

6. Maurya A. Running Lean A systematic process for iterating your web application from Plan A to a plan that works / [Электронный ресурс]. – URL:[http://www.academia.edu/37024713/Running\\_Lean\\_A\\_systematic\\_process\\_for\\_iterating\\_your\\_web\\_application\\_from\\_Plan\\_A\\_to\\_a\\_plan\\_that\\_works](http://www.academia.edu/37024713/Running_Lean_A_systematic_process_for_iterating_your_web_application_from_Plan_A_to_a_plan_that_works) (Дата обращения 24.07.2018).
7. Ries E. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. – Crown Publishing, 2011. – P. 103.

К. С. АРУТЮНЯН

*Рязань, РГРТУ им В. Ф. Уткина*

### ФИЛОСОФИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАК РЕСУРС ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ ПРОЦЕССАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье автор рассматривает разные подходы и процессы возникновения корпоративной социальной ответственности. Цель статьи – провести философский анализ социальной ответственности, которая находит свое выражение не только в миссиях, стратегических планах и идеологиях корпораций, но и становится новой философией управления.

*Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, философия корпоративной ответственности, социальное управление, социальная ответственность, социально-этический подход.*

К. ARUTIUNIAN

### CORPORATE RESPONSIBILITY PHILOSOPHY AS A RESOURCE FOR EFFECTIVE MANAGEMENT OF SOCIAL PROCESSES IN THE ORGANIZATION

Abstract. In the article, the author considers different approaches and processes of the corporate social responsibility. The purpose of the article is conducting a philosophical analysis of the social responsibility, which is expressed not only in missions, strategic plans and ideologies of corporations, but also becomes a new philosophy of management.

*Keywords: Corporate social responsibility, corporate responsibility philosophy, social governance, social responsibility, social and ethical approach.*

Концепция социальной ответственности как ресурс управления социальными процессами в организации претерпела определенную историческую эволюцию и окончательно оформилась в середине XX века. Основные положения этой концепции были изложены в опубликованной в 1953 г. работе американского исследователя Дж. Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнеса», где говорилось о необходимости учета интересов общества при принятии деловых решений [2, с. 135]. Со временем к пониманию социальной ответственности сложились три подхода:

– традиционный экономический подход, принципы которого были сформулированы известным экономистом М. Фридменом, видевшим социальную ответственность бизнеса в увеличении прибыли и удовлетворении интересов акционеров;

– этический подход, представленный видным социологом и экономистом П. Друкером и его последователями, которые считали, что компании несут ответственность не только перед акционерами, но и перед более широкими группами «заинтересованных лиц» (стейкхолдерами) – клиентами, сотрудниками, бизнес-партнерами, поставщиками, профсоюзами, местными сообществами и т.д.;

– социально-этический подход, разработанный под влиянием философских воззрений К. Левина, Г. Минцберга и других теоретиков, полагавших, что бизнес должен нести добровольные обязательства перед всем обществом и направлять часть своих средств на его развитие [3, с. 91].

Сторонники этического и социально-этического подходов приходят к выводу, что социальная ответственность является средством формирования и поддержания позитивного общественного имиджа компаний, социально ответственный менеджмент способствует также эффективному принятию решений в сложных управленческих ситуациях.

В условиях глобализации социальная ответственность выступает как корпоративная социальная ответственность, т.к. именно корпорации являются основными субъектами управления, имеющими необходимые ресурсы для воздействия на объекты управления. Сравнительный анализ различных моделей социальной ответственности позволяет прийти к выводу, что корпоративная социальная ответственность – это философия и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями организаций своей деятельности по определенным направлениям. Философия корпоративной социальной ответственности находит свое выражение в миссиях, идеологиях, ценностях, идеалах, стратегических планах крупных корпораций. Исходя из управленческих

практик, социально ответственные фирмы, формирующие принципы социальной ответственности, фиксируют во внутренних документах деловые отношения как рядовых сотрудников, так и руководящего персонала.

Понятие «корпоративная социальная ответственность» сформировалось недавно, до этого существовали разрозненные стандарты в различных областях корпоративного управления, касающиеся вопросов корпоративной этики, корпоративных отношений. В настоящее время происходят процессы, связанные с объединением разрозненных элементов корпоративной социальной ответственности, с взаимоотношениями компаний с внешней средой и выработкой подходов к эффективному управлению внутри организации.

Одно из первых определений корпоративной социальной ответственности было сформулировано экспертами Ассоциации менеджеров России (АМР): «корпоративная социальная ответственность – это добровольный вклад бизнеса в развитие общества, в социальную, экономическую и экологическую сферу, связанную напрямую с основной деятельностью компаний и выходящую за рамки определенного законом минимума» [4, с. 3]. Концепция корпоративной социальной ответственности включает в себя взаимосвязанные, целенаправленные практические действия в рамках одной или нескольких программ в процессе функционирования компании на всех уровнях и предусматривает ответственность за деятельность. Корпоративная ответственность перед обществом – это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на следующих ориентирах: учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел [1].

Дискуссия о корпоративной социальной ответственности ведется на протяжении последних десятилетий и приобретает все большую актуальность. Понимание природы корпоративной социальной ответственности позволяет не только рационально относиться к существующим в обществе ожиданиям, но и выстраивать системный отклик на эти ожидания.

Таким образом, существующий уровень развития корпоративной социальной ответственности позволяет создавать более благоприятные условия для гармонизации общественных отношений, улучшения социального климата, повышения качества жизни, удовлетворения широкого круга потребностей человека общества, разрешения социальных конфликтов, неизбежно порождаемых противоречивым развитием общества и управления.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверин А.Н. Социальная ответственность региональной экономической элиты // Властные элиты современной России в процессе политической трансформации. – Ростов-на-Дону: СКАГС, 2004. – 120 с.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепций. – СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с.
3. Зарецкий А.Д. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика // Успехи современного естествознания. – 2011. – №12. – С. 91–93.
4. Литовченко С.Е. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 108 с.

В. Н. АРХАНГЕЛЬСКИЙ

*Екатеринбург, Союз малого и среднего бизнеса Свердловской области*

### ОБ ЭТИЧЕСКИХ НОРМАХ И ПРИНЦИПАХ ВЕДЕНИЯ ДЕЛ В РОССИИ

Аннотация. Развитие современного российского предпринимательства и создание цивилизованных деловых отношений между партнерами по бизнесу и обществом выводят на первый план вопросы внедрения в повседневную практику этических норм и нравственных правил.

*Ключевые слова: этика бизнеса, российское предпринимательство, стандарты и принципы ведения дел, деловая репутация.*

V. ARHANGELSKIY

### ABOUT ETHICAL STANDARDS AND PRINCIPLES OF DOING BUSINESS IN RUSSIA

Annotation. The development of modern Russian entrepreneurship and the creation of civilized business relations between business partners and society bring to the fore the issues of implementing ethical norms and moral rules in everyday practice.

*Keywords: business ethics, Russian entrepreneurship, standards and principles of doing business, business reputation.*

В западных странах пик развития этики бизнеса как научной дисциплины пришелся на 80-ые годы прошлого века, в России эта наука делает по существу