

Глава четвърта

СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ И ЕТИКА В МЕНДЖМЪНТА

- КРАТКО СЪДЪРЖАНИЕ НА ГЛАВАТА**
- 1. Социална отговорност*
 - 1.1. Еволюция на идеята*
 - 1.2. Подходи към социалната отговорност*
 - 1.3. Аргументи ”за” и ”против” социалната отговорност*
 - 1.4. Оценка на резултатите от социалната дейност*
 - 2. Етика в управлението*
 - 2.1. Подходи към етиката в управлението*
 - 2.2. Фактори, влияещи върху етиката в управлението*
 - 2.3. Повишаване на морално-етичните стандарти*
 - 3. Резюме*
 - 4. Основни термини*
 - 5. Използвана литература*
 - 6. Въпроси за размисъл*
 - 7. Допълнителна литература*

УЧЕБНИ ЦЕЛИ:

След изучаването на тази глава Вие ще знаете и ще можете да:

- 1. Определяте социалната отговорност и нейните характеристики.*
- 2. Обяснявате двата основни подхода към социалната отговорност.*
- 3. Разисквате аргументите ”за” и ”против” социалната отговорност.*
- 4. Идентифицирате и обяснявате критериите за оценка на социалната дейност на компанията.*

5. Дефинирайте етиката.

6. Обяснявайте и да давате примери за подходите към етиката в управлението.

7. Изброявайте и обяснявайте факторите, влияещи върху етиката в управлението.

8. Разбирайте въздействието на мерките за повишаване на морално-етичния стандарт на организацията.

1. СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

Социалната отговорност е “задължението на ръководството на организацията да взема решения и да осъществява действия, които увеличават нивото на благосъстоянието и отговарят както на интересите на обществото, така и на самата компания.” /1, 157/ Това са дейности, насочени към благотворителност, охрана на труда на работниците, разумно ценообразуване, високо качество на продукцията, избягване на заблуждаваща реклама, дискриминация, охрана на околната среда и други.

1.1. Еволюция на идеите за социалната отговорност

През втората половина на 19-ти и началото на 20-ти век редица представители на бизнеса осъзнават идеята и подкрепят схващането, че фирмите трябва не само да реализират печалба за своите собственици, но трябва и да носят полза за обществото като цяло. Това намира израз в строителство на храмове и библиотеки, училища, приюти, картинни галерии, създаване на фондации за подпомагане на науката и културата.

Доктрината за капиталистическата благотворителност е разгледана в книгата на Андрю Карнеги¹ “Евангелие на благосъстоянието” /2/, издадена 1900 г. Последователите на тази концепция считат, че бизнес организациите трябва да имат социални задължения към обществото и да жертват част от печалбите си за благо на обществото.

През петдесетте години на 20-ти век концепцията за социалната роля на бизнеса прераства в **концепция за социалната отговорност**. В своята книга “Социалната отговорност на бизнесмена” /3/ Хауърд Боуен обосновава как осъзнаването на концепцията за социалната отговорност може да влияе върху деловите решения на бизнеса и да носи социални и икономически ползи за обществото.

¹ Андрю Карнеги е бил крупен производител на стомана в САЩ, вложил е повече от 350 милиона долара в социални програми и е построил над 200 библиотеки

Тази концепция предизвиква много спорове за ролята на бизнеса в обществото през седемдесетте и осемдесетте години на 20-ти век. Оформят се две противоположни схващания за това какво трябва да се разбира под социална отговорност на бизнеса – **класически /чисто икономически/ подход**, привържениците на който считат, че социалната отговорност е дейност на фирмата, насочена изключително към максимализация на печалбата и **социално-икономически подход**, привържениците на който отстояват схващането, че ръководството на фирмата носи отговорност както за печалбата, така и за защита и повишаване благосъстоянието на обществото.

В последните десетилетия в резултат на глобализацията в икономиката и обществото се наблюдава и глобализация на проблемите на социалната отговорност.

