

Тема: Ответственность и этика в менеджменте

ЛЕКЦИЯ

1. Ответственность в менеджменте

2. Этика в менеджменте

Вопросы для самоконтроля

1. Ответственность и этика в менеджменте

Ответственность – возложенная на должностное лицо обязанность выполнять поставленные задания и обеспечивать их положительное выполнение.

В процессе деятельности организации выделяют два вида ответственности предпринимателя и менеджера – юридическую и социальную.

Одной из задач современного менеджмента является то, что предприятие придерживалась в своей деятельности действующих норм и законов, мгновенно реагировала на их изменения. Выполнение организацией всех юридических актов является свидетельством высокого уровня развития в ней менеджмента, дает право ей занимать свою долю рынка, иметь высокий рейтинг среди конкурентов.

Юридическая ответственность – соблюдение конкретных государственных законодательных актов, инструкций, положений и др., которые определяют пределы, нормы, основы функционирования организаций.

Юридические нормы управления содержатся в государственно-правовых и организационно-правовых нормативных актах. *Например:* каким должен быть допустимый уровень токсических веществ в промышленных стоках, какие минимальные требования к безопасности продукции, какого типа товары можно продавать другим странам и др. Организация, которая подчиняется всем этим законам и нормативам ведет себе юридически ответственным образом. Но с точки зрения социальной ответственности она может быть на плохом счету.

Социальная ответственность – добровольная реакция организации на социальные проблемы общества. *Например:* закон не принуждает популярных музыкантов передавать значительную часть заработанных средств населению, пострадавшему вследствие теракта или наводнения. Однако, имеется множество примеров, когда они, жертвуя своим временем, помогли собрать необходимые средства для пострадавшего населения.

В странах с рыночной экономикой общество выработало представление о том, как должна вести себя организация в обществе, чтобы ее считали добропорядочной.

Подобная концепция для многих предприятий становится культурой предпринимательства, т.е. суммой представлений о ценностях, нормах, принципах и образах поведения, которые исповедуют члены организации.

За последнее время социальная ответственность нашла выражение в концепции социально-этичного маркетинга. Эта концепция утверждает, что организация, считающая себя добропорядочной по отношению ко обществу, должна определять нужды, потребности, интересы целевых рынков. одновременно с этим должно сохраняться или укрепляться благополучие потребителя и общества в целом. Подобную концепцию вызвали к жизни обстоятельства, связанные с ухудшением качества окружающей среды, нехваткой и нерациональным использованием природных ресурсов, стремительным приростом населения, защищенным состоянием сферы социальных услуг, всемирной инфляцией.

Преимущества социальной ответственности:

Обеспечивает долгосрочные перспективы развития общества. Социальные действия предприятий, улучшающие жизнь местного сообщества или устраняющие необходимость государственного регулирования, могут давать дополнительные выгоды, так как в благополучном в социальном плане обществе создаются более благоприятные условия для бизнеса. Кроме того, даже если краткосрочные издержки в связи с социальными действиями высоки, то в долгосрочной перспективе они могут стимулировать прибыль, поскольку у потребителей, поставщиков и местного общества формируется более привлекательный образ предприятия.

Создает возможность влияния на изменения общества. Социальная политика организации вносит положительный вклад в решение общественных проблем, так как общество испытывает потребность в привлечении дополнительных средств в такие сферы, как охрана здоровья, культура и др.

Помогает решать социальные проблемы, в том числе и работников организации. Поскольку бизнес располагает значительными человеческими и финансовыми ресурсами, ему целесообразно было передавать их часть на социальные нужды.

Формирует нормы морали в организации. 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.

Обеспечивает установление благоприятных отношений между предпринимателями (менеджерами) и другими членами общества.

Недостатки социальной ответственности:

Нарушение принципа максимизации прибыли. Использование части средства организации на социальные нужды снижает ее прибыльность, из-за этого в некоторой степени утрачивается содержание принципа максимизация прибыли.

Увеличение расходов на социальные проблемы. Средства, направляемые на социальные нужды, являются для предприятия затратами. Увеличение этих затрат обеспечивает рост себестоимости продукции, что переносится на потребителей в виде повышения цен.

Невозможность обеспечения высокого уровня подотчетности обществу. До тех пор, пока общество не разработает для предприятий порядок прямой отчетности, они не всегда будут принимать участие в социальных действиях. Запланированные организацией социальные программы должны быть проверены обществом и только после их выполнения поощрены (льготное налогообложения, предоставление рынков сбыта новой продукции). Сегодня социальные привлечение предприятий не имеет достаточного общественного контроля и в большинстве случаев действия организаций носят популистский характер. Существует и обратная сторона отчетности, когда общество докладывает организации, куда оно вложило предоставленные средства. Если они будут расходоваться не по назначению, в дальнейшем организация не будет их вкладывать.

