизни предъявлять другим. Наверное, не зря одна из древнейших заповедей, получившая наименование «золотое правило нравственности», гласит: относись к другому так, как ты хочешь, чтобы относились к тебе. Перед глобальными опасностями, угрожающими самому существованию человечества, ответственное отношение к морали, признание приоритета человеческих ценностей является выбором, не имеющим разумной альтернативы.

Этика - совокупность универсальных и специфических нравственных требований и правил поведения индивида, реализуемых в общественной жизни. Традиционная трактовка этики носит индивидуальный характер. Наши представления о нравственности и моральных ценностях, о том, что достойно похвалы и что заслуживает осуждения, сложились, главным образом, на основе восприятия человека как существа нравственного. Мы знаем, что значит назвать человека нравственным.

В глоссарии Европейского фонда управления качеством (EFQM) этика организации определена как нравственные устои, взятые на вооружение и соблюдаемые всеми работниками данной организации[[3]](#footnote-3). Базируясь на общечеловеческих ценностях, этические нормы деловых отношений выступают одним из главных критериев оценки профессионализма как отдельного сотрудника, так и организации в целом.

Мораль и этика составляют основу деловой культуры организации (называемой также организационной или корпоративной культурой), под которой понимаются принятые руководством организации и поддерживаемые персоналом духовные ценности. И хотя многие считают, что деловая культура касается только внутренней жизни коллектива, фактически она формирует и внешнюю жизнь организации (внешние отношения). Деловая культура организации проявляется в поведении сотрудников, в их восприятии себя, организации в целом и окружающей среды. Центральное место в организационной культуре занимают базисные ценности, т. е. официально принятый в организации набор наиболее значимых и неизменных принципов, на которых основывается поведение сотрудников.

Совершенно очевидно, что базисные ценности - это, прежде всего, ценности этического характера. Их следует отличать от ценностей конкретной личности (например, религиозные убеждения, политические взгляды) или общечеловеческих ценностей (например, свобода, терпимость). В организациях формирование базисных ценностей проходит долгий путь трансформации, в результате чего они, как правило, становятся их потребностями или обязательствами перед обществом. В этом смысле базисные ценности носят прагматичный, рациональный характер, и их выбор определяется спецификой каждой организации.

Принятие многих управленческих решений связано с морально-этическими дилеммами, к числу которых можно отнести:

- выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом;

- соотношение целей и средств их достижения;

- соотношение материальных и духовных ценностей;

- соотношение личных и общественных интересов[[4]](#footnote-4).

Коммуникация, т.е. процесс двустороннего обмена сообщениями делового содержания между работниками, играет важную роль в функционировании организации. Специалисты различают следующие виды коммуникаций в организации:

- вертикальные (межуровневые) - обмен информацией сверху вниз и снизу вверх;

- горизонтальные - обмен информацией между должностными лицами или различными подразделениями одного уровня для согласования действий;

- межличностные - устные сообщения работников (независимо от вида коммуникации).

В настоящее время коммуникация обладает большим арсеналом средств, но ни одно из них по своей действенности не может сравниться с непосредственным обращением к личности. Однако при использовании любого средства коммуникации его форма не должна главенствовать над содержанием (например, при устном общении не следует недостаток аргументации компенсировать громкостью речи).

Этический уровень организации характеризуется степенью соблюдения ее руководителями и сотрудниками нравственных норм делового сотрудничества. Для поддержания надлежащего этического уровня многие организации принимают кодексы, представляющие собой своды правил поведения как руководителей, так и рядовых сотрудников. Чтобы сделать этические кодексы более действенными, в организациях обычно принимают определенные дисциплинарные меры, направленные как на наказание за нарушение кодекса, так и на поощрение поступков, совершенных в соответствии с правилами этического кодекса. По содержанию и объему этические кодексы весьма разнообразны: это могут быть правила деловой этики на одну страницу и стандарты в несколько десятков страниц. Считается, что такие кодексы должны быть основаны на стратегии и видении руководства организации и содержать модель желаемого поведения ее сотрудников.

Типичное содержание этического кодекса может ниже:

- этические принципы;

- политика в отношении конфликтов интересов;

- конфиденциальная информация;

- изобретения и интеллектуальная собственность;

- поведение на рабочем месте;

- политика в отношении безопасности труда, охраны здоровья и защиты окружающей среды;

- отношения с партнерами и государственными служащими;

- политика «открытых дверей»;

- взыскания[[5]](#footnote-5).

Принципы и правила, провозглашенные в этических кодексах, могут активно использоваться в рекламных целях организации. Следует, однако, предостеречь от включения в кодексы слишком пафосных и расплывчатых формулировок, за которыми трудно разглядеть истинные этические ценности, исповедуемые организацией. Кроме того, важно, чтобы в этических кодексах закреплялась не только ответственность сотрудников перед организацией, но и обязательства организации перед сотрудниками и обществом в целом.

Для поддержания высокого этического уровня в мировой практике наряду с созданием кодексов используются следующие подходы:

- организация постоянно действующего комитета по этике;

- учреждение должности уполномоченного (омбудсмена 1) по этике, в функции которого входит информирование напрямую высшего руководства о возникающих проблемах морального плана;

- создание «горячей линии» для замечаний и жалоб;

- проведение аудитов этики поведения;

- выражение благодарности за образцовое этическое поведение сотрудников и т.п.[[6]](#footnote-6)

Социально-этические проблемы организации целесообразно рассматривать на микро- и макро уровнях. На микроуровне - это проблемы этики, связанные с взаимоотношениями внутри организации, а на макроуровне - с внешними сторонами.

