

Выводы

Приведенные выше способы совершенствования бизнес-коммуникаций и повышения их эффективности целесообразно внедрять в рамках совершенствования организационных форм и механизма государственной поддержки бизнес-коммуникаций в отраслях отечественной промышленности и развития инфраструктуры бизнес-коммуникаций предприятий и корпораций.

Литература

1. Avaya совершенствует бизнес-коммуникации реального времени. www.avaya.com/gcm/emea/ru/corporate/pressroom/ ...
2. Байков С.В. Сферы бизнес-коммуникации. // Вестник электронных и печатных СМИ Выпуск № 8, часть 1
3. Морозова Ю. Привлечение и удержание клиентов на основе адресных баз данных www.ihl.ru/expert_43.html
4. Потапенко А. Экспертное мнение: ВКС должна стать массовой и дешевой www.arbitr.ru
5. Расницын В.Г. Корпоративный имидж в контексте бизнес-коммуникаций Материалы конференции «Маркетинг, Реклама и PR» www.marketing.spb.ru/conf/2002-02-lbs/iabc.htm

Эволюция концепции корпоративной социальной ответственности

Михайлова А.Р.

Университет машиностроения
8(495)223-05-23*1316, allmi@bk.ru

Аннотация. В статье рассматривается эволюционный путь, который прошла концепция корпоративной социальной ответственности в XX веке. Кратко излагаются её основные направления, обосновывается повышение роли КСО в глобальном экономическом пространстве.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная восприимчивость, корпоративная социальная деятельность, концепция заинтересованных сторон, корпоративное гражданство, корпоративная устойчивость

Серьёзные изменения, произошедшие в мире в XX веке, не могли не отразиться на экономической жизни. В связи с этим экономические субъекты вынуждены изменять линию своего поведения. Российские компании, встав на рыночный путь развития, отныне легко подвергаются влиянию разнообразных факторов. Уровень конкуренции в условиях глобализации мировой экономики растёт, и это создаёт необходимые предпосылки для поиска наиболее оптимальных решений в области организационной деятельности компаний с целью повышения эффективности использования имеющихся ресурсов и минимизации рисков. Успешность данного процесса во многом определяется связями фирмы с различными заинтересованными лицами, взаимовлияние с которыми носит перманентный характер. Именно поэтому такой институт современной рыночной экономики, как корпоративная социальная ответственность (КСО), становится особенно важным, и российским компаниям приходится учитывать его в своей работе.

Корпоративная социальная ответственность расширяет инвестиционные возможности бизнеса, предотвращает некоммерческие риски, способствует росту капитализации компании и устойчивому развитию по экономическому, экологическому и социальному направлениям.

Проблемы КСО обсуждаются научным сообществом с середины XX века. Научные работы по данной тематике публиковались в таких изданиях, как *Academy of Management review*, *Academy of Management Journal*, а также в специализируемых журналах, среди которых *Business and Society*, *Journal of Business Ethics*, *Business Ethics Quarterly* и др. Концепции

«корпоративной социальной ответственности», «корпоративной социальной восприимчивости», «корпоративной социальной деятельности», «менеджмент заинтересованных сторон», «корпоративное гражданство», «устойчивое развитие» и «корпоративная устойчивость» получили наибольшее признание, все они дополняют и развивают друг друга.

Первой значимой работой, относимой к проблематике КСО, можно считать работу американского ученого Г. Боуена «Социальная ответственность бизнесмена», опубликованную в 1953г. Этот труд позволил автору стать своего рода первооткрывателем в разработке концепции корпоративной социальной ответственности. В нём были определены как характеристика явления, так и основные направления последующих обсуждений проблемы КСО.