1.2. Подходи към социалната отговорност.

Класически подход. Това е подход, предполагащ, че единствената социална отговорност на управлението се заключава в максимализация на печалбата на организацията. /4, 187/ Най-изтъкнатия привърженик на класическия подход и негов теоретик е известният икономист и носител на Нобелова награда Милтън Фридман. Според него /5; 6, 33/ ръководителите, като наемни работници в управлението, носят отговорност само пред собствениците /акционерите/ на фирмата, чиято единствена цел е печалба и затова задачата на ръководителите е да способстват за максимална реализация на интересите на акционерите. Ако ръководителите предприемат действия свързани със социалната отговорност в обществото, е необходимо да бъдат изразходвани средства на фирмата, а това ще доведе до намаляване на печалбата, намаляване на работната заплата във фирмата, повишаване на цените на продуктите и загуби за клиентите. Ще последва намаляване на конкурентноспособността на фирмата, намаляване на търсенето на нейните стоки и услугите и в крайна сметка може да доведе до фалит на фирмата.

Освен това по мнението на М. Фридман, ако професионалните ръководители преследват цели, различни от максимална печалба, за което са наети във фирмата, те си поставят задачи, излизащи извън техните задължение и тяхната компетентност. Това са задачи, които стоят пред обществото и те трябва да бъдат решавани от политиците и правителството.


Според привържениците на класическия подход на конкурентния пазар инвеститорите влагат средства във фирми, които носят висока печалба на инвестирания капитал. Фирми, които поемат отговорности пред обществото, не са в състояние да осигурят най-висока печалба и това ще доведе до отлив на

инвестиции и намаляване на тяхната конкурентноспособност. Ако всички фирми в един отрасъл или в една страна проявяват социална отговорност това би довело до трудности в национална икономика и даване на предимства на чуждестранните конкуренти.

Социално-икономически подход. Това е подход предвиждащ социална отговорност на управлението, излизащ извън пределите на създаването на печалба и включващ защита и повишаване благосъстоянието на обществото. /4, 187/ Социално-икономическият подход е основан на разбирането, че в съвременните условия, има сериозни промени в очакванията на обществото спрямо бизнеса. Гелерман, един от привържениците на социално-икономическия подход посочва, че в тези условия “максимализацията на печалбата не е вече първи, а втори приоритет за компанията. Първият е нейното оцеляване.” /7, 89/ Компаниите са заинтересувани да действат отговорно, за да осигурят своето оцеляване.

Според привържениците на социално-икономическия подход, основният недостатък на класическия подход е неговата ограниченост във времето. Те смятат, че е необходимо ръководителите, преди всичко, да са заинтересувани от увеличаване на печалбата за дълъг период напред. Затова те трябва да поемат определени социални задължения и съответните за това разходи. Ръководителите трябва да играят активна роля в усъвършенстването на обществото, участвайки в социалния живот. Така социално отговорните компании си осигуряват добър имидж в обществото и дългосрочни перспективи.

Последователите на социално-икономическия подход счита, че времето на икономическия подход е минало, защото той не отговаря на изискванията на реалностите в съвременното общество. Фирмите вече не са чисто икономически институции. Те се опитват да се намесват и да влияят на определени обществени и политически решения, лобират в защита на своите интереси. От друга страна обществото признава необходимостта и даже поощрява социалната, политическата и юридическата активност на бизнеса.

 <p>Internet - ресурси</p>	<p><i>Още за пазарните философии и социалната отговорност на компаниите можете да прочете на:</i> http://www.novavizia.com/6513.html</p>
--	--

<p>???</p> <p>Въпроси за самопроверка</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение за социална отговорност. 2. Кои са основните моменти в еволюцията на социалната отговорност? 3. Посочете двата подхода към социалната отговорност. 4. Опишете основните характеристики на тези два подхода.
<p>Установете доколко сте разбрали и усвоили материала</p>	

