

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И РИСК ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЗАПАДНОГО ОБЩЕСТВА

© 2011 г. Е. П. Ларькова

Каменский институт (филиал)
Южно-Российского государственного технического (НПИ)

В статье анализируется специфика позиционирования предпринимательства в современном информационном обществе на основе деятельностного подхода, теории социальной стратификации, структурно-функциональной теории и неoinституциональной теории структуризации в рамках парадигмы глобализации. Рассматриваются и характеризуются специфические черты предпринимательства как социального слоя и социального института в условиях глобализации западного общества.

Ключевые слова: *позиционирование предпринимательства; информационное общество; глобализация; социальная ответственность; риск.*

The specific character of entrepreneurship positioning in the modern information-based society is analyzed in the article. The analysis is based on activity approach, social stratification theory, structural-functional theory and neoinstitutional structuration theory in the frames of globalization paradigm. The specific features of entrepreneurship as a social group and social institute are considered and analyzed under the conditions of western society's globalization.

Key words: *entrepreneurship positioning; information-based society; globalization; social responsibility; risks.*

В условиях глобализации западного социума значительно возрастает роль позиционирования предпринимательства и его социальная ответственность прежде всего перед личностью, как системообразующим фактором общества и культуры, и получает свою специфику риск. Это обусловлено следующими факторами: особенностью регулирования позиции предпринимательства государством и значением экономики в жизнедеятельности общества. Особенности этого регулирования состоят в том, что в развитых капиталистических странах государственная власть заняла более активную позицию и играет ведущую роль в деле колоссального усиления регионального глобального управления — «практически со всех точек зрения государственная власть в высокоразвитых капиталистических странах гораздо мощнее, чем когда бы то ни было» [10]. Известно, что позициони-

рование предпринимательства определяется его соотношением с государством в деле распоряжения свободными ресурсами, и поэтому нет ничего удивительного в том, что сейчас значительно возросла роль государства в распоряжении этими свободными ресурсами и, соответственно, в регулировании предпринимательской деятельности на региональном глобальном уровне, хотя изменились инструменты этого регулирования (относящиеся прежде всего к областям миграции, экологии, культуры, налоговой политики и пр.).

Другим фактором возрастания социальной ответственности роли позиционирования предпринимательства является тот фундаментальный факт, что экономика в первую очередь представляет собой средство развития индивида и общества. «Отец рассматривал, — отмечает легендарный финансист

с Уолл-стрита Л. Ливи, — экономику не как средство получения дохода, а как средство совершенствования общества. И вот по прошествии почти столетия, как он завершил свой труд, у нас остаются все те же проблемы. Мы пережили период дерегулирования экономики, приведшего к искусственному экономическому буму. Сейчас предприниматели должны запомнить, что правительство призвано играть важную роль в нашей жизни — посредством определения налоговой политики, государственного регулирования экономики либо контроля над установлением уровня процентной ставки. Мы также до сих пор не нашли способа обеспечить полную занятость и благоприятный торговый баланс. И если мы, хотя бы частично, не решим эти проблемы, экономические трудности будут продолжаться» [8]. В этом фрагменте рельефно подчеркнута социальная ответственность предпринимательства перед обществом, что и определяет его позиционирование (социальной позиции с заложенным в ней диапазоном возможностей) в социуме.

Ключевой характеристикой современного этапа цивилизационного развития является резкое возрастание роли творчества личности в системе факторов производства, что с необходимостью требует глубокой социальной переориентации экономических приоритетов. Личность со своим креативным потенциалом выдвигается в центр социально-экономической системы, целью функционирования которой становится возможно более полное удовлетворение всего спектра ее потребностей, включая потребность в самореализации, она оказывается одновременно конечной целью производства и условием его устойчивого развития. В связи с этим первостепенную роль приобретает обеспечение возможно более полного развития и реализации человеческого потенциала. Данные трансформации подчеркивают ограниченность подхода к пониманию предпринимательства как управления капиталом с целью извлечения прибыли. Теперь в условиях экономической глобализации, зависящей от творческого потенциала личности, позиционирование предпринимательства определяется его социальной ответственностью.

