



У Университет Лобачевского

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Тема 1. Общее понятие предпринимательства

ДИСЦИПЛИНА:

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

***Подготовила: к.э.н., доцент
Любимова М.В.***

***Нижний Новгород,
2017***

Основные вопросы

Что такое предпринимательство?

В чем заключается суть предпринимательской деятельности?

Что побуждает предпринимателей к такого рода деятельности?

Какими качествами они должны обладать?

Какая среда порождает из себя предпринимателей?

Понятие ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
было введено основателями
политической экономики.

Сам термин ввел еще в первой
половине XVIII столетия Ричард
Кантильон (1680-1734)



ANTOIN E. MURPHY
RICHARD CANTILLON:
ENTREPRENEUR
AND ECONOMIST



CLARENDON PRESS
OXFORD

Взгляды не стояли на месте:

Вначале предприниматель - собственник средств производства, собственник капитала.

Затем, по мере отделения в реальном хозяйстве **функции собственности от функции управления...**

функция предпринимателя уже связана с **функцией организатора производства - с приспособлением производства к меняющимся условиям рынка, восстановления нарушенного равновесия, эффективном использовании разных ограниченных ресурсов и удовлетворения меняющегося, растущего, падающего спроса.**

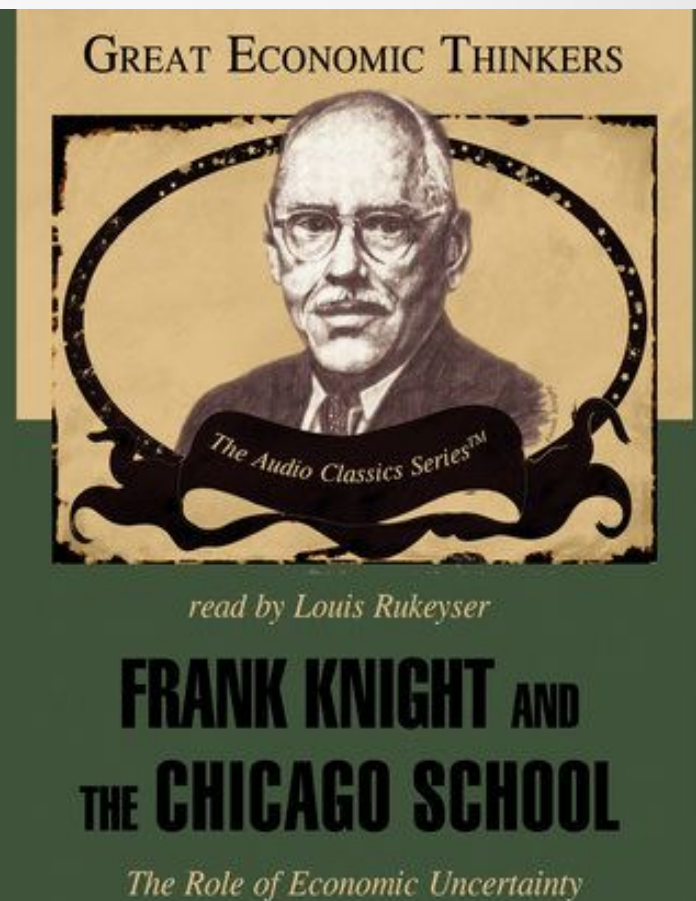
Предпринимательство, по своей сути,

рассматривалось неоклассиками как некоторый

В первой половине XX столетия - иная трактовка предпринимательства:

предприниматели изучались как люди, берущие на себя бремя просчитываемого риска и непросчитываемой неопределенности.

Автор концепции - Фрэнк Найт (1885 - 1972).





Наряду с этим в начале XX столетия:

определение предпринимательства, связывающее его с инновационной деятельностью.

Предприниматель предстает не как балансировщик существующих рынков и выбирающий из имеющихся альтернатив, но как **человек, который создает новые рыночные возможности и фактически создает новые рынки.**

То есть предприниматель теперь начинает выглядеть как активный созидатель, как преобразователь этих рынков.

Автор - Йозеф Шумпетер (бремени риска неопределенности на тот момент значения не придавал)

Йозеф Шумпетер (1883-1950)

Предпринимательская функция, по его мнению, заключается в осуществлении, как он говорил, «новых комбинаций факторов производства».

Фактически предприниматель и предпринимательство предстает как **созидательное разрушение** — еще одно понятие, введенное Шумпетером.



общее исходное определение:

Предпринимательство — это осуществление организационных инноваций в целях извлечения денежного дохода.

Три признака:

1. **связь с организационной структурой** как объектом предпринимательской деятельности
2. **осуществление инноваций.**
3. **получение денежного дохода (непременный признак)**

Организационные инновации

могут осуществляться разными способами:

- 1. создание совершенно нового предприятия с нуля**
- 2. дробление или слияние уже существующих предприятий**
- 3. переоформление прав собственности на предприятие (его приватизация)**
- 4. коренное изменение управленческой схемы или организационной структуры данного предприятия или бизнеса (группы связанных предприятий).**

Функция предпринимателя

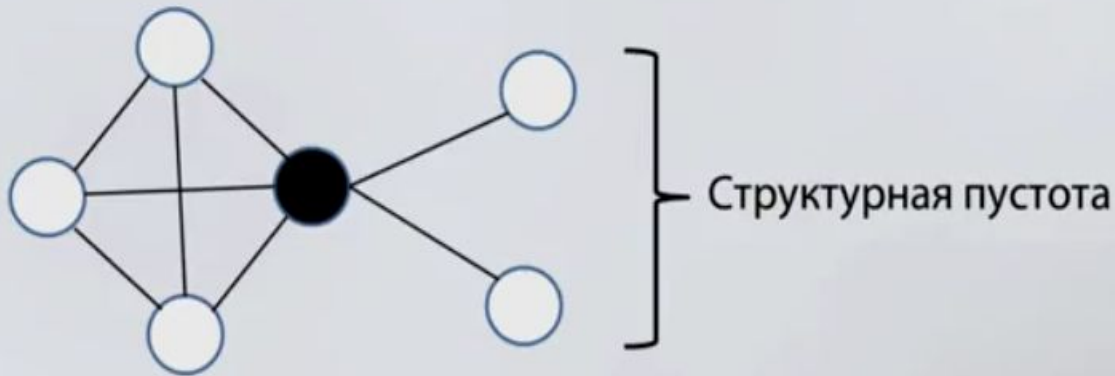
Функция предпринимателя заключается в том, чтобы придумать какой-то проект, выдвинуть этот проект и обосновать его, а затем скоординировать разные функции, скоординировать деятельность разных людей, разные процессы, чтобы реализовать этот предпринимательский проект, наладить коммуникации, установить отношения (в том числе отношения доверия) между разными участниками.

Это - специфическая форма **стратегического действия**, суть которой - в том, чтобы **связать, соединить людей и процессы, которые до этого были не связаны.**

Рональд Бёрт (р.1949)

Предприниматель выступает как **посредник, который выстраивает и использует, как он говорит, структурные пустоты в сетях деловых связей.**

Предприниматель – посредник, создающий и заполняющий структурные пустоты



Подходы к предпринимательству в самом общем виде можно поделить на **функциональный и структурный.**

1. Функциональный.