1.3. Аргументи “За” и “Против” социалната отговорност на бизнеса

В литературата по управление съществуват множество аргументи “За” и “Против” компаниите да поемат социалната отговорност. С. Робинс и М. Коултел са изброили твърде изчерпателно и са подредили тези аргументи. /4, 190-192/

Аргументи в подкрепа на социалната отговорност на бизнеса:

1. *Изменение в очакванията на широката общественост.* От 60-те години на 20-ти век обществото започна да очаква от бизнеса повече, отколкото по-рано. Съвременното обществено мнение счита, че компаниите трябва да имат не само икономически, но и социални цели.
2. *Благоприятни за бизнеса дългосрочни перспективи.* Фирмите, признали необходимостта от социална дейност, се стремят да си осигурят гаранции за осигуряване на печалби. Тази тенденция става закономерна реакция на подобрените отношения на обществото към социалната отговорност на компаниите. Социалната отговорност способства за формирането на благоприятен имидж на организациите в обществото.
3. *Морално-етически обстоятелства.* Търговските и производствените фирми могат и трябва да имат така наречената социална съвест. Те трябва да носят пред обществото отговорност, тъй като ответните действия съответстват на техните интереси.
4. *Формиране на благоприятна репутация в обществото.* Фирмите се стремят да подобрят своята репутация в обществото за да увеличат обема на продажбите, да имат възможност да наемат квалифицирани работници, да получават достъп до държавно финансиране и други изгоди. Тъй като обществеността смята социалните цели за важни,

компаниите могат да формират благоприятно обществено мнение за себе си, решавайки едни или други социални задачи.


5. *Подобряване на външната среда.* Участието на фирмите в социални мероприятия способства за решаване на много сериозни проблеми на обществото, което води до подобряване на обстановката в него. Фирмите могат да помогнат да се повиши качеството на живота в техния град и да се формира в него благожелателна обществена среда, което ще способства за привличане и наемане на квалифицирани и морално отговорни работници.
6. *Намаляване на държавното регулиране.* Държавното регулиране влече след себе си допълнителни икономически загуби и ограничава гъвкавостта на ръководителите в процеса на вземане на решения. Повишавайки равнището на своята социална отговорност, компанията може да очаква намаляване на натиска върху нея от страна на държавните органи.
7. *Балансираност на отговорността и властта.* Компаниите, особено крупните, като правило притежават значителна власт в обществото. За да се уравни тази власт, те трябва да носят определена социална отговорност.
8. *Интересите на акционерите.* Социалната отговорност на фирмата рано или късно способства за повишаване цените на акциите. На фондовата борса социално отговорните компании се считат за компании с по-малък риск и по-открити за обществена критика. По такъв начин, осъществявайки социални мероприятия, организацията осигурява по-добри цени и доход за своите акционери.
9. *Наличие на ресурси.* Търговските и производствените фирми притежават финансови ресурси, технически специалисти и опит в сферата на управлението, достатъчни за оказване поддръжка на обществени и благотворителни проекти, които се нуждаят от помощ.
10. *По-добре е да се предотвратяват проблемите, отколкото да се ликвидират техните последствия.* Всички социални проблеми рано или късно се налага да бъдат решавани. Компаниите би трябвало да предприемат определени действия преди тези проблеми да са станали сериозни, а тяхното решение скъпоструващо и костващо значителни разходи, предназначени за други цели – производство на стоки и услуги.


Аргументи против социалната отговорност на бизнеса:

1. *Нарушаване правилата за максимализация на печалбата.* Това е основата на класическата гледна точка по проблема за социалната

отговорност. Съгласно нея, бизнеса вече е социално отговорен, ако се занимава изключително със собствените си икономически интереси, оставяйки всички други видове дейност за съответните учреждения.