Существенную помощь в решении социально-этических проблем на микроуровне призван оказать международный стандарт SA 8000: 2001, разработанный неправительственной организацией «Международная социальная ответственность» (Social Accountability International). В основе этого стандарта лежит конвенция Международной организации труда и другие документы ООН, а также стандарты на системы менеджмента. В стандарте SA 8000 даны четкие, всемирно признанные определения и критерии, связанные с понятиями «ребенок (подросток)», «детский труд», «молодой рабочий», «надомный работник» и «принудительный труд». В стандарте установлено право коллектива организовывать профессиональные союзы и другие объединения, определены дискриминационные критерии, включая предоставление полной свободы удовлетворения персоналом потребностей, связанных с религиозными убеждениями, национальной принадлежностью и др. Таким образом, в стандарте SA 8000 установлены международные нормативные требования к системе социально-этического менеджмента. К сожалению, практический интерес руководителей российских организаций к этому важному международному документу пока мало заметен.

Социально-этические проблемы любой бизнес-организации сегодня имеют не только локальный, но и более общий контекст, поскольку организация связана со многими внешними заинтересованными сторонами, а в более широком плане - с глобальной технологической, коммерческой и финансовой сетью. Кроме того, каждая бизнес-организация является частью системы общественного согласия, основу которой, по мнению Р. Салмона, одного из авторитетных специалистов по европейскому бизнесу, составляют утилитарный прагматизм, духовное начало социальных отношений и примат научного знания по отношению к технической рациональности[[7]](#footnote-7).

Фундаментальными принципами бизнеса являются ответственность за проводимую политику и действия в сфере бизнеса, уважение человеческого достоинства и интересов тех, кто участвует в бизнесе.

К числу главных принципов бизнеса относятся:

- ответственность бизнеса: от блага акционеров - к благу его ключевых партнеров;

- экономическое и социальное влияние бизнеса: стремление к прогрессу, справедливости и мировому сотрудничеству;

- этика бизнеса: от буквы закона к духу доверия;

- уважение правовых норм;

- поддержка многосторонних торговых отношений;

- забота об окружающей среде.

Представляется, что главные принципы особенно значимы для современной России, экономика которой находится в переходном периоде, когда происходит серьезная трансформация экономических институтов и когда бизнес далеко не всеми и не всегда воспринимается как общественно-полезная деятельность, создающая ценности для всех заинтересованных сторон.

Ключевые принципы бизнеса определяют характер взаимоотношений организации с потребителями, акционерами (инвесторами), поставщиками и конкурентами. Отметим ключевые принципы, касающиеся взаимоотношений организации с потребителями:

- обеспечение потребителей товарами и услугами в соответствии с их требованиями;

- обеспечение высокого уровня обслуживания потребителей;

- гарантирование того, что предложенные товары и услуги будут безопасны для потребителей и окружающей среды;

- гарантирование уважения потребителей (не допускается ущемление их человеческого достоинства в предлагаемых товарах и услугах, маркетинге и рекламе), а также учета культурных традиций потребителей.

Международные этические принципы бизнеса стали «идеологической базой» для формулирования такого понятия, как «социальная ответственность организации» (или «корпоративная социальная ответственность»). Консультативная группа Международной организации по стандартизации (ИСО) определила это понятие как «сбалансированный подход, позволяющий организациям решать экономические, социальные и экологические проблемы с пользой для персонала, местного населения и общества в целом»[[8]](#footnote-8). На стокгольмской конференции ИСО под девизом «Социальная ответственность касается всех нас» (июнь 2004 г.) в дополнение к стандарту SA 8000 было принято решение начать разработку стандарта по социальной ответственности. Рекомендации этого стандарта должны быть доступны для понимания и применения даже неспециалистами.

В отличие от юридической ответственности организаций, регулируемой конкретными государственными законами и нормами (вспомним, например, закон РФ «О защите прав потребителей», Гражданский и Трудовой кодексы РФ) и определяющей, что может, а чего не должна делать организация, ее социальная ответственность подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы общества. Сегодня принято считать, что каждая бизнес-организация, добиваясь высоких экономических результатов своей деловой активностью, обязана вносить позитивный вклад в решение социальных проблем общества, что, как правило, определяется миссией организации. Исходя из этого, организация наряду с экономическими целями, должна ставить перед собой и социальные цели. Как утверждает П. Друкер, бизнес, который не получает прибыли, равной, по крайней мере, его капитальным затратам, безответствен: он растрачивает ресурсы общества. Но экономические результаты не единственная ответственность бизнеса[[9]](#footnote-9). Наряду с экономической ответственностью П. Друкер имеет в виду и социальную.

На разных этапах развития бизнес-организации ее социальная ответственность выражается по-разному. На этапе начального становления, когда организация вынуждена решать такие задачи, как выживание и адаптация к изменяющимся внешним условиям, ее социальная ответственность сводится, прежде всего, к сохранению рабочих мест. С наступлением более благоприятного с позиций экономики периода развития у организации появляется возможность повысить свою социальную ответственность путем вложения части средств в социальные программы, учитывающие потребности и ожидания различных общественных групп как внутри организации, так и за ее пределами.

