

ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭТИКУ БИЗНЕСА

*М. А. Тагаева, Н. В. Черепанова
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON BUSINESS ETHICS

*M. A. Tagaeva, N. V. Cherepanova
(c. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

Information Technology has revolutionized the ethics of business around the world. Technological innovations affect corporate efficiency, culture and relationship among employees, clients, suppliers and customers.

Современный мир бизнеса полон противоречий. С одной стороны, меняющиеся условия внешней и внутренней среды заставляют менеджера быстро реагировать и принимать решения, чтобы организация оставалась на «плаву». С другой стороны, современные возможности распространения информации, давление общественности и стейкхолдеров заставляют менеджера придерживаться этических принципов при управлении предприятием.

Так что же такое этика бизнеса в современном мире? Каким образом информационные технологии могут влиять на уровень внедрения этических принципов в организацию?

Для начала необходимо дать определение бизнес этики.

Этика бизнеса – это учебная дисциплина, изучающая применение этических принципов в деловых ситуациях. Так же этика бизнеса – это новое направление научной мысли в области управленческих наук. [1] С точки зрения организации, этика бизнеса – это новый способ оценки принимаемых решений.

Традиционно этику бизнеса принято разделять на *макроэтику* и *микроэтику*. Под макроэтикой понимается та часть деловой этики, которая рассматривает специфику моральных отношений между макросубъектами социальной и экономической структуры общества: корпорациями, государствами обществом, как в целом, так и его организованными частями. Под микроэтикой – исследование специфики моральных отношений внутри корпорации, между корпорацией как моральным субъектом и ее работниками, а также держателями акций. [2]

На уровне макроэтики противостояние происходит между организацией и следующими группами лиц: потребители, конкуренты, государственные структуры, местные сообщества, СМИ. Влияние информационных технологий на этичность организации на макроуровне сложно переоценить.

Рассмотрим некоторые примеры. Преимуществом крупных компаний является наличие ресурсов для создания хорошего имиджа при помощи газет, журналов, блогов. Причём информацию преподносят в виде мнений независимых экспертов, что в разы увеличивает репутацию фирмы. Или же наоборот компания заказывает статью, чтобы принизить репутацию конкурентов. Очевидно, что такой заказной PR является этическим нарушением, поскольку в обоих случаях дезинформирует общественность. Хорошим примером заказной статьи является попытка компании Facebook очернить своего конкурента Google. Представители социальной сети признали, что Facebook наняла крупную пиар-фирму

Burson-Marsteller, чтобы распространять публикации, ставящие под сомнение сохранность личных данных пользователей сервисов Google.[3] С этой точки зрения, компания должна демонстрировать высокий уровень этичности поведения, чтобы не давать повода конкурентам для «черного PR».

Во взаимоотношениях *компаний с потребителями* и поставщиками существует также много неэтичных поступков, например, сокрытие каких либо фактов, неточная информация. Примером может послужить громкий автомобильный скандал компании Тойота связанный с сокрытием информации о дефектах автомобиля, в результате которого пострадало несколько человек, и компанией был выплачен огромный штраф. [4]

Современные информационные технологии позволяют информации распространяться с высокой скоростью. Поэтому этические и юридические нарушения организаций не остаются незамеченными и получают огромный резонанс. Примером может быть недавняя история, произошедшая на омском заводе по изготовлению сыра. [5]

Особо стоит выделить нарушения, которые влияют не на конкретного человека или группу потребителей, а оказывают комплексное влияние на локальное сообщество. Речь идет об экологических нарушениях. Не секрет, что обеспечение экологичности производства задача важная, вместе с тем чрезвычайно затратная. Поэтому многие предприятия предпочитают платить штраф за нарушение экологических правил, а не внедрять систему очистки или модернизировать производство. Примером может служить ситуация на Ашинском химическом заводе (Челябинская область). Организацию оштрафовали на 130 тысяч рублей за несоблюдение экологического законодательства: загрязнение земельного участка площадью четыре тысячи квадратных метров. Кроме того, завод осуществлял сброс сточных вод в реку Сим с превышением предельно допустимой концентрации вредных веществ, а выброс загрязняющих веществ в атмосферный воздух производил без разработанного проекта допустимых выбросов и без разрешения на выброс.[6] Необходимо обратить внимание, что штраф несоразмерно меньше, чем нанесенный ущерб. При этом, не обязательно, что организация исправит экологическую ситуацию. Вполне возможно, что она будет функционировать в прежнем режиме, ожидая следующего, небольшого, по организационным меркам, штрафа.