В понимании Шумпетера предприниматели не представляют из себя какой-то отдельной профессии или социального класса.

Это - функция, которая реализуется самыми разными людьми в разное время, она не привязана ни к каким отдельным профессиональным или статусным группам.

Эта функция возникает откуда-то, потом исчезает. **Она может бесконечно дробиться, интегрироваться, специализироваться, она то появляется, то затухает, сменяясь обычными, рутинными или, как мы говорим, менеджерскими практиками**

2. При структурном подходе предприниматели образуют совокупность социальных групп.

Социологи когда приступают, скажем, к эмпирическим исследованиям, они строят выборку этих предпринимательских групп, и при построении такой выборки крайне сложно определить, как там, теплится эта предпринимательская функция, реализуется она или нет.

Поэтому, как правило, в стандартизованных опросах социологи поступают проще. Они берут руководителей или создателей предприятия, и, разумеется, в этих рядах оказываются представители очень разных групп. С одной стороны — это руководители крупных

Немного по истории

Средневековый предприниматель

воинствующие торговцы из варяжских купцов

, которые прекрасно сочетали деятельность военную с деятельностью торговой. Это и рыцари, кормящиеся «из стремени», и аристократы, промышлявшие разбоем. Это пиратствующие первооткрыватели, это разного рода миссионеры, это средневековые архитекторы, которые брали полный подряд на строительство какого-то здания и отвечали за организацию всей работы. Это откупщики налоговых сборов, это разного рода бродячие торговцы, ремесленники. Это первые биржевые спекулянты. Словом, народ крайне сомнительный и очень разношерстный. А Ричард Кантильон, который, напомним, ввел определение, сам термин «предпринимательство», даже относил к предпринимателям бродяг и разбойников.

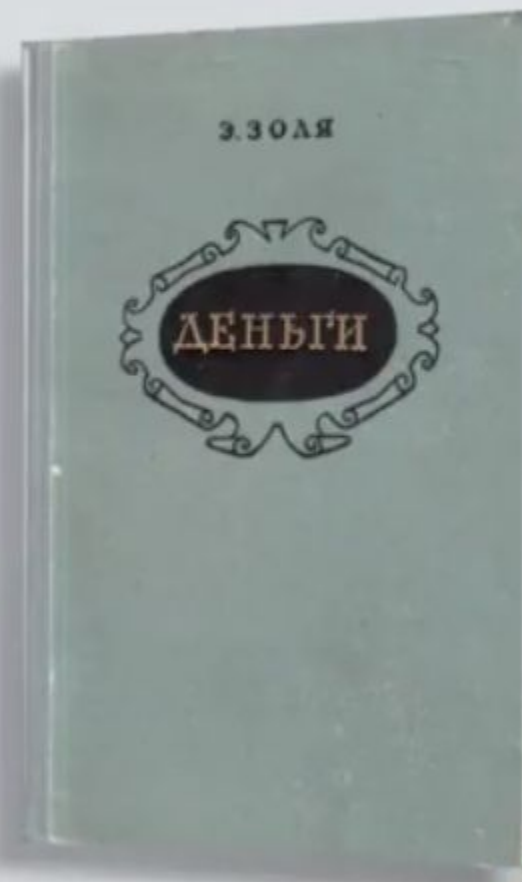
XVI–XVII столетиях. Что характерно для современного предпринимателя?

Здесь была **жажда богатства**, которая никуда не уходит, **соединяется с предприятием, то есть стремлением к прибыли на капитал в качестве устойчивой стратегии, которая не ограничена, как ранее, естественными потребностями человека.** И которая может теперь становиться **делом всей жизни человека**, этого предпринимателя.

Но кроме его личных устремлений здесь еще и появляются институциональные подпорки важные. Эта деятельность начинает **опираться на уже законодательно оформленные и специфицированные права собственности.**

Появляются **более развитые средства**

Рисковые и авантурные формы переносятся в сферу финансовых манипуляций

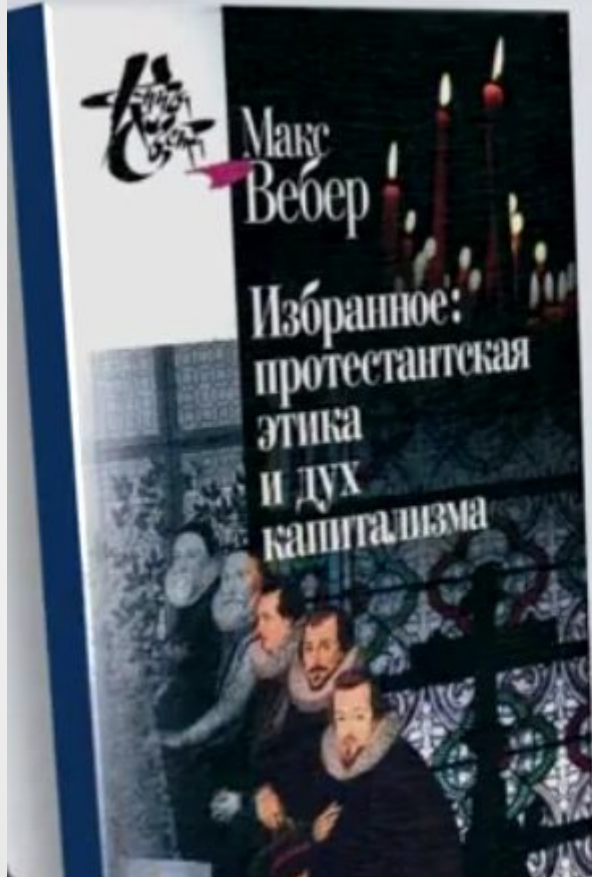


Возникновение предпринимательского духа

*«Хозяйственный дух –
это совокупность душевных свойств и
функций, сопровождающих
хозяйствование»*



Вернер Зомбарт





Вернер Зомбарт

Качества предпринимателя (В. Зомбарт)

- Завоеватель (духовная свобода, позволяющая планировать действия; воля и энергия; упорство и постоянство)
- Организатор (способность правильно оценивать людей, заставлять их работать, координируя их действия)
- Торговец (способность вербовать людей без принуждения, возбуждать интерес к своей продукции, внушать доверие)

Качества мещанина (В. Зомбарт)

- неумолимая жажда денег как универсального воплощения обеспеченности и респектабельности
- хозяйственность, рациональное ведение дел, экономия и бережливость
- деловая мораль, коммерческая солидность и благонадежность, верность договору, строгая отчетность
- служение интересам семьи (семейные идеалы переносятся в бизнес)

Качества бюрократа (М. Вебер)

- Лояльность и преданность корпорации
- Жесткая дисциплина, четкое и безличное администрирование, следование инструкции, выполнение закрепленного вышестоящими лицами набора функций
- Работа ради прибыли фирмы как способ личного карьерного продвижения
- Поддержание благоприятного впечатления о себе