И, несмотря на то, что социальная ответственность связана с дополнительными расходами, ведением открытой и прозрачной публичной отчетности (например, в соответствии с требованиями международного стандарта АА 1000) и иных усложнений деятельности, быть социально ответственной организацией по большому счету выгодно. Придерживаясь политики социальной ответственности, организация получает определенные преимущества: формируется ее более привлекательный образ в обществе, возрастает доверие к организации со стороны широкого круга заинтересованных лиц, уменьшаются риски инвестирования в организацию, появляется возможность получать выгодные заказы, добиваться снижения местных налогов и др. И поскольку уже бизнес-организация вынуждена вовлекаться в разнообразные социальные проекты, то было бы правильно не просто рассматривать их как потерю, а попытаться включить в стратегию развития организации. Демонстрация организацией явной приверженности социальной политике снимает с нее подозрение в том, что она может действовать безнравственно или тем более - злонамеренно. Но следует иметь в виду, что чем выше социальная ответственность организации, тем заметнее ее влияние на общество, и тем большего общество ожидает от организации. Однако это не должно сдерживать организацию в ее приверженности социальной политике.

Повышение социальной ответственности организации, равно как и соблюдение других этических принципов бизнеса, неизбежно ставит вопрос о соотношении личных (индивидуальных) и общественных интересов. И хотя любая деятельность бизнес-организации фактически реализуется отдельными личностями, интересы (ценности, цели, мотивы) этих личностей не всегда совпадают с общественными. Баланс личных и общественных интересов может быть представлен в виде модели (рисунок), которую можно условно назвать моделью этического равновесия. Обеспечение этического равновесия, не допускающего конфликтов интересов, является заботой менеджеров организации и, прежде всего, ее высшего руководства, ответственного за формирование социальной этики организации.

При согласовании личных и общественных интересов особое значение, на наш взгляд, имеет руководящая деятельность, которая является неотъемлемой составляющей любого менеджмента. Важно отметить, что в последние десятилетия смысл понятия «руководство» претерпел существенные изменения. Если раньше руководство базировалось на власти и соответственно на отношениях безоговорочного подчинения, то в настоящее время в центре философии руководства находится согласие, т.е. сотрудничество всех, работающих под началом руководителя. Исходя из этого, сегодня руководство персоналом может быть сведено к трем основным аспектам: распорядительству (выдачу директив относительно того, что нужно делать), налаживанию сотрудничества между работниками и созданию заинтересованности в достижении поставленных целей.

С позиций социальной этики задачей руководителей как организаторов трудового процесса является целенаправленное воздействие на персонал, способное улучшить морально-психологический климат, предупредить и устранить серьезные конфликтные ситуации. Руководитель должен обладать определенной культурой общения, которая выражается в нормах профессиональной этики. К последней принято относить демократизм в общении с подчиненными, доступность, внимательность, умение создать доброжелательную рабочую атмосферу, вежливость, корректность и ответственное отношение к данному им слову. (Зададимся риторическим вопросом: многие ли из известных нам руководителей придерживаются этих норм?) Социологами доказано, что ничто так положительно не действует на поведение сотрудников, как пример поведения их руководителя. Когда сотрудники видят, что им есть чему поучиться у своих руководителей, то у них появляется потребность дорасти до этого уровня и стать такими же нравственными личностями.

Высокая же нравственность личностей организации укрепляет ее деловую репутацию и является важной движущей силой достижения успехов бизнесе.

# 2. Анализ социально-нравственных отношений в ЗАО ТРК «МКС»

# 2.1 Краткая характеристика ЗАО ТРК «МКС»

ЗАО ТРК «МКС» является радиовещательной компанией, действующей в соответствие с уставом. Для осуществления своей деятельности предприятие имеет лицензию.

Цель деятельности организации – удовлетворение интересов потребителей в информационных услугах.

Общая численность персонала ЗАО ТРК «МКС» составляет на конец 2009 года 27 человек, что позволяет относить компанию к числу малых предприятий. В целом персонал можно подразделить на следующие функциональные группы:

- административно-управленческий персонал (менеджеры высшего и среднего звена);

-- специалисты;

- технический и обслуживающий персонал.

Ниже в таблице 1 приводится данные по указанным категориям на конец 2009 года.

Таблица 1 - Структура персонала по категориям

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название категории персонала: | Число работников: | Процент, % |
| 1. Административно-управленческий персонал | 7 | 26 |
| 2. Специалисты (редакторы, другие специалисты) | 11 | 41 |
| 3. Технический и обслуживающий персонал | 9 | 33 |

Как видно из данной таблицы, около половины всего занятого персонала приходится на специалистов (юрист, инспектор по кадрам, секретарь референт, редакторы). Третью часть работников персонала составляют специалисты, на долю административно-управленческого персонала приходится 26%. Эти данные свидетельствуют о специфике деятельности ЗАО ТРК «МКС» как радиовещательной компании. Очевидно, что сказывается потребность в высококвалифицированных технических кадрах. По половому составу структура персонала выглядит следующим образом:

Таблица 2 - Структура персонала по полу

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название категории персонала: | Мужчины (чел.): | Женщины (чел.): |
| 1. Административно-управленческий персонал | 4 | 3 |
| 2. Специалисты | 1 | 10 |
| 3. Технический и обслуживающий персонал | 3 | 6 |
| Итого: | 8 | 19 |

Из данных таблицы 2 видно, что в ЗАО ТРК «МКС» работает 70% женщин и 30% мужчин, причем, большинство мужчин – это административно-управленческие работники. Высок процент женщин среди специалистов и технического персонала. Преобладание женщин в составе персонала ЗАО ТРК «МКС» накладывает свой отпечаток на социально-психологические отношения в коллективе.

