Социальная ответственность и этика

Содержание

Роль бизнеса в обществе.

Аргументы в пользу социальной ответственности

Аргументы против социальной ответственности

Социальная ответственность на практике

Этика и современное управление

Повышение показателей этичности поведения.

Резюме

Литература

**Роль бизнеса в обществе**

Существуют две различные точки зрения на то, как следует вести себя организациям в отношении с их общественной средой, чтобы считаться социально ответственными. Согласно одной из них, организация социально ответственна, когда максимально увеличивает прибыль, не нарушая законов и норм государственного регулирования. С этих позиций организация должна преследовать только экономические цели. Согласно другой точке зрения, организация в дополнение к ответственности экономического характера обязана учитывать человеческие и социальные аспекты воздействия своей деловой активности на работников, потребителей и местные общины, в которых проходит ее деятельность, а также вносить определенный позитивный вклад в решение социальных проблем в целом.

Вначале ХХ века некоторые руководители бизнеса выражали уверенность в том, что корпорации обязаны использовать свои ресурсы таким образом, чтобы общество оказывалось в выигрыше. Занимавшийся производством стали Эндрю Карнеги, к примеру, вложил 350 мил. долл. в социальные программы и построил более 2000 публичных библиотек. Доктрина капиталистической благотворительности, согласно которой прибыльные организации должны жертвовать часть прибыли во благо общества, была рассмотрена Карнеги в работе “Евангелие процветания” , опубликованной в 1900 г.

Противоположные по своему характеру выводы из того, что следует понимать под концепцией социальной ответственности, порождены спорами о целях организации. С одной стороны, есть люди, рассматривающие организацию как экономическую целостность, обязанную заботится только об эффективности использования своих ресурсов. Поступая, таким образом, организация выполняет экономическую функцию производства продукции и услуг, необходимых для общества со свободной рыночной экономикой, обеспечивая одновременно работу для граждан и максимальные прибыли и вознаграждения для акционеров.

С другой стороны, есть мнение, согласно которому организация- это нечто большее, чем экономическая целостность. Согласно этой точке зрения организация является сложной частью окружения, включающего множество составляющих, от которых зависит самое существование организации. К таким составляющим относятся местные общины, потребители, поставщики, средства информации, группы общественного давления, союзы или объединения, а также работники и держатели акций. Эта многослойная общественная среда может сильно влиять на достижение организацией ее целей, поэтому организации приходится уравновешивать чисто экономические цели с экономическими и социальными интересами этих составляющих среды. Согласно этой точки зрения, организации несут ответственность перед обществом, в котором функционируют, помимо и сверх обеспечения эффективности, занятости, прибыли и не нарушения закона. Организации должны, поэтому направлять часть своих ресурсов и усилий по социальным каналам.

Социальная ответственность, в отличие от юридической, подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы со стороны организации.

Споры о роли бизнеса в обществе породили многочисленные аргументы за и против социальной ответственности.

**Аргументы в пользу социальной ответственности**

* 1. Благоприятные для бизнеса долгосрочные перспективы. Социальные действия предприятий, улучшающие жизнь местного общества или устраняющие необходимость государственного регулирования, могут быть в собственных интересах предприятий в силу выгод, обеспечиваемых участием в жизни общества. В обществе более благополучном с социальной точки зрения благоприятнее условия и для деятельности бизнеса. Кроме того, даже если краткосрочные издержки в связи с социальным действием высоки, в долгосрочной перспективе они могут стимулировать прибыль, поскольку у потребителей, поставщиков и местного сообщества формируется более привлекательный образ предприятия.
	2. Изменение потребностей и ожиданий широкой публики. Связанные с бизнесом социальные ожидания радикально изменились с 60-х годов. Чтобы сузить разрыв между новыми ожиданиями и реальным откликом предприятий, их вовлеченность в решение социальных проблем становиться и ожидаемой и необходимой.
	3. Наличие ресурсов для оказания помощи в решении социальных проблем. Поскольку бизнес располагает значительными людскими и финансовыми ресурсами, ему следовало бы передавать их часть на социальные нужды.
	4. Моральное обязательство вести себя социально ответственно. Предприятие является членом общества, поэтому нормы морали также должны управлять его поведением. Предприятие, подобно индивидуальным членам общества, должно действовать социально ответственным образом и способствовать укреплению моральных основ общества. Более того, поскольку законы не могут охватить все случаи жизни, предприятия должны исходить из ответственного поведения, чтобы поддерживать общество, основанное на упорядоченности и законности.