Интерес к проблематике КСО возник и в российском научном сообществе. Перевод значимых работ зарубежных ученых и статьи российских исследователей появились на страницах ведущих научных журналов, таких как «Вопросы экономики», «Мировая экономика и международные отношения», «Российский журнал менеджмента», «Вестник Санкт-Петербургского университета» и др. Были опубликованы монографии, посвященные анализу мирового опыта и особенностям применения принципов корпоративной социальной ответственности в деятельности российских компаний. Среди них можно выделить работы С.П. Перегудова и И.С. Семененко, С.А.Туркина, М.Л. Лучко, Ю.Е. Благова.

Систематизацию, положившую начало определенному научному консенсусу, предложил один из крупных теоретиков в области КСО, профессор менеджмента Университета Джорджии (США) А. Керолл. Осознавая многомерность и противоречивость концепции КСО, он поставил перед собой задачу выявить основные терминологические изменения, разбив процесс эволюции на десятилетние периоды.

Период 1950-х был обозначен Кероллом как «начало эволюции термина КСО», открывшее современную эру социальной ответственности; 1960-е годы – как период «содержательного углубления дефиниций КСО»; 1970-е годы - как «усиление разнообразия дефиниций КСО». В 1980-е годы происходит «уменьшение числа дефиниций, рост исследований и появление альтернативных тем». Демонстрация ключевой роли самого термина КСО в 1990-е годы сочетается с «его постепенной трансформацией» [5]. В качестве важнейших альтернативных тем Керолл выделил «корпоративную социальную деятельность», «концепцию заинтересованных сторон», «этику бизнеса» и «корпоративное гражданство».

Этот подход был с энтузиазмом подхвачен исследователями эволюции КСО, предлагавшими всё новые альтернативные темы и «авторские» сочетания. Так, М. Ван Маррейвик обратил внимание на необходимость согласования концепций КСО и «корпоративной устойчивости» [14]. Р. Штойер и его соавторы предложили модель, связывающую КСО с концепциями «устойчивого развития», «корпоративной устойчивости» и «управления отношениями с заинтересованными сторонами» [13].

КСО – сложная и многоуровневая категория. Она включает в себя непосредственно ответственность, специфику социальной ответственности и корпоративную социальную ответственность как социальную ответственность, субъектом которой является корпорация.

Социальная ответственность подразумевает определенное «целеполагание». Первоначально социальная ответственность трактовалась как ответственность перед обществом в целом. Действительно, бизнес должен служить обществу, а не наоборот. Бизнес – порождение общественного развития, и, следовательно, организации и менеджеры, занимающиеся бизнесом и принимающие решения, должны нести некую ответственность перед социумом, обязаны обеспечивать определённые общественные ожидания. Некоторое распространение получили и трактовки, связанные непосредственно с «социально ориентированными программами», направленными на поддержание социально незащищенных слоев населения. Кроме того, акцентировалось внимание на добровольности КСО.

Дефиниция социальной ответственности как корпоративной определяет основной субъект анализа. Именно деятельность корпораций создаёт самые серьёзные проблемы взаи-

модействия бизнеса и общества, генерирует положительный опыт социально-ответственного поведения. Этот подход позволяет строить управленческие модели, рисующие корпорацию как наиболее сложную организационную форму ведения бизнеса, в сравнении с которой средние и малые предприятия можно рассматривать как частные случаи. Таким образом, анализ сущности КСО стал составной частью дискуссии о природе современной корпорации, в ходе которой были представлены разнообразные точки зрения.

Так, профессор Иллинойского университета (США) Г. Боуэн, говоря о социальной ответственности бизнесмена, считает, что она состоит в «реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества» [3]. Дефиниция Г. Боуэна предполагала наличие некоего общественного договора, увязывающего поведение бизнесмена с целями и ценностями общества. При этом сам договор может изменяться во времени и пространстве, но в целом он сохраняется как основной источник законности и правомерности бизнеса. Кроме того, социальная ответственность бизнесмена предполагала существование его как независимого морального агента, способного не только транслировать превалирующие в обществе ценности, но и активно участвовать в их создании.