По возрастному составу структура персонала выглядит следующим образом.

Таблица 3 - Структура персонала по возрастному составу

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Возрастная категория: | Количество работников (чел.): | Процент (%): |
| От 20 до 30 лет | 11 | 41 |
| От 30 до 45 лет | 9 | 33 |
| От 45 и старше | 7 | 26 |

Из данной таблицы видно, что большая часть работников (около 50%) – это молодые работники в возрасте от 20 до 30 лет. Процент работников предпенсионного возраста относительно невелик – 26%. Возрастной состав работников ЗАО ТРК «МКС» говорит о том, что компания – молодая, динамично развивается, высок уровень притязаний работников.

Для изучения мобильности персонала необходимо проанализировать общее число принятых и уволенных с работы за 2008 и 2009 годы. Эти данные приведены в таблице 4.

Таблица 4 - Динамика персонала

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2008, чел. | 2009, чел. | Итого, чел: | Отношение к общему числу персонала на конец 2009 года (%) |
| Принято: | 4 | 7 | 11 | 41 |
| Уволено: | 5 | 9 | 8 | 30 |
| Текучесть кадров: | 1 | 2 |  |  |

Таким образом, из данной таблицы видно, что численность персонала к настоящему времени увеличилась за счет найма новых работников. Однако текучесть кадров остается практически на одном уровне. Основные причины увольнения:

1) достижение пенсионного возраста;

2) увольнение по собственному желанию,

3) нарушение трудового законодательства. Среди причин увольнения присутствуют такие основания, как нарушение норм трудового законодательства, предусмотренные ст. 81 п. 4,5 ТК РФ. Это говорит о недостаточно высокой дисциплине труда в коллективе. Кроме того, вызывает серьезное опасение увеличение числа увольнений работников в связи с нарушением трудового законодательства.

Таким образом, была исследована структура и мобильность персонала в ЗАО ТРК «МКС» за 2008-2009 годы. Были установлены численные соотношения по половому, возрастному составу, мобильности и текучести кадров. Нужно отметить, что текучесть кадров – это ситуация, в принципе характерная для большинства организаций.

Она связана с отсутствием должной мотивации работников работать по своей специальности в силу ряда причин, одной из которых является низкая заработная плата.

**2.2 Характеристика социальной ситуации в организации**

В организации в группу «социального риска» попадают две категории работников – работники предпенсионного возраста, численность которых составляет 1/3 всего количества работников, а также молодые вновь нанятые специалисты. Их отнесение к числу работников, нуждающихся в социальной поддержке, обусловлено тем, что первая категория работников с выходом на пенсию теряет социальную связь с организацией, а размер пенсии, очевидно, будет не столь велик, чтобы жить в достатке, а вторая категория работников нуждается в социальной, психологической и мотивационной поддержке в силу возраста, отсутствия должного опыта и небольшого размера оплаты труда. Кроме того, к данной категории следует отнести лиц с семейными обязанностями (матерей, тех, кто осуществляет уход за престарелыми и т.д.).

Анализ удовлетворенности трудом показал, что большинство работников, в том числе молодых специалистов и работников среднего возраста, недовольны уровнем оплаты труда, а также отсутствием ряда социальных льгот (например, возможность получить путевки, бесплатное медицинское обслуживание и т.д.). Все это создает неблагоприятную ситуацию в коллективе, высокую текучесть кадров, отсутствие стимулов в труду.

Руководство в данной ситуации занимает выжидательную позицию. Понимая и видя, что нет отрытого недовольства со стороны подчиненных, руководство предпочитает не затрагивать вопросы повышения размеров оплаты труда, социальных льгот и гарантий.

Нужно отметить, что в силу малочисленности организации собственной социальной инфраструктуры в организации не создано.

Однако в соответствии с заключаемыми трудовыми договорами работникам предоставляют следующие социальные льготы и гарантии:

- оплаченные праздничные дни;

- оплаченные отпуска;

- оплаченные дни временной нетрудоспособности;

- оплаченное время перерыва на отдых;

- оплаченное время на обед;

- медицинское страхование на предприятии;

- дополнительное пенсионное страхование на предприятии;

- страхование от несчастных случаев;

- предоставление бесплатных стоянок для автомобилей;

- помощь в повышении образования, профессиональной подготовке и переподготовке;

- предоставление в пользование работников объектов отдыха и развлечений.

Показателем эффективности командной деятельности в любой организации определяет социально-психологический климат в организации.

Для определения социально-психологического климата в организации группе работников ЗАО ТРК «МКС» в составе 12 человек (3 мужчины и 9 женщин) был предложен тест (см. приложение).

В результате тестирования нами были получены следующие данные (см. таблицу 5).