Психологические качества предпринимателя

- интеллект и нацеленность на новое знание
- воображение и изобретательность
- личная энергия и воля к действию

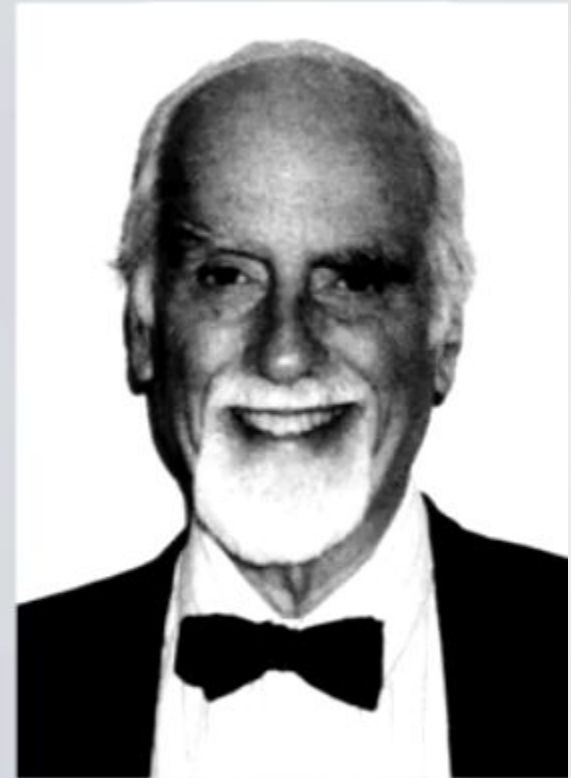
Предпринимателю нужны: интуиция и чутье (способность переключаться), энергия и воля (способность действовать вопреки), харизматическая качества (способность вызывать доверие)

Нужны постоянное движение и чувство внутренней свободы от сильных связей



Йозеф Шумпетер

«Удовлетворение от достигнутого порождается скорее самим успехом инициированного действия, нежели общественным признанием индивидуального достижения... Жажда наживы не внесла серьезного вклада в экономическое развитие, а вклад жажды достижения действительно велик»



Дэвид Макклелланд

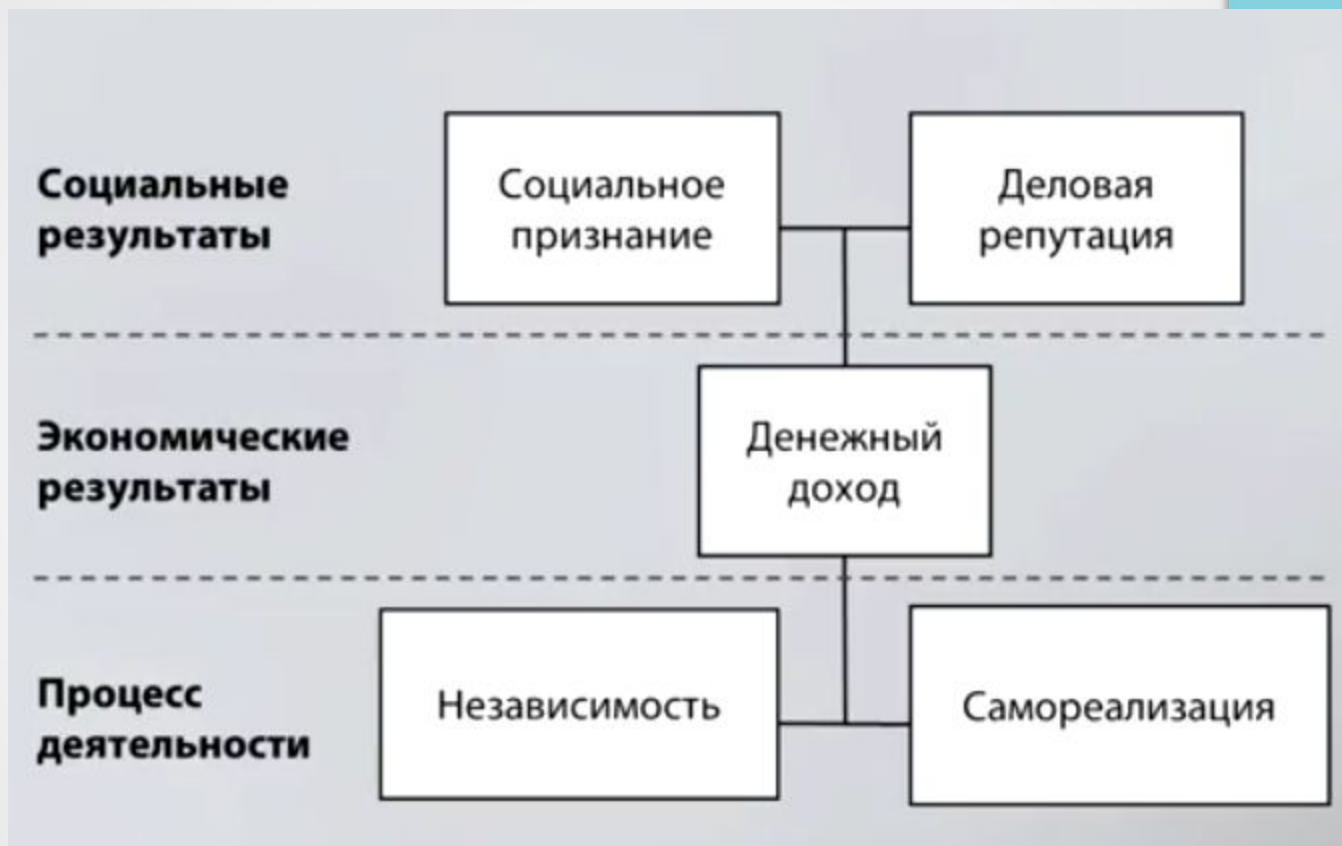
Чем объясняются частые быстрые взлеты и падения многих предпринимателей?