2. *Размиване на целите.* Преследването на социални цели размива първичните цели на бизнеса – достигането на високи икономически показатели. Ако нито икономическите, нито социалните цели не се достигат както трябва, ще страда обществото.
3. *Разходи.* Често разходите за социално ориентирани дейности не се обезщетяват напълно. В този случай някой трябва да ги компенсират. Бизнесът трябва или сам да понесе тези разходи или да ги компенсират за сметка на потребителите, определяйки по-високи цени за своите стоки и услуги.
4. *Прекомерна власт.* Бизнесът сега е един от най-влиятелните сектори на обществото. Ако компанията започне да преследва социални цели, тя придобива още по-голяма власт, а обществото и така е дало на бизнеса достатъчно властни пълномощия.
5. *Недостиг на навици и опит.* Ръководителите на фирми са професионално подготвени, преди всичко, за икономическа дейност. Те нямат достатъчна квалификация за решаване на социални проблеми.
6. *Недостиг на отговорност.* Представителите на политическите кръгове преследват социални цели и на тях обществото им е възложило вземането на съответните решения. Това не се отнася за ръководителите на фирми.
7. *Недостиг на поддръжка от страна на обществеността.* Обществото не е предоставило на бизнеса особени пълномощия за решаване на социални проблеми и не се обръща към него с такива призови. Обществеността все още не си е изработила единно мнение за социалната отговорност на бизнеса. Обсъждането на тази тема и досега предизвиква горещи дискусии. Всички действия в условията на нееднозначно отношение към този проблем са обречени на провал.

 Internet - ресурси	<p><i>Още за социалната отговорност можете да прочете на:</i></p> <p>http://www.novavizia.com/6402.html</p>
--	--

 Internet - ресурси	<p><i>Още за и против социалната отговорност можете да прочетете на:</i></p> <p>http://www.novavizia.com/6581.html</p>
--	---

1.4. Оценка на резултатите от социалната дейност

Според Р. Дафт на основата на общата социална отговорност на компанията може да се даде оценка на нейната социална дейност на базата на четири критерия: икономическа, юридическа, етична и поетата отговорност от компанията. /1, 160-162/

Икономическа отговорност. Всяка фирма е основна икономическа клетка на обществото и носи отговорност за производството на необходимите му стоки и услуги и за максимална печалба на акционерите. В крайния случай икономическата отговорност се свежда единствено до максимализиране на печалбата – това е виждането на класическия подход към социалната отговорност. Както видяхме по-горе това е остаряло и неотговарящо на съвременността виждане.

Юридическа отговорност. Цялостната дейност на обществото се регулира от правила, ограничения и закони, които всички, включително и фирмите трябва да спазват. Под юридическа отговорност се разбира необходимостта организацията да спазва установените от обществото правила и да постига своите икономически цели в рамките на закона.

Етична отговорност. Етично отговорното поведение на фирмите изисква обществено полезни действия, които не са предвидени в законите или не отговарят на нейните преки икономически интереси. Това означава спазването на такива принципи като равенство, честност, спазване правата на служителите и др.

Поетата отговорност. Поетата отговорност носи за компанията изключително доброволен характер и е свързано с желанието на компанията да внесе своя принос в развитието на обществото, а не се налага от икономически мотиви, закони или етиката. Това са действия, които никой не изисква и които не носят изгода на компанията.

<p>???</p> <p>Въпроси за самопроверка</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Избройте аргументите “За” социалната отговорност. 2. Избройте аргументите “Против” социалната отговорност. 3. Посочете критериите за оценка на социалната дейност на фирмата.
<p>Установете доколко сте разбрали и усвоили материала</p>	

2. ЕТИКА В УПРАВЛЕНИЕТО

Етиката е набор от морални ценности, управляващи поведението на човека или на група хора и определящ положителни или отрицателни оценки на техните мисли и действия. /1, 146/ Тя представлява вътрешен кодекс от закони, който определя как да постъпваме и как не трябва, какви решения може да вземем и какви не, къде минава границата между доброто и злото. Етиката е свързана с вътрешните ценности, които от своя страна са част от корпоративната култура и оказват влияние на решенията вземани в организацията.

2.1. Подходи към етика в управлението.