Таблица 5 - Индивидуальные оценки отдельных компонентов отношения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Участники опроса | Эмоциональный компонент | Когнитивный компонент | Поведенческий компонент |
| 1 | + | + | + |
| 2 | + | + | + |
| 3 | - | - | 0 |
| 4 | + | - | + |
| 5 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | 0 | - | 0 |
| 7 | - | + | + |
| 8 | + | - | - |
| 9 | + | 0 | + |
| 10 | - | 0 | + |
| 11 | + | + | 0 |
| 12 | + | + | + |

На следующем этапе обработки для каждого компонента выводится средняя оценка по выборке. Средняя оценка считается по формуле средней арифметической (сумма ответов на вопросы, деленная на число участников тестирования).

Рассчитаем средние величины по каждой компоненте:

1) Эмоциональная компонента: 0,25 (противоречивая оценка);

2) Когнитивный компонент: 0,17 (противоречивая оценка);

3) Поведенческий компонент: 0,5 (положительная оценка).

Полученные средние классифицируются в соответствие с принятой трехчленной оценкой ответов. Для этого континуум возможных оценок (от -1 до +1) делится на три равные части: от -1 до -0,33 (отрицательная оценка); от -0,33 до +0,33 (противоречивая, неопределенная) и от +0,33 до +1 (положительная).

Тип отношения в коллективе выводится как средняя оценка всех трех компонент. В нашем случае получим: (0,25+0,17+0,5)/ 3 = 0, 31.

Таким образом, на основе произведенных вычислений можно сделать вывод о том, что тип отношений в коллективе является противоречивым, неопределенным.

Таким образом, с учетом полученных результатов социально-психологический климат в коллективе следует считать относительно благоприятным, ближе к неопределенному. В коллективе отсутствует сплоченность, однако нет острых конфликтов (здесь может сказываться преобладание в коллективе женщин, доверительное отношение руководителей к персоналу, средний уровень мотивации работников, заинтересованность работников в труде). Противоречивость, неопределенность отношений в коллективе следует объяснить слабой организованностью, отсутствием взаимодействия между структурными подразделениями, отсутствием согласованности интересов руководителей и работников.

С персоналом организации заключается коллективный договор, в котором, в частности, прописаны социальные гарантии работникам, льготы и размеры пособий, которые перечислены выше. Однако данный договор не пересматривался уже более двух лет, в связи с чем многие его положения устарели и утратили силу. Никаких других нормативных актов с работниками в отдельности и с персоналом в целом в ЗАО ТРК «МКС» не заключается.

Отдельные направления социальной работы с персоналом возлагаются на заместителя руководителя организации, а также на отдел кадров. Специалисты отдела кадров решают вопросы социальной защиты посредством предоставления нуждающимся работникам денежных социальных выплат, разработки должностных инструкций, в которых включены социальные выплаты, разработки текста трудового договора.

Как уже отмечалось выше, социально-психологический климат коллектива является в известной степени противоречивой и нуждается в изменениях. Конкретные изменения структуры будут зависеть от решений, принятых в ходе определения стратегии. Структура должна быть оформлена соответствующим образом для успеха реализации стратегии. Такие изменения потребуют значительной работы и времени, поэтому их надо делать постепенно. Возможная последовательность реализации может быть следующей.

Сначала необходимо определить для каждой из областей развития компании участников и схемы взаимодействия между ними. Определение может быть осуществлено в виде схемы с указанием участников, распределения функций и последовательностью реализации задач. В проведении данной работы целесообразно участие первого заместителя Генерального директора, руководителей структурных подразделений.

Следующим шагом должно быть информирование о принятых схемах взаимодействия всех исполнителей и выполнение работ в соответствии со схемами, учитывая и своевременно внося необходимые уточнения и дополнения.

После того, как мы получим первый опыт выполнения работ, необходимо будет закрепить наработанные схемы взаимодействия в Положении об аппарате ЗАО ТРК «МКС», а также Положениях о подразделениях и соответствующих документах предприятий.

В ЗАО ТРК «МКС» возможны следующие нововведения:

- ввести систему премирования сотрудников: учредить подарки и денежные вознаграждения за отличную работу. Определение размера премий должно базироваться на таких показателях, на которые работники могут оказать реальное воздействие, т.е. на что они могут повлиять (прежде всего, в лучшую сторону), контролировать на своих рабочих местах, производственных участках;

- вести льготные путевки в санатории и детские оздоровительные лагеря для сотрудников и их детей;

- пересмотреть коллективный договор, ввести новые социальные льготы, утвердить размеры социальных выплат, предоставляемых организацией.

**3. Совершенствование нравственных аспектов в социальном управлении**

Для ЗАО ТРК «МКС» можно выделить ряд наиболее распространенных мер по повышению этичности сотрудников, принятых в практике ведущих компаний мира:

- разработка этических нормативов - положений, описывающих систему общих ценностей и правил этики организации. Например, часто не одобряются или караются взятки, вымогательство, подарки, выплата соучастнику незаконно полученных денег, конфликт на почве столкновения интересов, нарушение законов в целом, мошенничество, раскрытие секретов компании («коммерческой тайны»), использование информации, полученной в доверительной беседе от членов «своей» группы, незаконные выплаты политическим организациям, противоправные действия в интересах фирмы, производство заведомо некачественной продукции и т.п. Как правило, этические нормативы оформляются в виде «этического кодекса», «заповедей основателя», «образе жизни компании» и т.п.;

- создание комитетов по этике. В подобные комитеты как правило входят представители высшего руководства компании, собственники и прочие стейкхолдеры. Они выполняют роль мирового судьи, «совести организации», вынося авторитетные официальные нравственные суждения по спорным этическим вопросам;