Ответ: «реактивная модель» психодинамических сил



Манфред Кетс де Врис

Мотивы предпринимательской деятельности



Принципы предпринимателя

- склонность к планированию и стратегическому действию
- нацеленность на инновацию
- самореализация через прибыльный проект важнее денег и карьеры как таковых
- желание славы и успеха выше мещанской и бюрократической умеренности
- организационное творчество выше формальной регламентации

Принципы предпринимателя

- более спокойное отношение к риску
- цель важнее ресурсных ограничений, пониженная склонность к бережливости
- служение Идее, скорее чем семье или корпорации
- меньше приверженности нормам и деловой морали

Причины ухода в предпринимательство

- Неудовлетворенность прежней работой, отсутствие профессиональных и карьерных перспектив
- Потеря работы или угроза потери работы (в меньшей степени)
- Давление кризиса и ухудшение положения предприятия, побуждающее к изменениям и риску

*«Исторически администраторы
редко изменяли позиции, если
только не понуждались к тому
сильным давлением»*



Альфред Чандлер

Противоречивость положения предпринимателей в обществе

- Долговая зависимость и жизнь ради лучшего будущего
- Большой разрыв между прогнозируемыми и текущими доходами
- Повышенные риски, «уязвимость нового» (А. Стинкомб), возможность провала

Маргинальность предпринимателей не как принадлежность к социальному «дну», но как состояние «статусного несоответствия» или «декомпозиции статусов»



Герхард Ленски

*«Бездна недоверия, подчас ненависти,
прежде всего морального возмущения
всегда встречала сторонника новых
веяний»*



Инноваторы «настолько не подчиняются нормам, что воспринимаются как субъекты в высшей степени девиантного поведения»



Эверетт Роджерс

Явление этнического предпринимательства



Роджер Уолдингер



Ховард Олдрич

Причины ухода в бизнес

- Через миграционные фильтры проходят более активные
- Дискриминация на местном рынке труда, затрудненный доступ к высокостатусным позициям
- Дефицит квалификации для постиндустриальных занятий, языковые и культурные барьеры
- Образование этнических анклавов

«Образы маленького человека
обычно возникают и широко
распространяются только потому,
что большие люди находят им
нужное применение»



Райт Миллс

Мобилизующая идеологическая схема

- набор рационализирующих схем на микро и мезоуровнях
- система привлекательных ценностных ориентиров (независимость, самореализация, стремление к индивидуальному успеху)
- важный элемент либеральной идеологии (свобода, полагание на собственные силы)

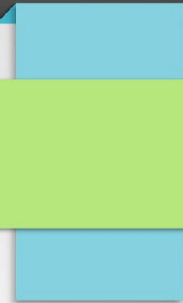

- Экономическая теория определяет предпринимательство как функцию, необходимую для успешного экономического развития (образование новых предприятий, несение бремени риска, осуществление инноваций, экономия трансакционных издержек)
- Предпринимателю вменяются определенные психологические качества (интуиция, воля, склонность к достижению, изобретательность)

- Экономическая социология рассматривает предпринимательство как культурно-исторические типы, различающиеся в разных сообществах
- Современный капитализм принципиально отличен от раннего авантюристического капитализма
- Предпринимательский дух стал важной составляющей нового капиталистического духа, соединившего жажду наживы с рациональным ведением хозяйства

«Вопрос о движущих силах экспансии современного капитализма не сводится к вопросу об источнике используемых капиталистом денежных ресурсов. Это в первую очередь вопрос о развитии капиталистического духа»

Макс Вебер, «Протестантская этика и дух капитализма»





Предпринимательская ориентация - практика принятия стратегических решений, философия менеджмента и поведение фирмы, предпринимательские по своей природе (Anderson, Covin, Slevin, 2009)

ПЛАН

1. Возникновение понятия социальной ответственности и развитие содержания КСО в науке и общественной жизни
2. Появление и развитие концепций стейкхолдеров, устойчивого развития и корпоративного гражданства
3. Социальная ответственность и этика бизнеса в культурно-историческом и национальном контекстах

В результате проведенного анализа полученных в ходе исследования данных на основе своеобразной «коллективной мудрости» более 1000 опрошенных руководителей компаний и организаций были выделены пять базовых характеристик, необходимых для ведения компаниями успешного бизнеса в будущем (Корнильев Предприятие будущего: результаты глобального исследования компании IBM)

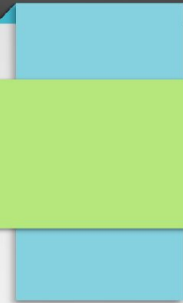

Поиск и внедрение изменений

Предложение инноваций, опережающих воображение потребителей

Стремление к глобальной интеграции

Радикальные действия и обезоруживание конкурентов

Социальная ответственность, а не просто благотворительность



1. Возникновение понятия и развитие содержания КСО в науке и общественной жизни

Social responsibility - первое определение

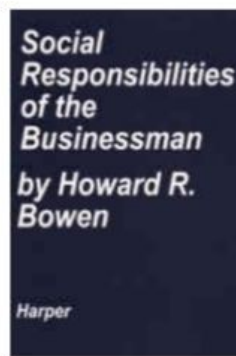
«Социальная ответственность бизнесмена состоит в реализации такой политики, принятии таких решений либо следования такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества»

Howard BOWEN (USA, 1908-89)

'Father of Corporate Social Responsibility'

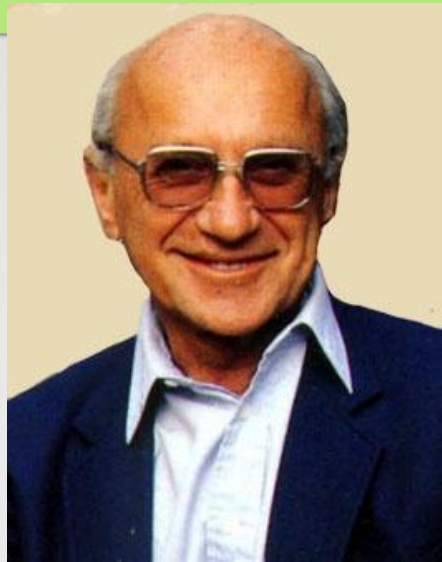
1953: book 'Social Responsibilities of the Businessman'

(Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman. – New York, 1953 г.)

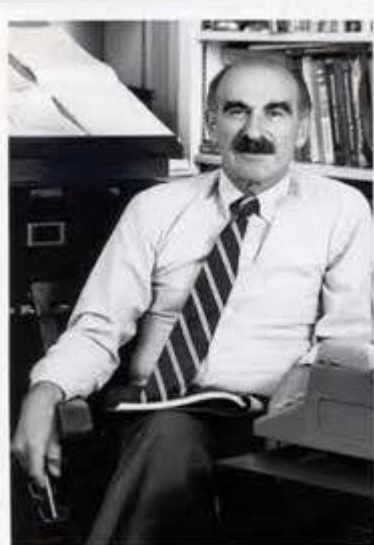


"it refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society"

Неоклассическая трактовка КСО



В свободном обществе только одна социальная ответственность бизнеса: использование своих ресурсов для участия в деятельности, направленной на повышение его прибылей, в той мере, в какой она соответствует правилам игры, обеспечивающим открытую и свободную конкуренцию без обмана и мошенничества

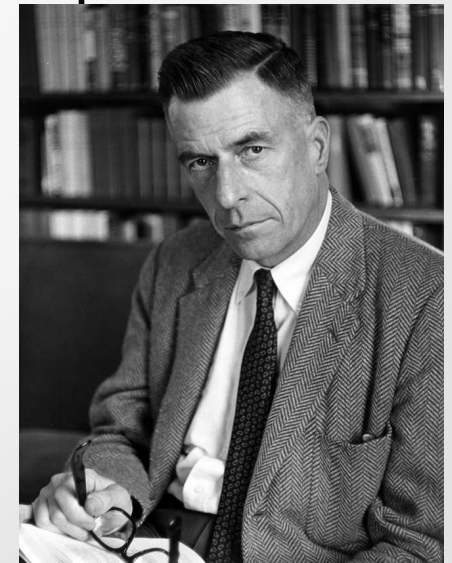


Источники, или движущие силы, КСО



Политические процессы как источники КСО (Дж. Гэлбрейт)

- Общество, государство должны воздействовать на корпорацию посредством инструментов госрегулирования, дабы интересы «анонимной техноструктуры» не доминировали над интересами общества.
- Необходимо создание жестких рамок, которые смогут привести власть корпораций в соответствие с общественными целями.
(КСО – обязанность следовать внешнему регулированию)



Комплексный подход к анализу источников КСО (К.Дэвис)

- Социальная ответственность вытекает из той реальной власти, которой обладают бизнесмены, и должна ей соответствовать.