Съществуват четири основни подхода към етика в управлението, които описват системата от ценности и норми, въз основа на които ръководителите вземат решения /4, 208-210/

Утилитарен подход. Решенията тук се вземат от гледна точка на бъдещите резултати, които да допринесат най-голяма полза за най-голям брой хора. Утилитаризмът поощрява ефективността и производителността и съответства на целите за получаване на максимална печалба. В същото време той води до нарушаване правата на определени заинтересовани страни. От гледна точка на този подход ръководителите считат, че съкращаването на 20 % от работниците е напълно оправдано, защото за сметка на това ще се повиши рентабилността на компанията, ще се гарантира заетостта на останалите 80%, ще се увеличат печалбите на акционерите. На този подход се основава забраната за пушене на работното място.

Подход от гледна точка на правата. В съответствие с него всички решения се основават на уважението и защитата на основните права на


личността – правото на личен живот, на свобода на съвестта, на свобода на словото, на подходящо отношение, на безопасност и други. Положителната страна на подхода е в защитата на свободата и личния живот на отделните служители, но в същото време може да има негативни за организацията последици. Някои ръководители споделят виждането, че в резултат на търсене защита на правата на отделните хора, може да се създаде микроклимат, който пречи за повишаване производителността и ефективността.

Подход, основан на приложение на теорията за справедливостта към етиката. При този подход ръководителите, вземайки решения, се стремят да установят справедливи правила и безпристрастно да ги прилагат. Счита се, че етически коректните решения трябва да се основават на принципите на равенство, честност и справедливост. Привържениците на този подход различават *разпределителна справедливост*, изискваща отношението на ръководителя да се основава на обективни критерии; *процедурна справедливост*, изискваща честно администриране на действията на подчинените; и *компенсационна справедливост*, задължаваща отговорната страна да обезщетява хората понесли загуби. /1, 151/

Подход, наречен теория на интеграцията на социалните контракти. Това е най-съвременният подход, предполагащ обединяване на емпирическото /как е/ и нормативното /как трябва да бъде/ отношение към деловата етика. Този подход към етиката се основава на интеграцията на два “контракта” - общ социален контракт, сключван между субектите на икономическите отношения, който определя основните правила за воденето на бизнеса и по-конкретизирания контракт, сключван между конкретни представители на местната общност, който се определя от приемливи начини на поведение. Този подход към деловата етика се отличава от предишните три подхода, тъй като той изисква ръководителите, оценявайки “правилността” или “неправилността” на своите решения и действия, да се съобразяват с етичните норми, действащи в съответните отрасли, територии и компании.

Проведените изследвания показват, че все още болшинството ръководители се придържат към утилитарния подход. /8, 166-175/ Промените, които стават в съвременните условия в обществото и в компаниите, новите тенденции в сферата на защитата на правата на личността и социалната справедливост изискват ръководителите да прилагат нови етични стандарти, адекватни на тези промени.

<p>???</p> <p>Въпроси за самопроверка</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дайте определение за етика. 2. Защо знанията по етика са важни за ръководителите? 3. Кои са основните подходи към етиката в управлението. 4. Посочете техните характеристики. 5. Кой от тези подходи е най-използван от ръководителите.
<p>Установете доколко сте разбрали и усвоили материала</p>	

 <p>Internet - ресурси</p>	<p><i>Още за социалната отговорност, морала и етиката в управлението можете да прочетете на:</i></p> <p>http://www.novavizia.com/6781.html</p>
--	---

2.2. Фактори, влияещи на етиката в управлението

Основните фактори, които влияят върху етиката в управлението са два – личността на ръководителя и организацията. /1, 152-156; 4, 210-214/

Личността на ръководителя безспорно влияе върху етиката в управлението. Всеки ръководител постъпва в компанията като изградена личност – със свои виждания и ценности. Той привнася в своята работа своите лични черти и маниер на поведение. При вземането на етически правилни решения той се влияе от своите личностни характеристики, най-важните от които са ценностите, стадия на неговото морално развитие, силата на неговото его, степента на самоконтрол.

