

## ЭТИКА ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ

*Работа представлена кафедрой эстетики и этики.*

*Научный руководитель - доктор философских наук, профессор А. В. Чучулин*

В исследованиях, посвященных этике организационного поведения, ответственность рассматривается как этическая категория, выражающая отношение зависимости человека от Другого, воспринимаемого им в качестве определяющего основания для принятия решений и совершения действий с учетом интересов этого Другого. Ответственность, обусловленная статусом, осознается человеком как призвание, обусловленная соглашением - как обязанность. Ответственность может быть двоякой: 1) накладываемой групповыми, корпоративными, служебными или какими-то иными локальными обязанностями (в этом случае она предполагает подотчетность); 2) самостоятельно принимаемая личностью в качестве личного и общественного долга.

Этика как универсальный регулятор взаимоотношений и поведения способна при определенных условиях влиять на повышение эффективности совместной деятельности, в том числе на содержание и уровень взаимной ответственности. Поиск механизмов повышения ответственности организации и ее персонала начинается с систематизации и ранжирования уровней

ответственности, порождаемых обязательствами организации, как перед внешней средой, так и взаимными обязательствами внутри самой организации.

На основе философско-этического принципа персонификации ответственности нами выделены и описаны 4 уровня ответственности в организации: социальная, корпоративная, профессиональная и персональная ответственность. Ранжирование проводилось с учетом границ и меры ответственности.

*Социальная ответственность* организаций. В современной, прежде всего зарубежной, этике бизнеса актуальной является проблема определения субъектов моральной ответственности. Кто несет моральную ответственность перед обществом за результаты предпринимательской деятельности: предприниматель, служащие предприятия или само предприятие, организация как юридическое лицо? Поиски ответов на этот вопрос теории ведут в рамках двух наметившихся подходов: организационного и нравственного.

Приверженцы первого подхода считают, что организация не является моральной

личностью и поэтому не может выступать субъектом моральной ответственности. Ответственностью обладают служащие компании. Общечеловеческая мораль должна подчиниться корпоративной нравственности, если речь идет о поведении субъекта в границах корпоративной деятельности. Тот, кто соглашается работать на предприятии, должен подчинить свою нравственную свободу законам и интересам компании. Личные моральные суждения в этом случае неуместны. Например, работа на предприятиях по производству оружия, сигарет, спиртных напитков, разрешенных законом, снимает со служащих обвинения в аморальном производстве таких товаров. Субъекты предприятия - его безличные агенты, а не морально ответственные лица. К ним неприменимо понятие «коллективная моральная ответственность».

Сторонники второго подхода основываются на утверждении, что организация или предприятие не обладают моральным иммунитетом. Индивиды не перестают быть нравственными людьми, нанимаясь на работу, и сами предприятия не свободны от моральной критики. Всякая человеческая деятельность доступна моральной оценке. Общественное мнение подвергает моральной оценке как политику и действие предприятий, так и людей, работающих на них. Общечеловеческая мораль выше корпоративной нравственности. Если действие аморально, оно подлежит осуждению, независимо от того, является ли его субъектом организация или индивид. Существуют эффективные средства моральной регуляции: осуждение в прессе, бойкот товаров и услуг фирмы, демонстрации протеста, пикеты и т. д. Цель сторонников данного подхода - добиться признания, что обязанность всех, работающих вместе, состоит в принятии части общей ответственности на себя.

Ричард Де Джордж<sup>1</sup>, отмечая ограниченность каждого из этих двух подходов в отдельности, призывает к их единству на

основе подчинения закону. Из правовых санкций наименее эффективными, с его точки зрения, оказываются штрафы предприятиям, ибо чаще всего они перекладываются на плечи потребителей или акционеров. Целесообразнее, считает он, привлекать к персональной ответственности тех, кто отвечает за политику компании и, прежде всего, совет директоров. Индивидуализация ответственности конкретных лиц должна соответствовать как юридическому закону, так и нравственным принципам этики бизнеса.

*Корпоративная ответственность* - включает в себя ответственность организации перед внешней средой: перед акционерами, потребителями, заказчиками, конкурентами, властью и другими стейкхолдерами (англ. stakeholders - лица, так или иначе заинтересованные в деятельности организации). Корпоративная ответственность - это моральная ответственность внутри организации. Общие обязанности организаций проистекают как из самой природы организации, так и со стороны общества и существующего соглашения (договора) между ними. Первая обязанность гласит: «не навреди». Эта общая обязанность, возлагаемая и на отдельных лиц, и на корпорации. Иногда ее называют «нравственным минимумом», обязательным для любой организации. Вред, которого следует избегать, - это, прежде всего, вред, причиняемый людям, ведь их следует уважать и относиться к ним как к самоценности. Эти обязательства касаются отношений с персоналом, населением местностей, где размещаются предприятия, с клиентами, с обществом в целом; они определяют и их позицию в вопросе о защите окружающей среды.