До недавнего времени при анализе производственной роли человеческой лич-

ности в экономическом процессе внимание акцентировалось на трудовом потенциале, т.е. совокупности тех свойств, способностей, знаний и навыков людей, которые они применяют или могут применять в общественном производстве на данном этапе его развития. В отличие от трудового потенциала человеческий потенциал характеризуется во всем богатстве его способностей, знаний, навыков и личностных параметров. Другими словами, трудовой потенциал человека соответствует его рабочей силе, человеческий потенциал — личности.

Человеческий потенциал воплощается в разнообразных сферах, ведущими из которых, помимо производства, являются потребление и досуг. В этой связи речь идет не только о платежеспособном спросе, как о стимуле производства, но и об усложнении потребления, формировании структуры потребностей. «Взаимоотношения между людьми, — пишет В. Иноземцев, — уже не могут быть сведены к проблеме производства и потребления благ; продукты творческой деятельности становятся неотделимыми от самого субъекта, а их воспроизводство и распространение требуют фактически не исследовавшихся в рамках традиционной экономической теории межличностных контактов и интерперсонального взаимодействия. Развитие неэкономического сектора основывается на распространении новой мотивационной системы, однако проявляется прежде всего в росте количества благ, не актуализируемых вне человеческой личности» [6; 7]. Важнейшая функция человеческого потенциала заключается в инициировании перспективных потребностей, задающих стимулы и направленность экономического развития. Рассматриваемый с точки зрения его экономической отдачи (действительной или потенциально возможной, прогнозируемой), человеческий потенциал приобретает форму человеческого капитала.

Изобилие социального капитала в значительной степени снижает издержки предпринимательства и путем укрепления доверия, координации и кооперации на всех уровнях ведет к росту производительности труда. Следствием недостатка социального капитала является нарастание конфликтов и снижение эффективности. Эмпирическая

действительность показывает, что переход к производству индивидуализированной и наукоемкой продукции принципиально изменяет содержание конкуренции, по сравнению с тем, когда конкуренция задавалась массовым производством, что определяет экономические императивы социализации предпринимательства. Несмотря на важность образования и квалификации отдельных сотрудников организации, ключевое значение приобретает формирование эффективных социальных отношений, развивающих способность к взаимобучению, работе в команде, которые облегчают передачу информации в масштабах экономики и тем самым увеличивают объем человеческого капитала и способствуют его более эффективному осуществлению. В этом случае формирование внутри- и межфирменного социального капитала становится более мощным фактором инновационного процесса, чем рыночная конкуренция [4].

Данное обстоятельство с необходимостью требует пересмотра традиционного представления о соотношении экономической эффективности и социальной справедливости, предполагает усиление социальной направленности современных экономик и, соответственно, социальной ответственности предпринимательства. Чем менее равномерно распределены собственность и доходы, тем больше социальное расслоение и ролевая сложность общества, что значительно препятствует формированию отношений взаимного доверия [9]. Порождаемое рынком социальное неравенство может негативно влиять на эффективность, так как оно разрушает социальный, символический капитал.

Деструкция социального, символического капитала в конечном счете имеет негативные последствия для позиционирования предпринимательства в социальной структуре общества. Следует иметь в виду то существенное обстоятельство, на которое обратил внимание П. Бурдье: «Экономический» капитал действует только в эвфемизированной форме капитала символического. В такой обратной конверсии капитала, составляющей условие его действенности, нет ничего автоматического: для него требуется не только безукоризненно знать логику этой экономики отрицания, но и постоянно

заботиться, *трудиться* для установления и поддержания отношений, а также делать значительные *инвестиции*, и материальные, и символические...» [3]. Это значит, что позиции предпринимательства в обществе, его экономический капитал определяются вкладом предпринимательства в символический, социальный капитал, в инвестирование человеческого капитала.