Ценностите се развиват още от най-ранните детски години под влияние на родителите, приятелите, училището, обществото. Те отразяват индивидуалните виждания за добро и лошо.

Една от най-важните личностни характеристики на ръководителя е *стадия на неговото морално развитие*. Опростеният модел на морално развитие включва три стадия:

- Предшестващо развитие. На този стадий хората се интересуват от външни изгоди и подчинението е основано на заплахата от негативни

последствия. В организационен план на този стадий съответстват ръководители с авторитарен стил на управление;

- **Общо развитие.** Хората се адаптират към очакванията за положително поведение на колегите, семейството, обществото. Стараят се да достигат целите на организацията чрез съвместна работа в групи.

- **Последващо или принципно развитие.** Хората се ръководят от вътрешни ценности и норми независимо от мнението на другите. Уважават правата на останалите. Търсят нестандартни решения на етични дилеми.


Силата на егото отразява степента на индивидуалната самоувереност на човека. Хората със силно егото слабо се влияят от другите и постъпват така, както те смятат, че е нужно. От ръководителите се очаква висока увереност в себе си за да постигнат единство на моралните си принципи и етичността на техните действия.

Степента на самоконтрол е индивидуален признак, показващ степента на убеденост, че собствената съдба зависи от самата личност. Хората с висока степен на самоконтрол поемат отговорност за своите действия и поведението им е основано на техните вътрешни стандарти. За ръководителите с висока степен на самоконтрол е характерна повишена съгласуваност между техните морални принципи и етичността на техните действия.

Организацията със своята структурна схема и със своята организационна култура оказва силно влияние върху етичността на поведението на ръководителите.

За правилно структурираните организации е характерно наличие на ясно разработени препоръки относно поведението на служителите в определени ситуации. Те намаляват степента на нееднозначност и напомнят на ръководителите какви действия се считат за етични и какви не и по този начин способстват за морално-етични постъпки. Разработените документи като длъжностни инструкции и писмени морално-етични кодекси със своите формални правила и инструкции формират последователно етично поведение на членовете на организацията.

Нивото на етичност на поведението на управленския персонал зависи и от организационната култура на фирмата. Тя свързва ценностите с поведението на индивидите и организацията като цяло. Формирането на високи етични стандарти зависи от характеристиките на организационната култура. Когато тя се отличава с търпимост към риска, висока степен на контрол, толерантност към конфликти, честност, коректност, доверие и отговорност, ръководителите, работещи в такива условия използват етични методи на управление и на отношения с бизнес партньорите, предприемат мерки за повишаване на етичността на всички работещи в компанията.

 <p>Internet - ресурси</p>	<p><i>За това, как се печели награда за етичност в бизнеса можете да прочетете на:</i></p> <p>http://www.novavizia.com/2086.html</p>
--	---

2.3. Повишаване на морално-етичните стандарти на организацията

Висшите ръководители на фирмите, които осъзнават ролята на етиката в управлението и на етичните методи за правене на бизнес и са заинтересовани да повишат морално-етичните стандарти на служителите във своята фирма могат да предприемат определени действия в тази насока. Съществуват редица мерки, които са достъпни за всички фирми и могат да допринесат за това. Прилагането им поотделно имат малък ефект. Когато се прилагат комплексно и целенасочено в една цялостна програма, те могат значително да подобрят морално-етичния климат в компанията. Тези мерки могат да бъдат:

- *Целенасочен подбор на сътрудниците* – чрез определяне на нивото на морално развитие, системата от ценности, степента на самоконтрол и силата на егото при процедурите на подбор, могат да се отстранят всички нежелани от етична гледна точка кандидати;

- *Морално-етични кодекси* - това са формални документи на компаниите, в които са формулирани ценностите на организацията и правилата за поведение, което се очаква от служителите. Тяхната ефективност зависи от това доколко ръководителите се придържат към тях и как се санкционират служителите при неспазване на изискванията на етичния кодекс;