Именно эти две идеи и создали предпосылки для эволюции учения о КСО. Позицию, основанную на признании общественного договора и, следовательно, внешней природы источников КСО, отстаивали специалисты в областях экономики, политологии и менеджмента. К ним можно отнести таких крупнейших ученых, как Т. Левитт, М. Фридмен, Дж. Гэлбрейт.

В исследовании Т. Левитта, специалиста в области маркетинга, представляющего Гарвардскую школу бизнеса, впервые было использовано понятие рыночных сил в контексте КСО. В работе «Угрозы социальной ответственности» он писал: «Тот капитализм, который нам дорог, может процветать только в условиях политической демократии и персональной свободы. Они, в свою очередь, требуют плюралистического общества, в котором господствует разделение власти, а не её централизация ...» [12]. Задачей профсоюзов является поддержка занятости и борьба за права работников, государства – обеспечение общего благосостояния, а бизнеса – получение прибыли. Автор отмечал, что «бизнес несёт ответственность двух видов: следование элементарным канонам повседневного цивилизованного общения (честности, добросовестности и т.д.) и стремление к материальной выгоде».

Эти взгляды были поддержаны нобелевским лауреатом в области экономики М. Фридменом. В своей статье «Социальная ответственность бизнеса состоит в повышении его прибылей» [8], М. Фридмен подчеркивал, что бизнес в целом не является субъектом какой-либо ответственности. Корпорация как «искусственное образование» может нести только условную ответственность. Реальным же субъектом социальной ответственности бизнеса являются частные собственники и высшие корпоративные менеджеры.

Институциональные экономисты, в том числе Дж. Гэлбрейт, внешними силами считают политические процессы. Гэлбрейт писал о том, что корпоративных менеджеров нельзя определять лишь как «пассивных инструментов рыночных сил», «служащими, исполняющими волю директоров и акционеров» [9]. Он считал, что только внешний контроль над деятельностью корпораций может ограничить их стремление к получению прибыли любыми, даже неэтичными путями. Через инструменты государственного регулирования общество должно такой контроль осуществлять. Таким образом, Гэлбрейт определил социальную ответственность корпораций как обязанность следовать внешнему контролю.

Своеобразной вершиной развития комплексного подхода стала модель А. Керолла. Автор представил КСО в виде многоуровневой пирамиды [4] (рисунок 1), в основании которой лежит экономическая ответственность. Она определяется как базовая функция компании на рынке, позволяющая ей производить товары и услуги и, тем самым, удовлетворять потребности потребителей, получая при этом прибыль. Правовая ответственность подразумевает необходимость соблюдения законности в условиях рынка, соответствия деятельности фирмы

ожиданиям общества, существующим в нормах права. К этической ответственности можно отнести соответствие деятельности бизнеса тем ожиданиям общества, которых нет в правовых нормах, но которые имеются в нормах морали. Филантропическая ответственность должна побудить фирму к её добровольному участию в социальных программах.

Принципиально важные положения для дальнейшего развития дискуссии о КСО сформулировали К. Годпастер и Дж. Мэтьюз-мл. в статье «Может ли корпорация иметь совесть?» [11]. Авторы классифицировали имеющиеся подходы к сущности моральной ответственности индивидуума, которая может иметь несколько значений: «казуальное», состоящее в ответственности за последствия намерений; «следования правилам», подразумевающее следование нормам, вырабатываемым обществом; «принятие решений», имеющее независимый характер, так как вырабатывается самим индивидуумом.

Филантропическая ответственность Быть хорошим корпоративным гражданином Жертвовать ресурсы для сообщества Повышать качество жизни
Этическая ответственность Быть этичным Поступать честно и справедливо Не причинять вреда
Правовая ответственность Исполнять законы Играть по правилам
Экономическая Ответственность Быть прибыльной организацией Относится к данной ответственности как к фундаменту, на котором базируются остальные уровни

Рисунок 1. Пирамида корпоративной социальной ответственности

Таким образом, к началу 1980-х гг. были систематизированы существующие взгляды на проблему КСО в рамках нормативного подхода, который позволил ответить на вопросы, связанные с понятием предмета исследований, его источниками, но не дал рецептов реализации.