- проведение социальных ревизий. Подготовка отчетов перед широкой общественностью о ходе программ социальной ответственности, а также о этичности ведения бизнеса, принятия управленческих решений и взаимоотношений сотрудников. Как правило, такие отчеты составляются внешними независимыми организациями - влиятельными журналами, телеканалами, ассоциациями и т.п.;

- обучение сотрудников этичному поведению. Сегодня курсы этики включают во многие программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки. Цель таких курсов - повысить общую культуру профессионального поведения и этичность поступков, а также подвести людей к мысли о моральной ответственности и нравственных последствиях совершаемых ими действий;

- личный пример руководителя. Руководитель, как правило, является моральным лидером компании, задавая общий климат и определяя степень этичности поступков. Личный пример высоко нравственного поведения руководителя практически всегда побуждает сотрудников следовать новым этическим нормам.

Действительно, индивидуальные морально-этические качества руководителя, бизнесмена имеют огромное значение для сотрудников.

На руководителя должны быть возложены следующие моральные обязательства:

- анализ ценностных аспектов любой проблемы, встающей перед организацией;

- контроль аффектов и эмоций - как своих собственных, так и окружающих людей;

- анализ предпочтений в организации в категориях «осознание», «вовлеченность», «приверженность», являющихся неопределенными понятиями;

- реализация этического выбора – «делать не то, что хочется, а то, что следует»;

- овладение «философией благородного труда»;

- овладение искусством безразличия к собственной выгоде;

Считается, что стать моральным лидером в организации руководитель может только тогда, когда он готов эффективно выполнять функции морального авторитета. Различают семь таких функций:

- профетическая - обращение к моральному авторитету, чтобы найти выход из кризисной ситуации («путь к спасению»).

- верификационная - определение оправданности (правильности) принятого решения.

- легитимационная - создание рецепта морально оправданных в кризисной ситуации действий.

- институциональная - формирование «культа героев» - образца правильного одобряемого поведения.

- прогностическая - переоценка моральным авторитетом кризисной ситуации: она рассматривается как прецедент в ряду возможных аналогичных событий.

- нарративная - создание моральным лидером канонической версии инцидента.

- табу - установление моральным авторитетом новых норм поведения и возможных моральных санкций за нарушение запретов.

Можно сформулировать несколько постулатов о личности и поведении человека бизнеса, отвечающих социальным ожиданиям - своеобразный «этический кодекс предпринимателя». Итак, этичный менеджер:

- убежден в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества, для государства;

- исходит из того, что все люди вокруг него хотят и умеют работать, стремятся реализовать себя вместе с ними;

- верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество, относится к бизнесу как к искусству;

- признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;

- уважает себя как личность, а любую личность - как себя;

- уважает любую собственность, государственную власть, общественные движения, социальный порядок, законы;

- доверяет себе, но и другим, уважает профессионализм и компетентность;

- ценит образование, науку и технику, уважает культуру и экологию;

- стремится к нововведениям;

является гуманистом.

Особое место среди вопросов деловой этики занимает отношение человека (прежде всего, бизнесмена и менеджера) к деньгам. Традиционное экономическое определение «деньги есть универсальные товарный эквивалент» не способно отразить проблему восприятия денег и отношения к ним. В современном обществе деньги нередко воспринимаются как мерило успеха их обладателя. Стремление к богатству на самом деле нередко основано на желании самоутвердиться, достичь общественного признания, экономической независимости и свободы. Как отмечает Евгений Емельянов, «деньги вообще - проблема для бедного, а не для богатого человека. Алчность, жадность и зависть к состоянию других, которые традиционно принято ассоциировать с богатством, означают лишь то, что человек не считает себя достаточно богатым и равняется на других, на тех, у кого денег, вещей или славы, как ему кажется, больше чем у него самого. И он не может мириться с этим фактом».

Этические проблемы сложны и противоречивы. Далеко не всегда человек, будь то предприниматель-собственник, менеджер или служащий способен в одиночку самостоятельно решить их. Всегда существует потребность опереться на что-то, спросить совета.

Ниже следует ряд рекомендаций людям бизнеса, которые хотят быть преуспевающими и этичными:

1) Помните, что предприниматель высокого класса способен превращать вредное (мешающее делу явление) в полезное (помогающее достижению цели).

2) Выработайте привычку: все, с чем Вы сталкиваетесь, рассматривать с точки зрения пользы для Вашего дела.

3) Выполняйте обещания в срок. Если не смогли выполнить - не оправдывайтесь, а определите новый срок и сдержите слово, пусть с опозданием.

4) Будьте внимательны и объективны к "бесполезным" предложениям.

5) Отклоняйте ненужные предложения, но тактично и вежливо.

6) Будучи уверенным в себе, избегайте быть самоуверенными, самоуверенность - предпосылка использования не лучших приемов и методов в работе.

7) Не перекладывайте ответственности за принятие нужного решения на подчиненных, если это не входит в их компетенцию или они не получи ли от Вас соответствующего задания или рекомендации.

8) Помните, что ничто так не компрометирует предпринимателя, как его растерянность.

9) Чтобы эффективно подчинять, умейте подчиняться, хотя бы обстоятельствам.

10) Воспитывайте подчиненных ненавязчиво, но верно, поощряйте их плодотворный труд и инициативу.

