



***Классический и социально-
экономический подходы к
проблеме социальной
ответственности
менеджмента***



План:

Введение

1. Классический подход подходы к проблеме социальной ответственности менеджмента

2. Социально-экономический подходы к проблеме социальной ответственности менеджмента

Заключение

Список использованной литературы



Введение

Сегодня руководителям регулярно приходится принимать решения, связанные с проблемой социальной ответственности в разных направлениях:

благотворительность, ценообразование, взаимоотношения между рабочими, сохранение природных ресурсов, качество товаров и охрана труда.

Стивен П. Роббинс (Государственный университет города Сан-Диего) и **Мэри Коултер** (Юго-западный Государственный университет штата Миссури) **под социальной ответственностью понимают „обязательство коммерческой или производственной фирмы преследовать долгосрочные общественно полезные цели, которые приняты ею независимо от тех целей, достижение которых требует законодательство и экономические условия“.**

По мнению авторов М. Мескона, М. Альберта и Ф. Хедоури **социальная ответственность – это определенный уровень добровольного отзыва на социальные проблемы общества со стороны организации.**



Противоположные точки зрения относительно понимания концепции социальной ответственности порождены спорами о целях организаций. С одной стороны, есть ученые, которые рассматривают организацию как экономическую целостность, которая обязана беспокоиться лишь об эффективности использования собственных ресурсов. Такая организация выполняет экономическую функцию производства продукции и предоставления услуг, обеспечивает рабочими местами граждан и максимальными прибылями своих владельцев.



1. Классический подход подходы к проблеме социальной ответственности менеджмента



Наибольшим сторонником этой точки зрения (классического подхода к социальной ответственности) считается известный экономист и лауреат Нобелевской премии **Милтон Фридман**. В соответствии с его теорией, большинство современных руководителей являются специалистами именно в отрасли управления, то есть не имеют собственного бизнеса, а выступают наемными работниками. На основе этого факта исследователь делает вывод, что современные руководители должны нести ответственность только перед владельцами своих компаний. Соответственно, их главной задачей является максимально эффективное содействие реализации интересов владельцев компаний. По мнению Фридмана, все владельцы компаний имеют единственную четкую цель, – их волнует исключительно эффективное использование инвестированных ими денежных средств.

В соответствии с теорией Фридмана, принимая решение направлять ресурсы своих организаций на защиту "социального блага", руководители подрывают основы рыночного механизма. При этом кому-то в любом случае придется расплачиваться за такое перераспределение активов. Если действия управленческого персонала отвечают задачам социальной ответственности компании, но приводят к снижению прибыли и дивидендов, потери несут акционеры. Если для проведения тех или других мероприятий, связанных с ответственностью перед обществом, руководители вынуждены уменьшать заработную плату и льготы, потери несут работники организации. Если для компенсации дополнительных расходов повышаются цены на продукцию, которая выпускается компанией или услуги, которые предоставляются, потери несут потребители.



Со временем, в результате избыточного повышения цен, потребители могут вообще перестать покупать товары и услуги фирмы, уровень продаж уменьшится и предприятие даже может обанкротиться, поскольку потеряет всех своих клиентов. Исследователь выражает сомнение о том, что руководители предприятий и фирм достаточно компетентны для того, чтобы определять, каким должно быть общество, в котором они живут. Эту задачу, по мнению Фридмана, должны решать избранные народом политические деятели.



В соответствии с теорией, которая лежит в основе классического подхода относительно проблемы социальной ответственности, на конкурентном рынке прослеживается стойкая тенденция вложения средств в предприятия и компании, которые обещают наивысшую прибыль на инвестированный капитал. Если фирма, которая взяла на себя определенную ответственность перед обществом, не способна перевести свои социальные расходы на потребителей и вынуждена покрывать их за свой счет, то это приведет к снижению нормы прибыли от капитала, а также к тому, что инвесторы будут пытаться вкладывать свои средства в социально безответственные фирмы, поскольку именно они смогут обеспечить им наивысшие прибыли.





Кроме того, даже если бы во всех организациях в отдельной стране, появились дополнительные социальные расходы, поскольку их руководители воспринимали бы эту деятельность как одну из целей собственного бизнеса, выживание внутренних отраслей промышленности было бы поставлено под угрозу со стороны иностранных конкурентов, которые не собираются нести затраты подобного характера.



2. Социально-экономические подходы к проблеме социальной ответственности менеджмента

Социальные ожидания по отношению к бизнесу с годами изменялись, а эти изменения, в свою очередь, внесли вклад в представление общества о роли бизнеса. Другой, социально-экономический подход основывается на том, что времена изменились и потому состоялись резкие изменения в том, что общество ожидает от бизнеса.



В соответствии с данным подходом, организация является сложной частью общественной среды, от которой зависит её существование. Составляющими этой среды являются потребители, поставщики, средства массовой информации, всевозможные союзы или объединения, работники, акционеры, местные общины. Эта общественная среда может сильно влиять на достижение организацией её целей. Поэтому организации придется уравнивать собственные экономические цели с экономическими и социальными интересами общества.



В соответствии с этой точкой зрения, **организации несут ответственность перед обществом, в котором функционируют, помимо обеспечения эффективности, занятости, прибыли и соблюдения законов.** Организации должны направлять часть своих ресурсов и усилий на социальные потребности. Организации должны жертвовать на благо и совершенствование общества. Более того, в обществе сложились определенные представления о том, как должна вести себя организация, чтобы быть добропорядочным членом общественной среды.



Данный подход сводится к тому, что организации должны ответственно действовать в таких отраслях, как защита окружающей среды, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителей и много другие. **Кит Девис указывает, что бизнес должен быть активно социально ответственным по причине "железного закона ответственности" и утверждает, что в "долгосрочной перспективе те, кто не пользуется властью в таком направлении, которое общество считает ответственным, эту власть потеряет".**





Заключение

Таким образом, существуют две точки зрения. Одна предусматривает, что организация – это экономическая целостность, которая обязана заботиться только об эффективном использовании своих ресурсов и получение максимальной прибыли. Другая, – что организация, – это что-то большее, чем экономическая целостность. Внешнее окружение обязывает заниматься социальными интересами составляющих среды, и часть используемых ресурсов должна быть направлена по социальным каналам.





Список использованной литературы:

1. <http://club-energy.ru/6.php>
2. <http://lib.rus.ec/b/165929/read>