Недостаток умения разрешать социальные проблемы. Персонал предприятия может быть лучше подготовленный к деятельности в сфере экономики, рынка, техники, но не иметь опыта в решении проблем социального характера. Совершенствованием общества должны заниматься специалисты, работающие в соответствующих государственных учреждениях и благотворительных организациях.

Наибольшим препятствием в разработке программ социальной ответственности руководители считают требования рядовых сотрудников и менеджеров повышать свои доходы. Стремление наиболее быстрого увеличения прибыли вынуждает организации отказываться от перевода части своих капиталов на социальные программы.

Тем не менее, многие организации делают определенные шаги в сфере добровольного участия в общественной жизни.

2. Этика в менеджменте

Деятельность в сфере бизнеса связана не только с достижением экономического результата, который измеряется, прежде всего, объемами произведенной продукции (услуг) и уровнем прибыли предприятия. Важное значение имеет этика делового сотрудничества, проявлением которой является соблюдение правил и норм партнерства, конкурентной борьбы, забота о деловой репутации фирмы.

Этика – нормы поведения, совокупность общепринятых юридических и моральных правил, требований, которые человек ставит перед собой или каких требует от них окружение.

Виды этики:

1. *Служебная этика* рассматривает принципы и нормы моральных отношений между работниками различного служебного статуса, имеющими неодинаковые служебные обязанности и права.
2. *Профессиональная этика* – совокупность кодексов, которые обеспечивают моральный характер взаимоотношений между людьми в процессе их профессиональной деятельности.
3. *Дескриптивная этика* занимается конкретно-социологическим и историческим анализом морали, изучает обычаи, традиции и другие формы общественных дисциплин.
4. *Нормативная этика* занимается изучением вопросов происхождения и сущности морали, выяснения ее места в системе общественных отношений, обоснованием форм и структуры морального создания.
5. *Экологическая этика* акцентирует внимание на этических, социальных и политических проблемам, стоящих перед человечеством в связи с кризисными ситуациями, связанными с загрязнением окружающей среды, ростом населения на планете, расходом природных ресурсов и др.

Этичное поведение – совокупность поступков, действий людей, отвечающих нормам морали, сознания, порядка, которые сформировались в обществе или к которым оно направляется.

В процесс предпринимательской и управленческой деятельности имеются неодинокные случаи отклонения от общественных норм, что расценивается как неэтичное поведение. Оно может быть обусловлено различными *факторами*:

- конкурентная борьба;
- стремление к большим прибылям;
- неумелое стимулирование руководителей за этичное поведение;
- недооценка этических норм в обществе;
- стремление достичь цели и реализовать миссию организации любой ценой;
- неэтичное поведение партнеров;
- конфликтные стрессовые ситуации в организации;
- неудачный подбор и неумелое использование стилей руководства;
- слишком сложная система разработки и принятия решений в организации.

Современный менеджмент предлагает следующие **мероприятия для обеспечения этичного поведения**:

1. Внедрение этических норм, отражающих систему общих ценностей, общественных вкусов, правил поведения работников организации.

2. Создание комитетов по этике, основная задача которых – оценивать повседневную практику с позиции этики и этического поведения.
3. Проведение социальных ревизий с целью выяснения влияния социальных факторов на организацию.
4. Использование механизмов стимулирования, которые бы противодействовали неэтичному поведению и поступкам.
5. Организация обучения этическому поведению руководителей и всего персонала.
6. Постоянное информирование работников о случаях высокоэтичного поведения через различные информационные каналы.
7. Проведение совещаний, конференций, симпозиумов по проблемам этического поведения.

Современный менеджмент в своей практике постоянно имеет связь не только с соблюдением законов, регулирующих ту или иную сторону деятельности предприятия, но и с выполнением этических норм, повышающих индекс ответственности перед обществом и средой обитания.

Менеджер, принимая то или иное решение, должен помнить, что общество обращает внимание и на этику, и на жесткое соблюдение законов, и поэтому им следует придерживаться наивысших стандартов ответственности.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое ответственность?
2. Назовите виды ответственности и дайте их определение
3. Что представляет собой этика?
4. Каковы виды этики?
5. Что такое этическое поведение?
6. Какие мероприятия для обеспечения этического поведения предлагает современный менеджмент?
7. О чем должен помнить менеджер, принимая то или иное решение?