11) Никогда не забывайте, что Ваше мнение или позиция вовсе не всегда хороши, есть и другие мнения и позиции, отнюдь не худшие.

12) Не оставляйте без тщательного анализа ни один случай неудачи, сбоя, промаха.

13) Не забывайте, что знание личных побудительных мотивов людей - одна из важнейших основ эффективного взаимодействия с подчиненными.

14) Согласовывать цели предприятия с личными целями сотрудников не менее важно, чем согласовывать личные цели сотрудников с целями предприятия.

15) В общении с людьми научитесь понимать то, что не высказано.

16) Руководствуйтесь в работе тремя "не": не раздражайтесь, не теряйтесь, не распыляйтесь.

17) Высшая форма неуважения к партнерам и подчиненным - задержать начало работы из-за своего опоздания или неподготовленности мероприятия.

18) Будьте терпимы к недостаткам людей, если эти недостатки не мешают Вашему бизнесу.

19) Помните, что человека можно оскорбить не только словом; поза, жесты, мимика часто не менее выразительны.

20) Занимайтесь только теми вопросами, в решении которых Ваше участие обязательно.

21) Будьте справедливы к деловым качествам человека, особенно если Ваши отношения с ним оставляют желать лучшего. Вполне возможно, что не лучшее отношение к Вам - следствие Ваших несовершенств.

22) Не страшитесь талантливых подчиненных.

23) Предоставляйте сотрудникам максимум свободы для достижения целей предприятия.

24) Хвалите на людях, порицайте с глазу на глаз.

25) Помните, что нет ничего острее и болезненнее для человека, чем унижение. Последнее никогда не забывается и не прощается. Бойтесь совершить несправедливость - она сильно задевает людей.

26) Сочувствие часто ценнее денег.

27) Умейте слушать, имейте бесконечное терпение.

Особым разделом этики бизнеса является деловой этикет. Этикет представляет собой порядок поведения в определенной социальной сфере - систему детально разработанных правил учтивости, включающих формы знакомства, приветствия и прощания, выражения благодарности и сочувствия, культуру речи, умение вести беседу, правила поведения за столом, поздравления, подарки и т.д. Правила делового этикета являются общепринятыми в международном деловом общении, хотя и имеют некоторые национальные и корпоративные особенности. В организации этикет во многом определяется культурой взаимоотношений, традициями и стилем руководства.

В заключение хочется заметить, что глубокое понимание и принятие деловой этики как внутренней нормы сегодня является обязательным для менеджера любого уровня и в особенности - для предпринимателя. Управление будучи весьма специфической деятельностью обязывает руководителей заботиться о пределах и последствиях своих действий.

# Заключение

В ходе проделанной работы мы пришли к следующим выводам.

Процесс общения не может быть воспринят однозначно. В контексте нашей работы мы понимали под общением в большей степени индивидуальное коммуникативное поведение, имеющее внутреннюю (лингвопсихологическую) и внешнюю (поведенческую) стороны. Под вербальными средствами общения понимаются слова, содержание звучащей речи. К невербальным средствам общения относятся жесты, мимика, положение тела в пространстве (поза и дистанция). В совокупности со словами помогают понять смысл звучащей речи, выступают в качестве индикаторов истинности или ложности слов собеседника, его личностного отношения к вам.

Этика в качестве прикладной науки играет важную роль в построении деловых отношений. Этика занимается конкретизацией общечеловеческих моральных норм и принципов применительно к данным ситуациям, для отдельных групп людей с учетом специфики их жизнедеятельности. Этика аккумулирует в себе взаимодействие этической теории, моральной жизни и нравственного воспитания личности.

Можно рекомендовать следующие принципы деловой этики для руководителя ЗАО ТРК «Мир».

- Разрабатывать и утверждать этические правила в компании.

- Учитывать в ходе деятельности советов директоров интересы всех заинтересованных лиц компании.

- Осуществлять эффективный контроль за деятельностью менеджеров с целью недопущения злоупотреблений и иных этических нарушений с их стороны.

- Осуществлять контроль за внедрением менеджерами этических правил в деятельность компании.

- Осуществлять мониторинг прозрачности компании, соблюдения требований законодательства, учредительных и внутренних документов общества со стороны акционеров, менеджеров и работников общества.

- Разрабатывать и представлять акционерам рекомендации по справедливой и разумной дивидендной политике.

- Разрабатывать эффективную систему мотивации деятельности менеджеров.

- Отчитываться перед акционерами и предоставлять им полную и достоверную информацию о положении дел в компании.

**Список литературы**

1. Андреева И.В. Этика деловых отношений: Учебное пособие. - СПб: Вектор, 2005.

2. Герстнер Л. Кто сказал, что слоны не умеют танцевать?: Пер. с англ. - М.: Альпи-на Паблишер, 2003.

3. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации. — М., 1997.

4. Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. — М., 1998.

5. Корпоративная социальная ответственность // ИСО 9000 + ИСО 14000 +. - 2004. -№ 1. - С. 13-17.

6. Лисенкова Л.Ф. Психология и этика деловых отношений. – М.: Институт практической психологии, 2008.

7. Менеджмент социальной работы: Учебное пособие / Под ред.Е.И. Комарова, А.И. Бойтенко. — М.: ВЛАДОС, 2007.

8. Менеджмент. Учебник для вызов по экон. спец. Под ред. М.М. Максимцова, А.В.Игнатьевой – М.: ЮНИТИ, 2005.