«Железный закон ответственности»:

- Те, кто не берет на себя ответственность, адекватную их власти, в результате утратят эту власть.
- КСО – это «**осознание** фирмой проблем, выходящих за пределы узких экономических, технических и правовых требований, и реакция на эти проблемы».



*К. Дэвис, 19й президент
Университета
Штата
Аризона, 1964*

В 80-е гг. XX века — понятие «социальный контракт»

В 80-е гг. XX века сторонники неоклассического экономического либерализма Томас Дональдсон и Норман Боуи ввели в понятийный аппарат термин **«социальное соглашение между бизнесом и обществом»**.

Они считали, что деятельности корпорации должно быть свойственно стремление к увеличению прибыли, но при этом должны уважаться моральные устои общества и соблюдаться права человека.

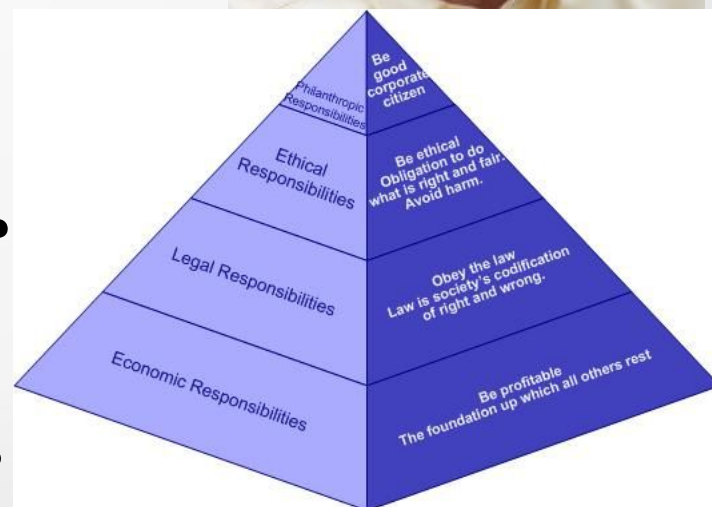
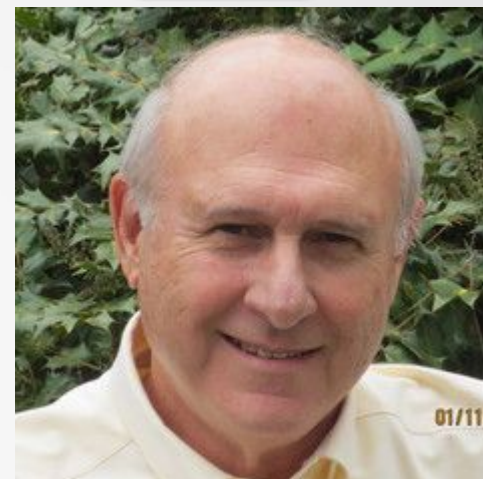


Книга: Donaldson / Dunfee
Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics

А.Кэрролл, комплексный подход к КСО

КСО – **соответствие** деятельности организации экономическим, правовым и дискреционным (филантропическим) ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период времени.

«КСО представляет собой **многоуровневую ответственность** которую можно представить в виде пирамиды. Исповедующая КСО фирма должна стремиться получать прибыль, исполнять законы, быть этичной, а также быть хорошим



Carroll's CSR Pyramid

CORPORATE RESPONSIBILITY

THE AMERICAN EXPERIENCE

Archie B. Carroll
Kenneth J. Lipartito
James E. Post
Patricia H. Werhane
EXECUTIVE EDITOR
Kenneth E. Goodpaster



CAMBRIDGE

ФИЛАНТРОПИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Быть хорошим корпоративным гражданином
Жертвовать ресурсы для сообщества,
повышать качество жизни

ЭТИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Быть этичным
Поступать правильно, честно и справедливо
Не причинять вреда

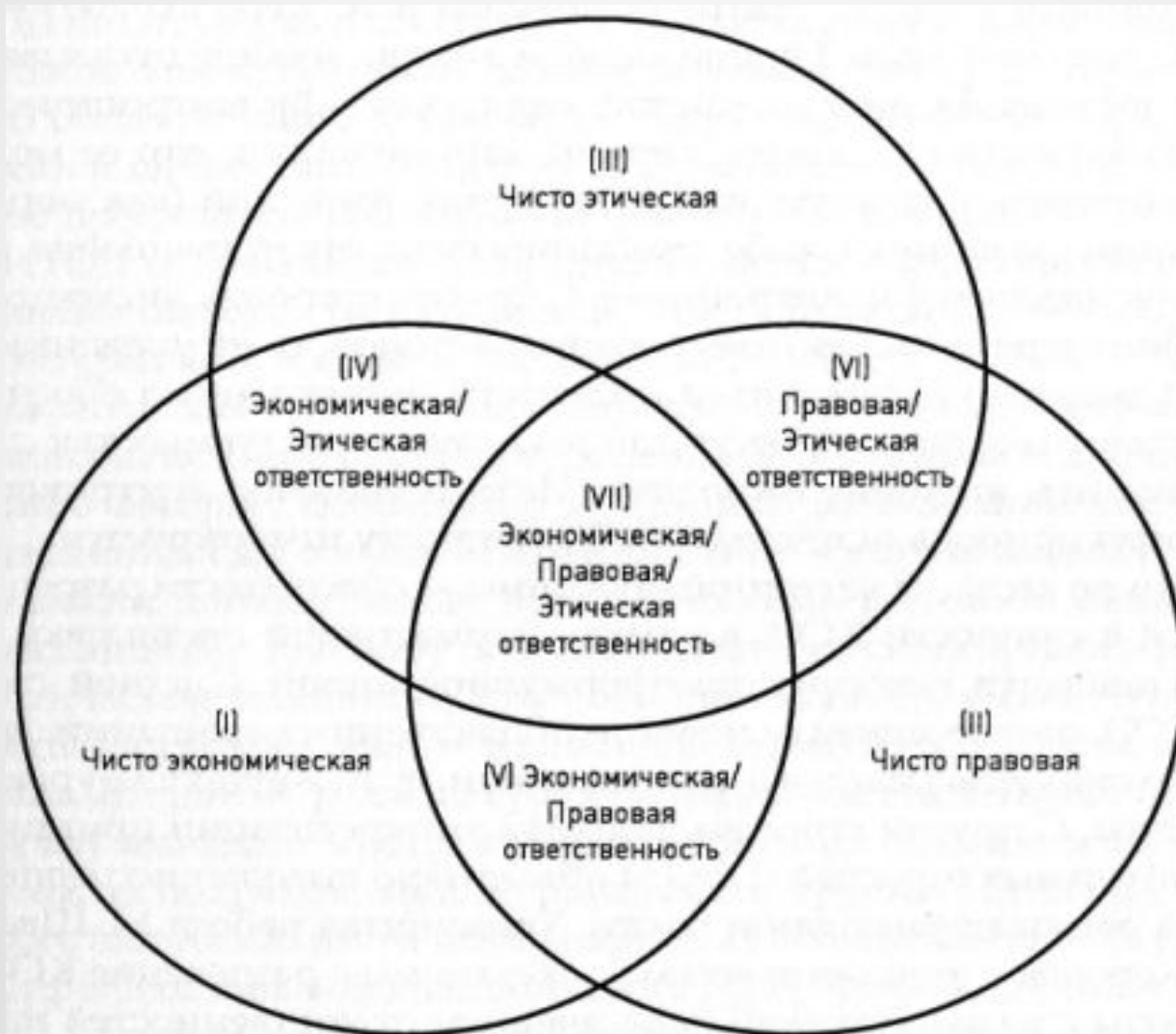
ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Исполнять законы
Относиться к закону как к общественной
кодификации хорошего и плохого
Играть по правилам

