

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

3-й СЕМЕСТР

Айжан Кадирбергенова

Календарно-тематический план

№	Наименование темы	Распределение по неделям			
		Лекции	Практич. занятия	СРС	СРСП
1	2	3	4	5	6
1	Инновационное предпринимательское мышление	1	1	1	1
2	Предпринимательский капитал	2	2	2	2
3	Лидерство	3	3	3	3
4	Методология Адизеса	4, 5	4, 5	4, 5	4, 5
5	Организационные структуры	6	6	6	6
6	Командообразование	7	7	7	7
Рубежный контроль 1- 7 неделя					
7	Конкурентоспособность	8	8	8	8
8	Продвижение и маркетинговые инструменты	9,10	9,10	9,10	9,10
9	Деловые коммуникации	11	11	11	11
10	Нетворкинг	12	12	12	12
11	Франчайзинг	13	13	13	13
12	Риск менеджмент	14	14	14	14
13	Социальная ответственность предпринимательства	15	15	15	15
Рубежный контроль 2 – 15 неделя					
Экзаменационная сессия -16,17 неделя					

Тема 13. Социальная ответственность предпринимательства

1. Четыре основных подхода к определению ответственности бизнеса

1. Четыре основных подхода к определению ответственности бизнеса

- 1) Любые действия в рамках юридической законности считаются социально ответственными - "В бизнесе нет места этике". Так, Ненси Рэнкен в своей работе "Мораль и бизнес" выдвигает тезис о том, что бизнесмена нельзя рассматривать в качестве морального субъекта, поскольку любой бизнесмен озабочен проблемами выживания, роста и прибыли и не способен к альтруистическим поступкам [5]. Тем самым она отвергает так называемый "тезис о гармонии", согласно которому все, что действительно полезно для бизнеса, корректно с моральной точки зрения. Сторонники этой позиции убеждены, что бизнес играет в обществе исключительно экономическую роль, и долг менеджера - с помощью производства конкурентоспособных товаров и услуг обеспечить акционеров наиболее высокими прибылями от их инвестиций.
- **С точки зрения сторонников этой позиции ответственность предпринимателя отождествляется с юридической ответственностью, т.е. любые действия в рамках юридической законности считаются социально ответственными.**
- 2) Другую позицию можно охарактеризовать девизом: **"Максимальная прибыль - единственная обязанность бизнеса"**. Сторонники этой позиции утверждают, что они могут преступить закон, чтобы преследовать чью-либо пользу, например, получение прибыли.

- 3) Сторонники третьей позиции допускают, что в бизнесе есть место социальной ответственности, но понимают ее как инструмент или условие, которое менеджеры используют для достижения целей корпорации в экономике. Социальная ответственность должна вести к успеху и сохранять успех. А если она не выдерживает этой проверки сейчас или когда-нибудь в будущем, то она может быть отброшена по прагматическим соображениям. Таким образом, сторонники этого направления признают, что можно говорить о специфической социальной ответственности предпринимателей не только в рамках юридической или профессиональной ответственности, но и в более широком аспекте. Но это возможно только в том случае, если эта деятельность ведет к успеху. Если этого нет, то социальная ответственность не приносит пользы, поэтому от нее необходимо отказаться. Это своего рода экономическая ответственность.

- 4) Четвертая позиция представляет социально ответственной ту организацию, которая считает себя морально ответственной как перед людьми, которые в ней работают, так и перед всеми, кто оказывается под воздействием ее деятельности. Ответственность компании регулируется морально-этическими нормами. В центр ставится проблема достижения и совмещения интересов всех участников «жизнедеятельности» организации. Это морально-этическая ответственность.