Новое направление в дискуссии о КСО сформировалось вокруг категории корпоративной социальной восприимчивости, под которой понимается способность корпорации воспринимать общественное воздействие. В частности, в статье В. Фредерика «От КСО (CSR-1) к КСВ (CSR-2): взросление учения о бизнесе и обществе» [6] автор рассмотрел восприимчивость как вторую стадию развития концепции КСО. Он ввел в научный оборот аббревиатуры CSR-1 и CSR-2. По мнению ученого, корпоративная социальная восприимчивость (КСВ) является «более материальным, доступным, осмысленным и теоретически обоснованным подходом для выяснения роли бизнеса в обществе, чем это можно предположить у более старой и ныне поблёкшей» КСО. Концепция КСВ (CSR-2) «уделяет особое внимание управленческим инструментам и техникам, организационным структурам, а также поведенческим моделям, наиболее соответствующим статусу подлинно восприимчивой компании».

Модель корпоративной социальной деятельности (corporate social performance - CSP) разрабатывалась в 1980-1990гг. Большой вклад в развитие данной концепции внесли С. Вартик, Ф. Кохрен, Д. Вуд и др. По определению С. Вартика и Ф. Кохрена, корпоративная социальная деятельность представляет собой «основополагающую взаимосвязь между принципами социальной ответственности, процессом социальной восприимчивости и политикой, направленной на решение общественных проблем» [15]. При этом, рассматривая принципы КСО, в качестве их направляющей силы, авторы указывают и общественный договор, и деятельность корпораций как моральных агентов.

Важнейшей альтернативной темой, оказавшей определяющее влияние на развитие концепции КСО, является «концепция заинтересованных сторон». Начало исследованиям в данном направлении положила монография профессора Вирджинского университета (США) Э.

Фримена «Стратегическое управление: роль заинтересованных сторон», изданная в 1984г. По определению ученого, к заинтересованным сторонам относятся «любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения и (или) оказывающиеся под воздействием этих решений» [7]. К ним относятся собственники, потребители, поставщики, работники, группы защиты прав потребителей, конкуренты, правительственные агентства, организации местных сообществ, защитники окружающей среды, группы по интересам, средства массовой информации. Таким образом, расширение числа заинтересованных сторон в современных условиях привело к возникновению нового подхода к фирме, адекватного реалиям третьей промышленной революции. Концепция заинтересованных сторон позволила ученым предельно персонифицировать объекты ответственности, сыграла значительную роль в развитии методологии исследований взаимодействия бизнеса и общества, способствовала широкому распространению идей прагматизма.

Концепции корпоративного гражданства и корпоративной устойчивости изменили направление и содержание исследований, логически связав их. Актуальность этого направления значительно возросла в период 1980-1990 гг. из-за изменения условий ведения мирового бизнеса. Кризисные явления в существующей экономической системе развитых стран продемонстрировали невозможность отдельных государств эффективно решать все проблемы общества в совокупности, повысили значение прямого участия международных компаний в различного рода социальных программах. Кроме того, в условиях возрастания экологической угрозы мировой экономике для большинства предпринимателей очевидно, что «проведение экологических преобразований носит затратный и некупаемый характер» [2]. Мощные корпорации наряду с государствами стали способны играть роль гарантов соблюдения прав граждан. Глобализация привела к существенному усложнению системы ожиданий заинтересованных сторон для международных компаний и к необходимости выработки конкретных подходов к реализации КСО в региональных и национальных условиях.

Концепция корпоративной устойчивости стала серьезно рассматриваться в академических кругах во второй половине 1990-х годов. Это самое молодое направление. В докладе Всемирной комиссии ООН по окружающей среде и развитию «Наше общее будущее», который был подготовлен в 1987г., устойчивое развитие характеризуется тем, что «отвечает потребностям нынешнего поколения, не входя в противоречие с нуждами и стремлениями поколений будущего» [16]. Первоначально идея устойчивого развития распространялась только на экологические проблемы макроуровня, но затем ее объем значительно возрос. В развитие концепции значимый вклад внесли Дж. Элкингтон, М. Ван Марревийк, Р. Штойер и др. На сегодняшний день именно концепция корпоративной устойчивости является наиболее востребованной среди бизнес-сообщества.