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Быть прибыльной организацией
Относиться к данной ответственности
как к фундаменту, на котором базируются
остальные уровни

Трехсферная модель КСО (Кэрролл, Шварц, 2003)



Развитие идеи многомерной КСО С. Вартика и Ф. Кохрэна — модель КСД (1985)

Принцип корпоративной социальной деятельности (КСД)	Процесс – корпоративная социальная восприимчивость	Политика организации в решении общественных проблем
Экономический	Реактивная	Идентификация проблем
Правовой	Оборонительная	Анализ проблем
Этический	Адаптивная	Разработка ответа
Дискреционный (филантропический)	Проактивная	Реализация

Корпоративная социальная деятельность представляет собой основополагающую взаимосвязь между принципами социальной ответственности, процессом социальной восприимчивости и политикой, направленной на решение общественных проблем.

Направляющие силы, действующие в модели КСД С.Вартика и Ф.Кохрэна

Корпоративная социальная ответственность: направляющие силы	Корпоративная социальная восприимчивость: направляющие силы	Политика компании: направляющие силы
Общественный договор	Способность к восприятию меняющихся общественных условий	Минимизация рисков
Корпорация как моральный агент	Управленческие подходы к разработке способов восприятия	Внедрение эффективной корпоративной социальной политики

Наиболее законченную форму категория КСД приобрела в работах Д. Вуд и Д. Свансон. По мнению Вуд, термин «деятельность» подразумевает действия и результаты, а **социальная восприимчивость** — не один процесс, а совокупность разных процессов.

Модель корпоративной социальной деятельности, предложенная Д. Вуд

КСО дает ответ на вопрос: **почему** компании нужно действовать тем или иным образом?

Корпоративная социальная восприимчивость отвечает на вопрос: **как именно** действует компания?

Принципы КСО:

- Институциональный принцип легитимности
- Организационно-правовой принцип правовой ответственности
- Индивидуальный принцип свободы управленческого выбора



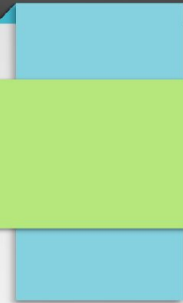

Корпоративная социальная деятельность — в работах Д.Свансон

Д.Свансон

выделяет следующие **ценностные организационные процессы**:

Экономайзинг - процесс достижения эффективных результатов в рамках конкурентного поведения; при этом организации несут ответственность за результаты экономайзинга;

Стремление к власти — борьба за повышение статуса в рамках управленческой иерархии; при этом высшие менеджеры при



2. Появление и развитие концепций стейкхолдеров, устойчивого развития и корпоративного гражданства

Концепция корпоративного альтруизма (П.Друкер)

Этот подход состоит в том, что корпорации несут не только экономическую, но и социальную ответственность, как перед и перед другими заинтересованными группами.

Идея концепции заинтересованных групп заключается в том, что предприятие при достижении целей и реализации стратегии в той или иной мере зависит от участия и ресурсов указанных групп. В свою очередь эти группы интересов нуждаются во встречных услугах, чтобы осуществить свои цели.



Заинтересованные стороны (стейкхолдеры), по Э.Фримену

- это любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения и/или оказывающиеся под воздействием этих решений.



Выделяют следующие виды заинтересованных сторон:

- 1) **основные заинтересованные стороны** – это индивидуумы, организации и сообщества, которые имеют **прямое отношение** к деятельности компании (**собственники, сотрудники, клиенты, поставщики, бизнес – партнёры, а также местные сообщества**);
- 2) **косвенные заинтересованные стороны** — это индивидуумы и организации, имеющие **косвенное** отношение к деятельности компании (органы государственного управления, некоммерческие и общественные организации, профессиональные объединения, активисты, конкуренты и СМИ).

Принципы М. Кларксона

1. Принимать во внимание интересы стейкхолдеров
2. Открытое обсуждение проблем и рисков
3. Адаптация процессов и моделей поведения
4. Стремиться к справедливому распределению между стейкхолдерами выгод и обременений
5. Сотрудничество в целях минимизации рисков
6. Стараться исключать риски, подвергающие опасности жизнь человека
7. Осознавать потенциальные конфликты интересов



CLARKSON
Centre for Board Effectiveness

Как один из важнейших стейкхолдеров рассматривается ПРИРОДА

Выпуск программы "Время" в 21:00 сегодня,
7 сентября 2016 года



Новость 12/14

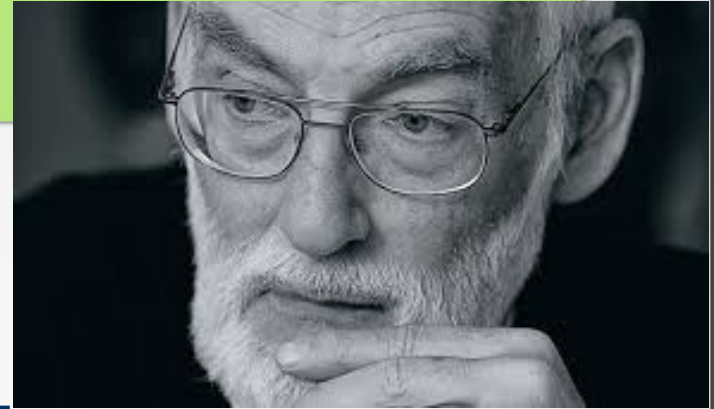
Под Норильском по неизвестным причинам река Долдыкан окрасилась в красный цвет

«Зеленая стена»

- это растущий, хотя и невидимый барьер, отделяющий добрые намерения фирмы в отношении окружающей среды от действительности, направленной на достижение чистой прибыли.