**Аргументы против социальной ответственности**

* 1. Нарушение принципа максимизации прибыли. Направление части ресурсов на социальные нужды снижает влияние принципа максимизации прибыли. Предприятие ведет себя в наибольшей мере социально ответственно, сосредоточиваясь только на экономических интересах и оставляя социальные проблемы государственным учреждениям и службам, благотворительным институтам и просветительским организациям.
	2. Расходы на социальную вовлеченность. Средства, направляемые на социальные нужды, являются для предприятия издержками. В конечном счете, эти издержки переносятся на потребителей в виде повышения цен. Кроме того, фирмы, участвующие в конкурентной борьбе на международных рынках с фирмами других стран, которые не несут затрат на социальные нужды, оказываются в неблагоприятном положении в конкуренции. В результате снижается их сбыт на международных рынках, что ведет к ухудшению платежного баланса США во внешней торговле.
	3. Недостаточный уровень отчетности широкой публике. Поскольку управляющих не выбирают, они не являются подотчетными широкой публике. Рыночная система хорошо контролирует экономические показатели предприятий и плохо – их социальную вовлеченность. До тех пор, пока общество не разработает порядок прямой отчетности ему предприятий, последние не будут участвовать в социальных действиях, за которые они не считают себя ответственными.
	4. Недостаток умения разрешать социальные проблемы. Персонал любого предприятия лучше всего подготовлен к деятельности в сферах экономики, рынка и техники. Он лишен опыта, позволяющего делать значимые вклады в решение проблем социального характера. Совершенствованию общества должны способствовать специалиста, работающие в соответствующих государственных учреждениях и благотворительных организациях.

Социальная ответственность на практике Согласно исследованиям по вопросу отношения руководящих работников к корпоративной социальной ответственности, намечается явный сдвиг в сторону ее повышения. Опрошенные руководители считают, что давление в направлении повышения социальной ответственности бизнеса реально, имеет большое значение, и будет продолжаться. Другие исследования показали, что представители высшего руководства фирм начали участвовать в работе местных сообществ как добровольцы.

Самым большим препятствием в разработке программ в рамках социальной ответственности руководители называют требования рядовых работников и менеджеров увеличить доходы на акцию в ежеквартальном исчислении. Стремление к скорейшему увеличению прибыли и доходов заставляет управляющих отказываться от передачи части своих ресурсов на программы, обусловленные социальной ответственностью.

Организации предпринимают многочисленные шаги в сфере добровольного участия в жизни общества. К примеру, фирма “Проктер энд Гэмбл” в 1980г. сняла с продажи свои тампоны “рилай” , обнаружив, что они могут быть причиной шока из-за токсичности. Нужно подчеркнуть, что решение было добровольным, а не стало следствием правовых или регулирующих требований. Хотя можно предположить, что фирма “Проктер энд Гэмбл” получила юридическую консультацию относительно возможностей судебного преследования, ее действие, тем не менее, демонстрируют социальную ответственность.

Этика и современное управление В сердцевине проблемы социальной ответственности находятся личные ценности, общие убеждение относительно добра и зла. Люди, полагающие, что “организации должны максимизировать прибыль, подчиняясь закону” , скорее всего, придадут высокую ценность максимизации прибыли, эффективности и жесткому следованию закону и низкую ценность – альтруизму. Такие люди считают, что организация ведет себя правильно и является социально ответственной, пока ее действия отвечают данной системе ценностей. Чтобы сделать выбор в пользу правильного поведения, важно иметь начальное представление об этике. Этика имеет дело с принципами, определяющее правильное и неправильное поведение.

Однако этика бизнеса затрагивает не только проблему социально ответственного поведения. Она сосредоточена на широком спектре вариантов поведения управляющих и управляемых. Более того, в фокусе ее внимания – и цели, и средства, используемые для их достижения теми и другими. Например, почти все американцы, скорее всего, сочтут, что неэтично давать чиновнику взятку ради получения контракта. В этом случае неэтично средство. Представим, однако, что речь идет о контракте на закупку шкур котиков, используемых на производство одежды. Некоторые люди, для которых защита животных стоит на высоком месте, могут считать, что использование котиковых шкур неэтично, даже если их можно получить, не давая взятки. Здесь неэтичной является цель. Действия руководителей или рядовых работников, нарушающие закон, также следует рассматривать как неэтичные.