- *Повишаване ролята на висшите ръководители, като образец за подражание.* Те задават тон на етичното поведение в организацията. Тяхното поведение, методите на управление, които използват, какви решения вземат при етични дилеми, какви действия поощряват и как става издигането на служителите има определящо значение за морално-етичния климат в организацията;

- *Коректни и ясни цели* – пред служителите трябва да се поставят реалистични и точни цели, които служат като реални стимули за действие. Завишените неизпълними цели демотивират и демобилизират служителите и водят до възникването на етични проблеми в организацията;


- *Обучение по етика* – все повече компании реализират учебни програми по етика, като провеждат лекции, семинари, практически и други обучения. Въпреки критиките за ниската им ефективност, тъй като у всеки служител вече са формирани определени ценности, изследванията показват, че ценности на деловата етика могат да се формират и в зряла възраст, а има и документални доказателства, че обучението за принципите на етично решаване на проблемите е способно значително да повлияе на етичното поведение на служителите.

- *Многостранна оценка на показателите на работата* – включване в общата оценка на дейността на ръководителите освен икономически и морално-етични критерии. Когато се оценяват само икономическите резултати има опасност от работа по принципа “целта оправдава средствата.” Включването на морално-етични критерии в съответствие с моралния кодекс на компанията кара ръководителите в своята работа да се съобразяват с тези изисквания.

- *Независими социални ревизии* - извършване на редовни ревизии, които оценяват съответствието на решенията и управленската практика от гледна точка на етичния кодекс на компанията, извършвани от независими лица, които носят отговорност само пред висшето ръководство.

- *Формални защитни механизми* – определяне на лице или звено в компанията, в задълженията на което влизат консултация и защита на служители, пред които са възникнали проблеми с етичен характер. Те, от една страна играят ролята на адвокат, към които се обръщат служители с подобни проблеми, без да се опасяват от негативни последствия, а от друга информират висшето ръководство за проблемите и предлагат тяхното разрешаване. /4, 217-223/

<p>???</p> <p>Въпроси за самопроверка</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Кои са основните фактори, влияещи върху етиката в управлението? 2. По-какъв начин те реализират това влияние? 3. Посочете начините, чрез които може да се повишават морално-етичните стандарти? 4. Как ръководителите повишават морално-етическите стандарти на служителите?
<p>Установете доколко сте разбрали и усвоили материала</p>	

 Internet - ресурси	<p><i>За най-етичните компании в света можете да прочетете на:</i></p> <p>http://www.novavizia.com/2061.html</p>
--	---

3. РЕЗЮМЕ

1. Социалната отговорност е задължение на ръководството на организацията да взема решения и да осъществява действия, които увеличават нивото на благосъстоянието и отговарят както на интересите на обществото, така и на самата компания.
2. Еволюцията на идеите за социална отговорност преминава през Доктрината за капиталистическата благотворителност и Концепцията за социалната отговорност.
3. Съществуват два основни подхода към социалната отговорност – класически подход и социално-икономически подход .
4. Аргументите в подкрепа на социалната отговорност на бизнеса са: изменение в очакванията на широката общественост; благоприятни за бизнеса дългосрочни перспективи; морално-етически обстоятелства; формиране на благоприятна репутация в обществото; подобряване на външната среда; намаляване на държавното регулиране; балансираност на отговорността и властта; интересите на акционерите; наличие на ресурси; предотвратяване на проблемите, вместо ликвидиране на последствията от тях.
5. Аргументи против социалната отговорност на бизнеса са: нарушаване правилата за максимализация на печалбата; размиване на целите; разходи; прекомерна власт; недостиг на навици и опит; недостиг на отговорност; недостиг на поддръжка от страна на обществеността.
6. Оценка на резултатите от социалната дейност може да се даде на базата на четири критерия: икономическа, юридическа, етична и поетата отговорност от компанията.
7. Етиката е набор от морални ценности, управляващи поведението на човека или на група хора и определящ положителни или отрицателни оценки на техните мисли и действия.
8. Съществуват четири основни подхода към етика в управлението, които описват системата от ценности и норми, въз основа на които

ръководителите вземат решения - утилитарен подход, подход от гледна точка на правата, подход основан на приложение на теорията за справедливостта към етиката и подход наречен теория на интеграцията на социалните контракти.