9. Менеджмент: Учебник для вузов / Под ред. Л.С.Лебедева. — М.: Финансы и статистика, 2001.

10. Миникес Л. Hесколько советов не только деловым людям//Hаука и жизнь. - 2002. - №8.

11. Модель делового совершенства: глоссарий и методы // Методы менеджмента качества. - 2004. - № 9. - С. 45-49.

12. Основы современного социального управления: теория и методология: Учебное пособие / Под ред. В. Н. Иванова. — М.: Экономика, 2008.

13. Прокушев Е.В. Менеджмент первичного уровня. – М., 1999.

14. Репутация: как это делается в России // Эксперт. - 2003. - № 38. - С. 82-100.

15. Салмон Р. Будущее менеджмента: Пер. с англ. - СПб: Питер, 2004.

16. Свиткин М.З. От менеджмента качества к качеству менеджмента и бизнеса: миф или реальность? // Стандарты и качество. - 2004. - № 1. - С. 74-79.

17. Свиткин М.З. Социально-психологические аспекты менеджмента организации // Стандарты и качество. - 2005. - № 1. - С. 54-57.

18. Семенов А.К. Психология и этика менеджмента и бизнеса – Волгоград, 1997.

19. Яновский А., Яновская М. Этика предпринимательства // Хозяйство и право. – 2003. – №15.

**Приложение**

**Тест на определение социально-психологического климата в коллективе**

**I. Отметьте, с каким из приведенных ниже утверждений Вы согласны?**

1. Большинство членов нашего коллектива – хорошие симпатичные люди.

2. В нашем коллективе есть всякие люди.

3. Большинство членов нашего коллектива – люди малоприятные.

**II. Считаете ли Вы, что было бы хорошо, если бы члены нашего коллектива жили близко друг от друга?**

1. Нет, конечно.

2. Скорее нет, чем да.

3. Не знаю, не задумывался (ась) об этом.

4. Скорее да, чем нет.

5. Да, конечно.

**III. Как вам кажется, могли бы Вы дать достаточно полную характеристику:**

А. Деловых качеств большинство членов коллектива.

1. Да.

2. Пожалуй, да.

3. Не знаю, не задумывался (ась) об этом.

4. Пожалуй, нет.

5. Нет.

Б. Личных качеств большинства членов коллектива.

1. Да.

2. Пожалуй, да.

3. Не знаю, не задумывался (ась) об этом.

4. Пожалуй, нет.

5. Нет.

**IV. Представлена шкала от 1 до 9, где цифра 1 характеризует коллектив, который вам очень сильно нравится, а цифра 9 – коллектив, который вам очень не нравится. Какой бы цифрой вы бы охарактеризовали ваш коллектив.**

1 2 3 4 5 6 7 8 9

**V. Если бы у вас появилась возможность провести каникулы (отпуск) с членами Вашего коллектива, то как бы вы к этому отнеслись?**

1. Это бы меня вполне устроило.

2. Не знаю, не задумывался (ась) об этом.

3. Это бы меня совершенно не устроило.

**VI. Могли бы Вы с достаточной уверенностью сказать о большинстве членов Вашего коллектива, с кем они охотно общаются по деловым вопросам?**

1. Нет, не мог бы.

2. Не могу сказать, не задумывался (ась) об этом.

3. Да, мог бы.

**VII. Представлена шкала от 1 до 9, где цифра 1 соответствует нездоровой, недружеской атмосфере, а цифра 9, наоборот, атмосфере взаимопомощи, взаимного уважения. К какой бы цифре вы отнесли свой коллектив:**

1 2 3 4 5 6 7 8 9

**VIII. Как Вы думаете, если бы Вы заболели или долго не появлялись по какой-либо причине, стремились бы Вы встречаться с членами Вашего коллектива?**

1. Да, конечно.

2. Скорее да, чем нет.

3. Затрудняюсь ответить.

4. Скорее нет, чем да.

5. Нет, конечно.

1. Менеджмент. Учебник для вызов по экон. спец. Под ред. М.М. Максимцова, А.В.Игнатьевой – М.: ЮНИТИ, 2005. – С.182. [↑](#footnote-ref-1)
2. Вебер М. Избранное: Пер. с нем. - М.: Юрист, 1994. – С.151. [↑](#footnote-ref-2)
3. Модель делового совершенства: глоссарий и методы // Методы менеджмента качества. - 2004. - № 9. - С. 45-49. [↑](#footnote-ref-3)
4. Андреева И.В. Этика деловых отношений: Учебное пособие. - СПб: Вектор, 2005. – С.71. [↑](#footnote-ref-4)
5. Шахирев В.Н. Введение в российскую деловую культуру. - М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. [↑](#footnote-ref-5)
6. Шахирев В.Н. Введение в российскую деловую культуру. - М.: ОАО «Типография «Новости», 2000. [↑](#footnote-ref-6)
7. Салмон Р. Будущее менеджмента: Пер. с англ. - СПб: Питер, 2004. – С.104. [↑](#footnote-ref-7)
8. Корпоративная социальная ответственность // ИСО 9000 + ИСО 14000 +. - 2004. -№ 1. - С. 13-17. [↑](#footnote-ref-8)
9. Корпоративная социальная ответственность // ИСО 9000 + ИСО 14000 +. - 2004. -№ 1. - С.13-17. [↑](#footnote-ref-9)