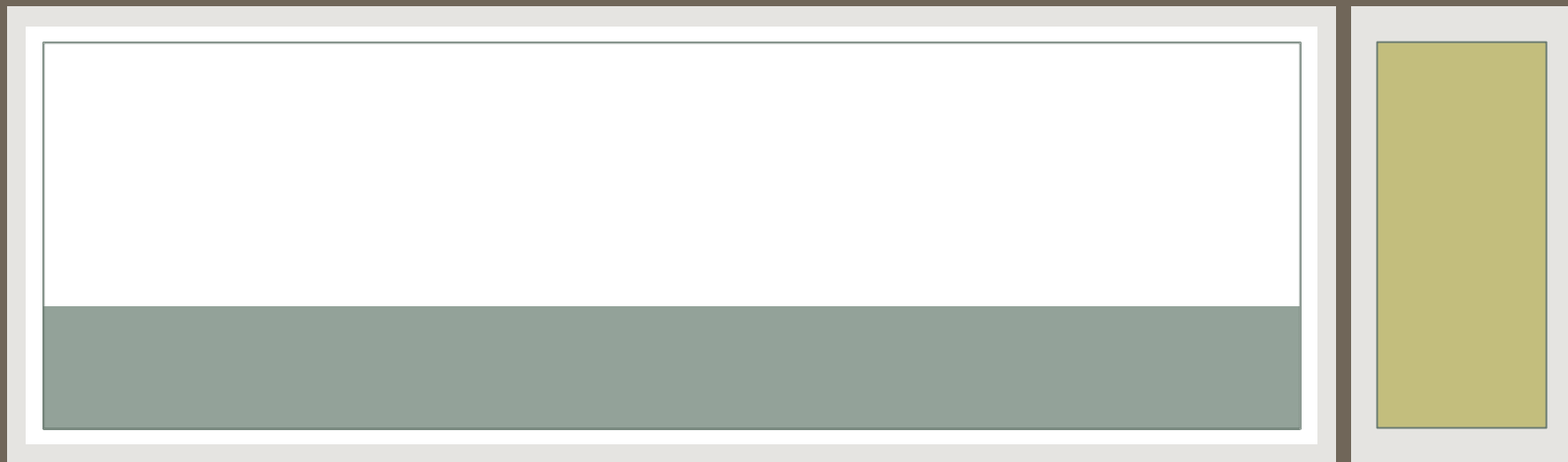


Подходы М.Фридмана к определению социальной ответственности бизнеса.



Подготовили:
Поронник Елена
Жарикова Полина

два основных подхода к
изучению социальной
ответственности бизнеса.



концепция М.Фридмена,
которые опираются на
формальную
(инструментальную)
рациональность.



исследователи, опирающиеся
на субстантивную
рациональность. Они
признают, что социальная
ответственность бизнеса имеет
сложный характер и не
сводится к голому
экономическому интересу.

Милтон Фридмен против
социальной
ответственности в
бизнесе.



Лауреат Нобелевской премии, сторонник проведения политики монетаризма Милтон Фридмен в одной из своих статей излагает следующий взгляд на ответственность бизнеса:

Бизнесмены верят в то, что они защищают рыночное хозяйство, когда не без пафоса утверждают, что бизнес связан не только с получением прибыли, но и с достижением определенных социальных результатов, что у бизнеса есть особая «социальная совесть»

Он рассуждает так: «В системе рыночной экономики, основанной на частной собственности, менеджер корпорации является наемным работником по отношению к собственникам бизнеса. Он оказывается напрямую ответственен перед собственниками и своими работодателями.

Эта ответственность заключается в ведении бизнеса в соответствии с их желаниями, которые, вообще говоря, можно свести к получению максимально возможной прибыли в рамках принятых правил в обществе, закрепленных в законах или этических нормах. Конечно, может так случиться, что его работодатели не разделяют этой цели.

Группа лиц может основать компанию с благотворительными целями – например больницу или школу. Менеджер такой корпорации будет иметь в виде цели не получение денежных прибылей, а предоставление определенных услуг.

В любом случае, ключевым пунктом является то, что на своей должности как менеджер корпорации он является выразителем интересов тех лиц, которые владеют этой корпорацией или основали ее с благотворительными целями, и его главная ответственность – перед ними.

В каждом из этих случаев менеджер будет расходовать чьи-либо деньги во имя общих общественных интересов.



Аktionеры, потребители и сотрудники могли сами распорядиться своими деньгами по своему желанию. Менеджер больше действует из соображений «социальной ответственности», чем выступает выразителем интересов тех же акционеров, потребителей или сотрудников, если тратит их деньги не так, как они сами бы это сделали».

Кроме того, по мнению Фридмена, менеджер корпорации становится общественным наемным работником, слугой общества, хотя формально он и остается работником частного сектора.



Скорее всего, Фридмен подразумевает под социальной ответственностью компании, прежде, всего благотворительные программы, которые должны, на его взгляд, претворяться в жизнь либо отдельными людьми, либо общественными организациями.



Фридмен утверждает также, что менеджер – не слуга общества. Что касается служения обществу, то об этом хорошо написал крупный японский предприниматель Кадзума Татеиси. Он утверждает, что самый рост компании следует понимать, как увеличение возможностей вносить свой вклад в развитие общества.



Получается, что в расширении деятельности компании заинтересованы все основные группы ее стэйк холдеров: и ее сотрудники, и потребители фирменной продукции, и акционеры, и местное население, и деловые партнеры, деятельность которых при прочих равных условиях тоже будет успешно развиваться параллельно с развитием ключевой компании.