9. Основните фактори, които влияят върху етиката в управлението са два – личността на ръководителя и организацията.
10. Повишаването на морално-етичните стандарти на организацията може да се осъществи чрез: целенасочен подбор на сътрудниците; морално-етични кодекси; повишаване ролята на висшите ръководители; коректни и ясни цели; обучение по етика; многостранна оценка на показателите на работата; независими социални ревизии; формални защитни механизми.

4. ОСНОВНИ ТЕРМИНИ:

Социална отговорност	Подход към етиката от гл. точка на правата
Капиталистическа благотворителност	Подход към етиката основан на теорията за справедливостта
Икономическа отговорност	Теория на интеграцията на соц. контракти
Юридическа отговорност	Фактори, влияещи на етиката в у-нието
Етическа отговорност	Етични стандарти
Етика в управлението	Морално-етични кодекси
Утилитарен подход към етиката	

5. ИЗПОЛЗУВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. Дафт Р., Менеджмент, М., Питер, 2003
2. Carnegie A., The Gospel of Wealth, Cambridge, Mass, Harvard University press, 1900
3. Bowen H., Social Responsibility of the Businessman, N.Y., Harper&Rowq, 1953
4. Робинс С., Коултер М., Менеджмент, М., Вилъямс, 2004
5. Friedman M., Capitalism and Freedom, Chicago, Chicago University Press, 1962
6. Friedman M., The Social Responsibility og Business Is the Increas Profits, New York Times Magazine, September 13, 1970
7. Gellerman S., Why “Good” Managers Make Bad Ethical Choices, Harvard Business Review, July – August, 1986
8. Fritzsche D., Becker H., Linking Management Behavior to Ethical Philosophy – An Empirical Investigation, Academy of Management Journal, March 1984

6. ВЪПРОСИ ЗА РАЗМИСЪЛ

1. Какво означава за Вас понятието социална отговорност?
2. Според Вас бизнеса трябва ли да бъде социално отговорен? Защо?
3. Оценете недостатъците на класическия подход към социалната отговорност от позициите на социално-икономическата теория!
4. Опитайте се да противопоставите аргументи “за” социалната отговорност на съответстващи аргументи “против” социалната отговорност!
5. Посочете две компании – една социално отговорна и една не дотам отговорна и се аргументирайте!
6. Как бизнесът може да подпомогне позитивни социални промени днес?
7. Защо е необходима етиката в управлениеа в съвременните организации?
8. Защо съвременните ръководители се нуждаят от знания за етиката в управлениеа?
9. По какъв начин културата на организацията влияе на етичното поведение на ръководителите?
10. Как висшето ръководство на корпорацията може да влияе върху повишаването на морално-етичните стандарти на нейните служители?

7. ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ангелов А., Мениджмънт, Тракия, Пловдив, 2002, с. 76 - 80
2. Златев В., Мениджмънт без граници, С., Стопанство, 1999, 121 – 142
3. Дракер П., Мениджмънт – задачи, отговорности, практика, С., Класика и стил, 2003, с. 239 –350
4. Каменов К., Основи на управлението, В. Търново, Абагар, 2004, с. 163 – 176
5. Сотирова Д., Бизнес етика, С., Индустри идея, 1997
6. Харизанова М., Кузманова М., Бошнакова М., Ангелова Н., Управление – теория и практика, С., Неда, 2002, с. 43 – 47, 56 - 63
7. Харизанова М., Мирчев М., Миронова Н., Мениджмънт, С., Неда, 2006, с. 73 – 90
8. Янкулов Я., Забунов Г., Мениджмънт, С., Тилия, 1977, с. 325 - 334