Выводы

Таким образом, в работе представлен анализ эволюции концепций КСО, который позволяет систематизировать имеющееся в научной литературе многообразие релевантных категорий и терминов. Среди них наибольшую популярность получили те, которые привязаны к дефинициям: собственно "корпоративная социальная ответственность", "корпоративная социальная восприимчивость", "корпоративная социальная деятельность", «концепция заинтересованных сторон», «корпоративное гражданство» "корпоративная устойчивость". Все эти концепции нашли отражение в данной статье.

Литература

1. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность.- СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.
2. Платко А.Ю. Пути снижения техногенной нагрузки в постиндустриальном обществе // Известия МГТУ «МАМИ», №2(14)-2012
3. Bowen H. 1953. Social responsibilities of the businessman. Harper & Row: N.Y.

4. Carrol A.B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34
5. Carrol A.B. 1999. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. Business and Society, 38
6. Frederick W.C. 1994. From CSR – 1 to CSR – 2: the maturing of business – and- society thought. . Business and Society, 33
7. Freeman R.E. 1984. Strategic management: a stakeholder approach. Pitman Publishing: Marshfield (MA): 25
8. Friedman M. 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. New Times Magazine. September, 13
9. Galbraith J. K. 1977. The age of uncertainty. Houghton Mifflin: Boston (MA).
10. Gerde V.W., Wokutch R.E. 1998. 25 Years and going strong: a content analysis of the first 25 years of the social issues in management division proceedings. Business and Society, 37
11. Goodpaster K.E., Matthews Jr. J. 1982. Can a corporation have a conscience? Harvard Business Review, 60
12. Levitt Th. 1958. The dangers of social responsibility. Harvard Business Review, 36
13. Steurer R et al. 2005. Corporation, stakeholders and sustainable development I: a theoretical exploration of business –society relations. Journal of Business Ethics, 61
14. Van Marrewijk M. 2003. Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. Journal of Business Ethics, 44
15. Wartick S.L., Cochran P.L. 1985. The evolution of the corporate social performance model. Academy of Management Review, 10
16. WCED: World Commission on Environment and Development, 1987. Our common future. Oxford University Press: Oxford

Научно-техническая информация как фактор развития общества

д.э.н. проф. Секерин В.Д., к.э.н. Горохова А.Е., к.э.н. доц. Лаптева Д.Я., Калинкина Т.М.
Университет машиностроения
8 (499) 267-19-92, bcintermarket@yandex.ru, agor_80@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрено значение научно-технической информации в развитии общества, выявлены основные особенности информации, обосновано, что информацию следует рассматривать как важный фактор производства

Ключевые слова: научно-техническая информация, научно-технический прогресс, особенности информации

В настоящее время одна из глобальных проблем современности – это проблема обеспечения устойчивого развития цивилизации. Реализовать ее можно, только обеспечив гармоничное взаимодействие техники и техносферы с основными элементами бытия – природой, человеком и обществом.

Мир, в котором мы живем, приобрел свои очертания в результате использования знаний, накопленных человеком. В широком смысле научно-технический прогресс представляет собой многогранный комплексный процесс, охватывающий все стороны жизни общества, но, прежде всего, это процесс качественного изменения орудий производства, предметов труда, технологии производства и управления. Понятие научно-технического прогресса означает непрерывный процесс совершенствования производительных сил на базе использования достижений науки и техники с целью повышения эффективности общественного производства. Научно-технический прогресс неоднозначен для развития общества, его диалектика такова: давая ключ к решению многих проблем современного общества, он сам порождает глобальные проблемы социального и экономического характера. Отрицательное воздействие науч-