Помимо старших руководителей, часто демонстрирующих неэтичное корпоративное поведение, любое лицо организации может также действовать неэтично. Рассмотрим следующие ситуации. Вы агент по закупкам, и один из поставщиков, с которым вы ведете дела, предлагает вам ящик хорошего вина. Принять ли вам его? Вы видите, как некоторые ваши коллеги ведут междугородние разговоры по личным вопросам. Следует ли вам делать тоже самое? Следует подчеркнуть, что в этих примерах нет речи о нарушении закона, однако, соответствующие действия могут быть расценены многими как неправильные.

**Повышение показателей этичности поведения**

Организации предпринимают разные меры в целях повышения характеристик 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, по мнению организации, должны придерживаться ее работники. Этические нормативы разрабатываются с целью описания целей организации, создания нормальной этической атмосферы и определения этических рекомендаций в процессах принятия решений.

Комитеты по этике. Некоторые организации создают постоянные комитеты для оценки повседневной практики с точки зрения этики. Почти все члены таких комитетов – руководители высшего уровня. Некоторые организации не создают таких комитетов, но нанимают специалистов по этике бизнеса, называемого адвокатом по этике. Роль такого адвоката – выработка суждений по этическим вопросам, связанным с деятельностью организации, а также выполнения функции “социальной совести” организации.

Социальные ревизии предложены для оценки и составления отчетов о социальном влиянии действий и программ организации. Сторонники социальной ревизии полагают, что отчеты такого типа могут свидетельствовать об уровне социальной ответственности организации. Хотя некоторые компании пытались воспользоваться принципами социальной ревизии, но проблемы измерения прямых издержек и выгод от реализации социальных программ пока не решены.

Обучение этичному поведению. Еще один подход, используемый организациями для повышения показателей этичности поведения, - обучение этичному поведению руководителей и рядовых работников. При этом работников знакомят с этикой бизнеса и повышают их восприимчивость к этическим проблемам, которые могут перед ними возникнуть. Встраивание этики как предмета в курсы обучения бизнесу на университетском уровне является еще одной формой обучения этичному поведению, благодаря чему обучающиеся начинают лучше понимать эти проблемы.

Согласно исследованию Центра Этики бизнеса, “корпорации гораздо более озабочены этикой сегодня, чем в прошлом, они предприняли конкретные шаги по внедрению этики в свою практику” . При этом ежедневные газеты изобилуют примерами неэтичного поведения работников организаций любого типа; однако, мы полагаем, что сами организации не испытывают недостатка в противоположных примерах этичных действий своих сотрудников. Продолжая внедрять различные программы и методы, описанные выше, и добиваясь, чтобы руководители высокого уровня служили ролевыми моделями надлежащего этичного поведения, организации должны иметь возможность повысить свои этические стандарты.

**Резюме**

1. По поводу социальной ответственности существуют две определенные точки зрения. Согласно одной, организация социально ответственна, если максимизирует прибыль, не выходя за рамки законов и других установлений. Согласно – другой помимо адекватного реагирования на экономические обстоятельства, руководство обязано ответственно относится к гуманитарному и социальному воздействию деловой активности на работников, потребителей и сообщества, в среде которых функционирует компания. Исходя из этой точки зрения, организации должны вносить позитивный вклад в жизнь общества.
2. Юридическая ответственность, в отличие от социальной, подразумевает соблюдение конкретных законов и норм государственного регулирования, определяющих, что может, а чего не может делать организация. Социальная ответственность, напротив, связана с определенной степенью добровольности реагирования организации.
3. Предложены многочисленные аргументы за и портив социальной ответственности.
4. Некоторые организации разработали программы активного действия в духе социальной ответственности.
5. Затронута тема деловой этики с указанием принципов, определяющих правильный и неправильный подход к ведению дела.
6. Согласно опросам общественного мнения, среди широкой публики господствует убеждение о падении ценности этичного поведения в США.
7. Организации имеют возможности предпринимать многочисленные шаги для повышения показателей этичности поведения своих работников.

**Литература**

Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури “Основы менеджмента” – М. “Дело” 1994г.