Предпринимательство снижает свои издержки благодаря человеческому, символическому капиталу, способствующему инновационному развитию, что проявляется в росте объемов бережливого производства. Здесь решающими факторами являются люди, системы и методы, причем «люди решают все», именно люди с их креативным потенциалом, а вовсе не кадры. Поэтому совершенствование должно стать непрерывным процессом, основой предпринимательства.

Позиционирование предпринимательства в глобализирующемся западном обществе зависит от того, насколько оно сумеет проявить свою социальную ответственность в нарождающейся экономике впечатлений, что требует отхода от привычных способов ведения предпринимательства, чтобы достичь своего покупателя и увлечь его. Творчество, юмор и игра, как элементы стратегического позиционирования, появляются в деятельности компаний на каждом шагу, они порывают со скукой одностороннего общения и выбирают сильные впечатления, чтобы удивить и увлечь свою аудиторию. «К бизнесу в стиле шоу обращаются, чтобы прельстить покупателей и завязать с ними личностные отношения, вывести на рынок новые товары и привлечь в свой бизнес партнеров. Бизнес в стиле шоу чрезвычайно эффективен. Он дифференцирует товары и бренды, укрепляет отношения с потребителями, привлекает средства массовой информации и обеспечивает себе рекламу. Он становится непревзойденным оружием в конкурентной борьбе, открывает скрытые таланты и мотивирует сотрудников компании. В своих лучших формах он способен преобразить весь бизнес или даже целую отрасль» [11]. Таким образом, новые тенденции в различных областях позиционирования предпринимательства показывают осознание предпринимательством своей социальной ответственности перед человеком и обществом,

что выражается в широкой и растущей поддержке обществом новых методов коммуникации с потребителями.

Поскольку одним из фундаментальных параметров позиционирования предпринимательства в социальной структуре западного общества является инновационная деятельность, постольку значительную роль играет стремление предвидеть будущее и взять его под свой контроль. Практически вся предпринимательская деятельность пронизана рисками, в современном же западном обществе риска измерение риска и принятие решений обладают большой широтой и усложненностью. «И хотя боги по-прежнему отказывают человеку в знании о том, — пишет П. Бернштейн, — что скрывает для него будущее, два шага к этому знанию уже сделаны: во-первых, мы понимаем, чем обусловлена вероятность неприятных сюрпризов, а во-вторых, учимся управлять их последствиями. Во многих областях человеческой деятельности на смену природному чутью пришли научные методы» [2].

Как известно, все экономические системы построены на основе производства и использования технологий, однако в капитализме эти составляющие отступают на второй план, уступая место сделкам покупки и продажи, неизменно связанным с человеческими решениями. Какое решение примет клиент? Что решит поставщик? Как поведет себя работник? Что, если рабочие поднимут беспорядки, собственность уничтожит стихия, банки откажутся продлить кредит, а стоимость сырья взлетит до заоблачных высот? Решения, которые каждый индивид принимает, задавая себе эти вопросы, в свою очередь, влияют на ответный выбор, осуществляемый клиентами, поставщиками, работниками, политиками и банкирами.

В развитых странах Запада и Востока общественное производство богатства сопряжено с общественным производством рисков, причем вследствие стремительно растущих производительных сил риски и связанные с ними потенциалы самоуничтожения приобретают невиданный доныне размах. Западное информационное общество с его институциональными рисками теперь является и обществом риска, где знание приобретает новое политическое значение, оказывая влия-

ние на предпринимательскую деятельность и ее позиции в обществе. «Это вторжение, — пишет У. Бек, — в рыночную экономику, обесценение капитала, открытие новых рынков, гигантские расходы, судебные преследования, потеря репутации. Благодаря маленьким и большим событиям (сигнал опасности по причине смога, утечки ядовитых веществ и т. д.) в обществе риска возникает *политический потенциал катастроф*. Защита от него, овладение им могут привести к *реорганизации власти и компетенции*. Общество риска есть *общество, чреватое катастрофами*. Его нормальным состоянием грозит стать чрезвычайное положение» [1]. Это значит, что государство в такой ситуации может менять свое соотношение с предпринимательством как социальной группой в распоряжении свободными ресурсами. Поэтому предпринимательская деятельность, которая по определению является рискованной, в западном обществе всеобщего институционального риска с необходимостью должна стремиться к минимизации рисков, к управлению рисками, что обнаруживает ориентацию в процессе управления капиталом только на извлечение прибыли недостаточной.