*Профессиональная ответственность* - это добровольное соблюдение принципов уважения, доверия, справедливости, честности (искренности), профессиональной компетентности. Этика профессиональной ответственности строится на принципах солидарности профессионалов и объективной

требовательности к профессиональной компетентности. Профессиональная ответственность регулируется профессиональными присягами, клятвами (врачебная клятва Гиппократа), профессиональными кодексами чести (кодекс чести офицера).

*Персональная ответственность* - добровольное принятие и соблюдение обязанностей перед референтной группой и обществом в целом. Регуляторами выступают чувство собственного достоинства и честь как признание достоинств человека референтной группой или обществом. Механизмы контроля: знаки признания и поощрения (награды, благодарности, медали); а также меры наказания: общественное осуждение или угрозы совести. Все виды ответственности тесно связаны с моральным выбором и этикой принятия решений.

Организации реагируют на происходящие внутренние и внешние изменения и стремятся проводить политику повышения ответственности персонала, но сами не всегда готовы принимать ответственность на себя. Неслучайно сегодня в России на государственном уровне провозглашена политика повышения социальной ответственности бизнеса.

В рамках настоящего исследования на основе анализа научной литературы в области этики<sup>2</sup>, теории организации, менеджмента<sup>3</sup> и результатов отечественных социологических исследований<sup>4</sup> определены и апробированы в реальной практике нравственные механизмы повышения ответственности организации и ее персонала.

Эффективным механизмом повышения ответственности организации и ее персонала выступает разработка и внедрение в повседневную жизнь организации корпоративного кодекса этики и проведение корпоративного обучения персонала.

Этический кодекс представляет собой основополагающее руководство по профессиональному поведению, в котором устанавливаются обязанности должностных

лиц и работников компании перед заинтересованными лицами, в том числе перед коллегами, клиентами, деловыми партнерами, государственными органами и обществом в целом и выполняет следующие функции:

- улучшает корпоративную репутацию и имидж организации;
- улучшает управление рисками и кризисное управление;
- совершенствует корпоративную культуру и подчеркивает значимость корпоративных ценностей;
- содействует эффективному взаимодействию с заинтересованными лицами;
- позволяет предупреждать нравственные конфликты.

Как правило, организации, внедряющие этические кодексы, активно используют технологии корпоративного обучения, в первую очередь контекстное обучение и корпоративные тренинги.

Контекстное обучение<sup>5</sup> представляет собой усвоение содержания профессионального и нравственного опыта не путем передачи о нем человеку, а в процессе его собственной активности в ходе деловой игры или решения кейсовых задач. В ходе таких занятий совместно обосновывается целесообразность основных принципов и правил этического кодекса.

Корпоративные тренинги<sup>6</sup> имеют целью обеспечить понимание того, какие индивидуальные и групповые нравственные события разворачиваются в процессах межличностного общения.

Многие фирмы с целью минимизации числа нравственных коллизий и конфликтов в период реорганизации осуществляют программу обучения этике, обеспечившую максимальное вовлечение персонала в процесс изменений.

Проведенные исследования подтверждают, что результативность корпоративного обучения в сочетании с этическим кодексом могут стать основой стратегической политики повышения ответственности персонала и организации.

ПРИМЕЧАНИЕ

<sup>1</sup> *Ре Джордж Р. Т.* Деловая этика. СПб., «Экономическая школа», М., «Изд. группа «Прогресс», 2001. В 2 т. Т. 1. С. 332

<sup>2</sup> *Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В.* Честная игра: нравственная философия и этика предпринимательства. В 2 т. Томск: ТГУ, 1992. Т. 1. Игры рынка; *Кибанов А. Я., Захаров Д. К., Коновалова В. Г.* Этика деловых отношений: Учебник. - М.: ИНФРА-М., 2002.

<sup>3</sup> *Гибсон Дж., Иванцевич Д., Доне. пли Дж. Х.-ш.* Организации: поведение, структуры, процессы. М.: ИНФРА-М, 2000; *Ньюстром Дж. В., Кейт Д.* Организационное поведение / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2000; *Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента. М.: Дело, 1992.

<sup>4</sup> *Кочеткова А. И.* Введение в организационное поведение и организационное моделирование: Учеб. пособие. М.: Дело, 2003; *Армстронг М.* Стратегическое управление человеческими ресурсами. / Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 2002; *Красовский Ю. Д.* Организационное поведение: учеб. пособие. 2-е изд. - М.: ЮНИТИ-Дана, 2004.

<sup>5</sup> Бизнес-образование: специфика, программы, технологии, организация. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. С. 382-383.

<sup>6</sup> *Панфилова А. П.* Игротехнический менеджмент. Интерактивные технологии для обучения и организационного развития персонала. СПб.: ИВЭСЭП, «Знание», 2003. С. 407.