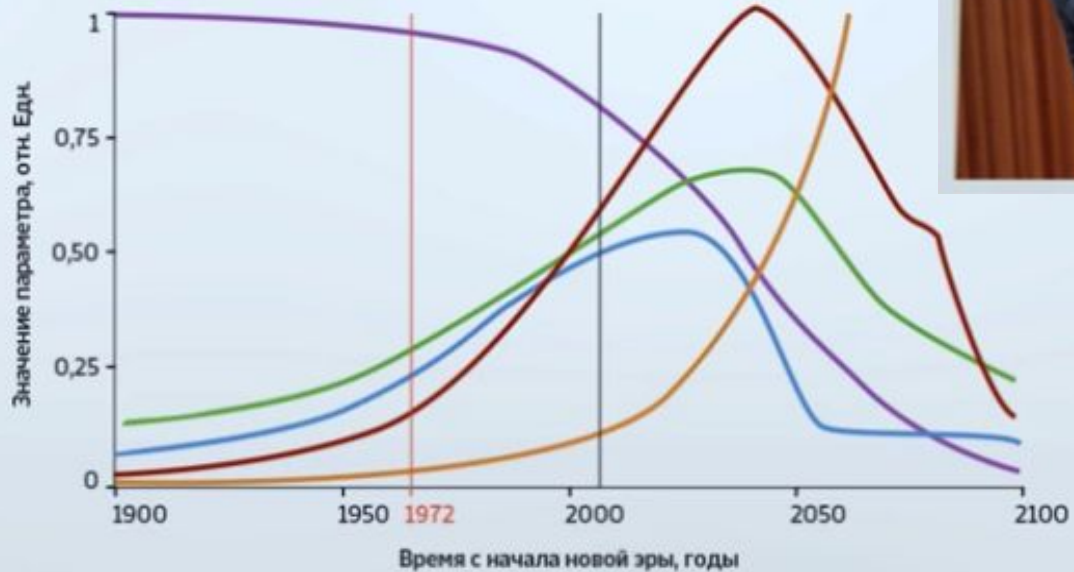


Общественное обсуждение экологических проблем



- Доклад группы Д. Медоуза «Пределы роста» Римскому клубу в 1972 г. – начало дискуссий
- Конференция ООН в Стокгольме в 1972 г. – импульс энергичному развитию международных и государственных экологических организаций, мониторинга окружающей среды
- Конференция в Рио-де-Жанейро в 1992 г. – 27 принципов достижения цивилизацией устойчивого развития в принятой декларации – импульс к принятию множества международных договоров, программ и инициатив.

Пределы роста



- Ресурсы
- Население
- Выпуск продукции ВВП
- Загрязнение окружающей среды
- Продовольствие



Donella H. Meadows, Jorgen Randers and Dennis L. Meadows
"Limits to Growth - The 30 year Update", 2004, hardcover ISBN 1-931498-51-2

Среди международных документов по охране окружающей среды:

- Конвенция о биологическом разнообразии (1992)
- Картахенский протокол о биобезопасности (2000)
- Конвенция о доступе к информации, участии общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды (Охрусская конвенция, 1998)
- Стокгольмская конвенция о стойких органических загрязнителях (2001)
- Протокол по стратегической экологической оценке к Конвенции об оценке воздействия на окружающую среду в трансграничном контексте (2003) и др.

Концепция устойчивого развития, корпоративной устойчивости

3P: People, Planet, Profits

- Triple bottom line (TBL) – тройной (триединый) итог деятельности корпорации
- Экоэффективность



*Дж. Элкингтон,
1997*

Д.Медоуз в публикации 2004 г.:

Сейчас мы должны рассказать людям, как управлять снижением своей деятельности до уровней (возобновляемых) ресурсов Земли. Нужно наконец попытаться приучить людей к тому, чтобы они не ждали очередных мудрых решений от своих правительств, а сами принимали необходимые превентивные меры.

*Dennis L. Meadows, Donella Meadows,
Jorgen Randers.
Limits to Growth: The 30-Year Update.*



Этапы становления концепции устойчивого развития

2002

- Декларация ООН по устойчивому развитию:
 - привлечение внимания к теме устойчивого развития и ответственного бизнеса

2010

- Стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»:

- определение социальной ответственности,
- тематика социальной ответственности,
- управление социально ответственным поведением



ISO 26000:2010

Guidance on social responsibility

Социальная ответственность (social responsibility): - ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности **на общество и окружающую среду** через прозрачное и этическое поведение, которое

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях

Этапы становления концепции устойчивого развития

2012

Конференция «Рио+20»:

- новые стандарты ведения бизнеса,
- новая роль бизнеса в обществе,
- итоговый документ «Будущее, которое мы хотим»,
- более 900 проектов в сфере устойчивого развития



*рыбы - из
пластиковых
бутылок*



Факторы, стимулирующие экологическую ответственность организаций

- Природоохранное законодательство
- Наличие добровольных международных стандартов экологического менеджмента (ISO 14000, Р ИСО 14000)
- Наличие на рынке современных экологичных и одновременно экономически выгодных технологий

Наиболее значимые для компаний глобальные природоохранные задачи:

- Сохранение климата (сокращение выбросов парниковых газов)
- Замедление темпов истощения природных ресурсов (водосбережение, использование возобновимых источников энергии, применение вторичного сырья)
- Сокращение объемов загрязнения природной среды – воздуха, водных объектов и почвы
- Сохранение биоразнообразия занимаемых территорий

Концепция корпоративного гражданства

Концепция уделяет особое внимание наличию у организаций гражданских прав и обязанностей, связывает их деятельность с реализацией прав и обязанностей соответствующих индивидов.

Компании-участники **Глобального договора ООН** (представлен ООН в 2001 году) принимают добровольные обязательства по соблюдению в рамках своей деятельности **10 основополагающих принципов** Глобального договора, касающихся защиты прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и борьбы с коррупцией.

Этапы становления концепции устойчивого развития

2000 - Глобальный договор ООН



- 1-я в мире глобальная инициатива по социально ответственному бизнесу: 10 принципов
- Идея Глобального договора была выдвинута Генеральным секретарем ООН Кофи Аннаном на Всемирном экономическом форуме в Давосе в 1999 году.
- Официальный старт инициативе был дан в 2000 году в штаб-квартире ООН в г. Нью-Йорке (США).
- В настоящее время к Глобальному договору уже присоединились более 13 000 компаний и организаций из 161 страны мира.