Помимо экологических преступлений, к нарушениям с высокой степенью влияния, можно отнести нарушения политики Fairtrade. Использование для производства продукции сырья неизвестного или сомнительного происхождения становится поводом для журналистских расследований и, как следствие, информация попадает в сеть Интернет и формирует негативное представление о компании. Например, использование детского труда на табачных фермах становится серьезным аргументом при исследовании этичности компании. [7]. Таким образом, информационные технологии заставляют компании исправлять свой этический уровень.

Что касается государственных структур, то рычаги давления тут гораздо серьезнее. Принятие законов, ограничения рынка, налоговые преимущества – все это находится в руках законодателя и может устанавливаться исключительно в интересах определенного круга лиц. [8] Ручаясь такой поддержкой организации, укрепляют свои позиции и становятся непорядочными игроками на рынке. Всё это подрывает принципы здоровой конкуренции, и в дальнейшем может неблагоприятно сказаться на развитии страны в целом.

Таким образом, информационные технологии оказывают огромное влияние на уровень внедрения этических принципов в организацию. Передавая огласке нарушения, происходящие в компаниях, СМИ предотвращают возможные нарушения в будущем и

способствуют возникновению сообществ, которые поддерживают компании производителей соблюдающих принципы этики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Структура этики бизнеса. Электронный ресурс. Режим доступа, http://www.businessodessa.ru/?page_id=60 , свободный. Дата обращения (10. 04.14)
2. В.К. Трофимов. Деловая этика. ФГБОУ ВПО Ижевская ГСХА 2012. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://izhgsha.ru/img/UserFiles/File/Electron%20izdaniya/Philosofiya/DelovayaEthica2012.pdf> , свободный. Дата обращения (10.04.14)
3. Facebook нанял блогеров-киллеров, чтобы навредить Google. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://scip.org.ua/en/node/786> , свободный. Дата обращения (10.04.14)
4. Российская газета. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://www.rg.ru/2014/03/20/toyota-anons.html> , свободный. Дата обращения (10.04.14)
5. Прокуратура проверяет сырный завод Омска. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://www.newizv.ru/lenta/2014-03-27/199274-prokuratura-proverjaet-syrnyj-zavod-sotrudniki-kotorogo-kupalis-v-moloke.html> , свободный. Дата обращения (16.04.14)
6. Ашинский химзавод оштрафован 130 тысяч за загрязнение окружающей среды. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://uralpress.ru/news/2013/08/02/ashinskiy-himzavod-oshtrafovan-na-130-tysyach-za-zagryaznenie-okruzhayushchey-sredy> , свободный. Дата обращения (14.04.14)
7. Дети на табачных плантациях Казахстана. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://daupic.ru/nationality/45491> , свободный. Дата обращения (16.04.14)
8. А.А. Орлов Война за доли рынка: конкурентные бои без правил. Электронный ресурс. Режим доступа, http://modernlib.ru/books/aleksandr_aleksandrovich_orlov/voyna_za_doli_rinka_konkurentnie_boi_bez_pravil/read/ , свободный. Дата обращения (14.04.14)

НОВЫЕ ФОРМЫ СОВРЕМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Л.Р. Тухватулина

(г. Томск, Томский политехнический университет)

THE NEW FORMS OF CONTEMPORARY MANAGEMENT IN INFORMATIONAL SOCIETY

L.R. Tukhvatulina

(с. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Changes in the form of management are being analyzed. Elements of the new form management are being discussed including some historical steps of the forms development. The analysis is focused on changes of elements which compose the contemporary form management. As a result the form of contemporary management in informational society has been defined this made possible clearing up the concept of contemporary management.

Современные работы, посвященные исследованиям менеджмента, отличаются большим многообразием. Под флагом современного менеджмента собираются, обсуждаются