ENES
EXPO 2016

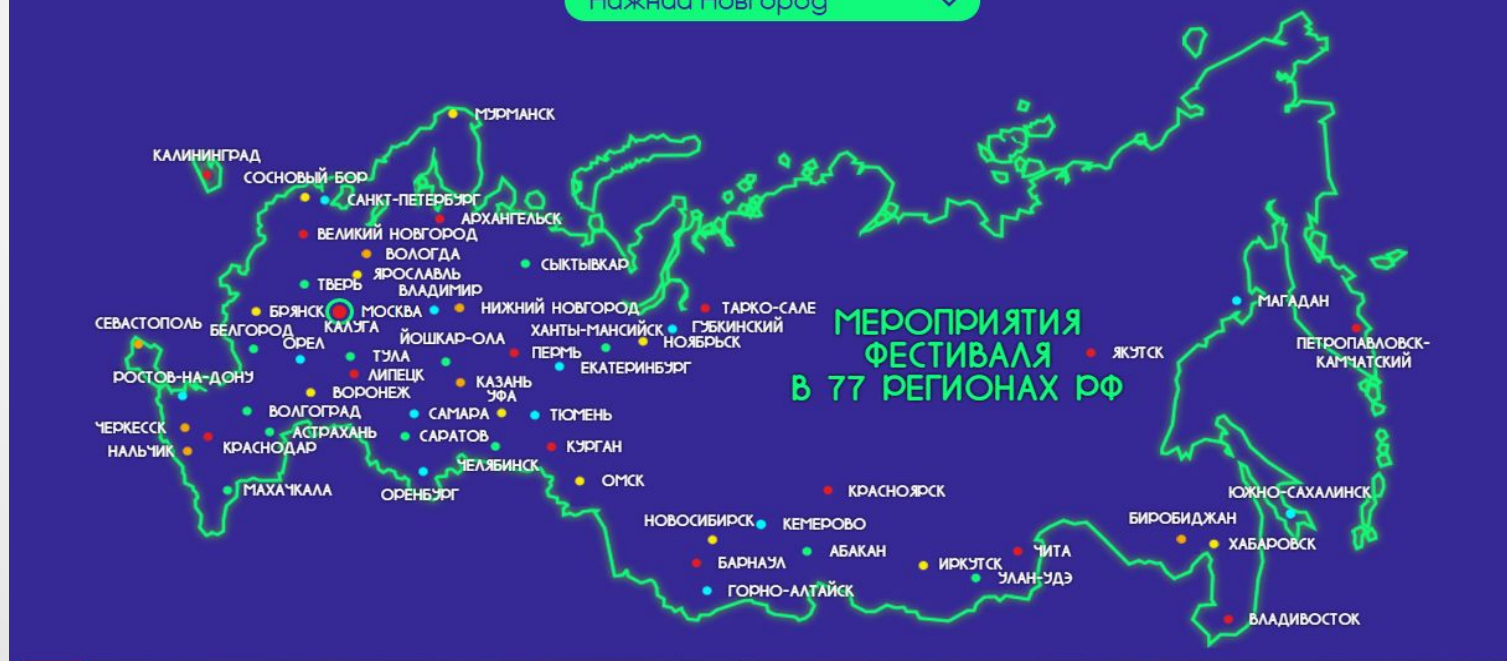
2-11 СЕНТЯБРЯ 2016



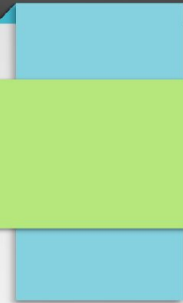

ВСЕРОССИЙСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ

КАРТА ФЕСТИВАЛЯ

Нижний Новгород



<http://вместеярче.рф/#festival>



3. Социальная ответственность и этика бизнеса в культурно- историческом и национальном контекстах

Эволюцию подхода к определению роли бизнеса в обществе, пожалуй, наиболее полно охарактеризовал Фрэнк Найт, который, в частности, писал:



«В конце XVIII и начале XIX вв. под влиянием «классической политэкономии», манчестерских либералов, политического давления со стороны приобретающей влияние буржуазии и общей силы обстоятельств, был быстро достигнут прогресс в сторону установления личной свободы в экономике. Но задолго до того, как общество тесно приблизилось к полному индивидуализму, его последствия были признаны невыносимыми, и это отразилось в движении, призывающем к общественному вмешательству и контролю, который с тех пор идет ускоряющимся темпом»

Модель Майкла Э. Портера и Марка Р. Креймера

- Реагирующий характер КСО - практика, направленная на покрытие общественных издержек, поддерживающая репутацию фирмы в краткосрочной перспективе
- Стратегический характер КСО - дальновидность, долгосрочные перспективы, социальные инвестиции, улучшение конкурентное положение



Перспективы КСО

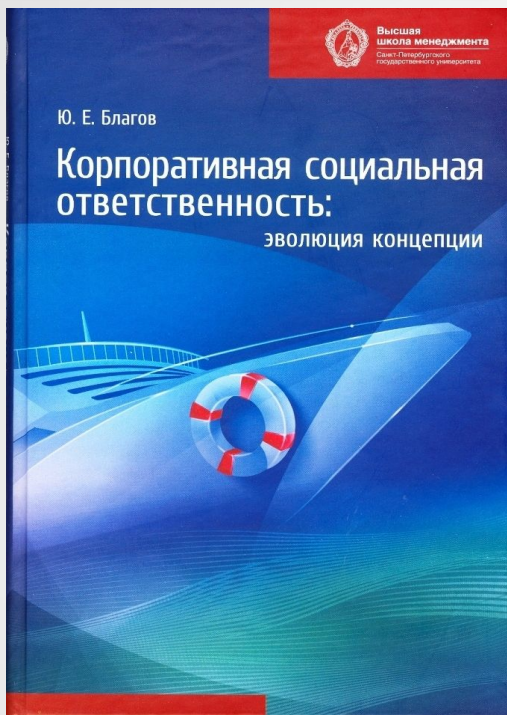
Потенциальные эффекты
для бизнеса и общества



Интеграция в бизнес

Адаптировано: Halme & Laurila, 2009

Исследования КСО в России



Благов Юрий Евгеньевич,
директор Центра
корпоративной социальной
ответственности им.
ПрайсвотерхаусКуперс,
Высшая школа
менеджмента СПбГУ

**Доклад о социальных
инвестициях
в России – 2014:**

к созданию ценности
для бизнеса и общества

Три типа субъектов крупного российского предпринимательства по реализации КСО

- «узкие прагматики» (обязательства перед сотрудниками в части оплаты труда и социальных гарантий, уплата налогов);
- «разумные эгоисты» (забота о социальном контексте деятельности, чтобы спокойно вести бизнес);
- «социально ответственные» (признание общественных обязательств вследствие обладания богатством).

(Исследование Института социологии РАН)

Собственность и бизнес в жизни и восприятии россиян – М.: Наука, 2006

КСО — определение Ассоциации менеджеров России

КСО – это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на следующие ориентиры:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат и инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- неукоснительное выполнение требований

КСО: за и против

ЗА

- Прибыль в перспективе
- Лучше добровольное участие по возможности, чем обязательное «по закону»
- Подготовка трудовых ресурсов
- Обучение и повышение компетентностей персонала
- Позитивный имидж компании
- Диверсификация бизнеса

ПРОТИВ

- Ответственность за приоритеты и формы социальной ответственности
- Финансирование непрофильных направлений
- Отсутствие норм и границ в оценках социальной ответственности