Это следует из теории игр, которая показывает, что институциональные риски в современном западном обществе вытекают из природы человеческой, прежде всего предпринимательской деятельности. «Теория игр учит нас, что люди являются друг для друга источником великой массы неопределенностей. Недостаточно просто сказать, что человеческая природа никогда не меняется, и успокоиться на этом. Людям свойственно извлекать уроки из опыта и взаимодействия с технологиями. Завтрашняя реакция на определенный набор обстоятельств вовсе не обязательно совпадет со вчерашней; в любом случае обстоятельства никогда не повторяются один в один. Поэтому нет никакой возможности узнать, что скрывает для нас будущее. Риск в нашем мире не более чем неопределенность решений, которые принимают наши собратья по обществу, и того, какая реакция на эти решения является наилучшей» [2]. В связи с этим возникает проблема управления рисками в предпринимательстве, основой которой является положение о том, что в каких-то пределах управлять будущими

событиями или по крайней мере некоторыми последствиями принятых решений другими индивидами или организациями вполне возможно. Однако специфичность риска предпринимательства как одного из акторов социальных взаимодействий в условиях глобализации состоит в том, что он является рукотворным и по мере нарастания этой рукотворности «сам риск становится более «рискованным» [5]. Это значит, что в ситуациях рукотворного риска неизвестен уровень риска, он становится известным тогда, когда становится поздно. Поэтому возникает проблема управляемого риска «нового типа», которая не знает национальных границ.

Проблема управления рисками предпринимательской деятельности, снижение этих рисков связаны не только с управлением капиталом с целью извлечения прибыли, она не может быть решена без учета того эмпирического факта, что современное западное общество является еще и индивидуализированным и обладающим инновационным наукоемким производством. С этим связана и миссия предпринимательской организации, под которой понимается ее социальное предназначение, т. е. смысл существования организации, нацеленность на осуществление ожиданий общества, удовлетворение потребности его членов. Если эта миссия не удовлетворяет потребностям социума и его членов, не выполняет своего социального предназначения, то первоклассные компании не способны достигать постоянно высоких экономических показателей. В целом, это дает возможность управлять предпринимательскими рисками в обществе риска, снижать эти риски, что позитивно отражается на позиционировании

предпринимательства в обществе.

Литература

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. — М., 2000. — 27 с.
2. Бернстайн П. Л. Освободительная борьба с неопределенностью. // Дж. Пикфорд. Управление рисками. — М., 2004. — 13 с.
3. Бурдые П. Практический смысл. — СПб., М., 2001. — 253 с.
4. Brown Ph., Louder H. Human Capital, Social Capital and Collective Intelligence. // Social Capital. Critical Perspectives. — Pp. 226–242.
5. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. — М., 2004. — 44 с.
6. Иноземцев В. Структурирование общественного производства в системе постиндустриальных координат (методолого-теоретические аспекты). // Российский экономический журнал. — 1997. — №11. — С. 65.
7. Валентей С. Д., Нестеров Л. И. Накопление общественного богатства: Россия на фоне общемировых тенденций. — М., 1999. — С. 4.
8. Ливи Л., Линден Ю. За кулисами Уолл-стрита. — М., 2004. — 278 с.
9. Селигмен А. Проблема доверия. — М., 2002.
10. Хелд Д., Гольдблатт Д., Макгрю Э., Перратон Дж. Глобальные трансформации. — М., 2004. — 523 с.
11. Шмит Б., Роджерс Д., Вроцос К. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений. — М., 2005. — 20 с.

Поступила в редакцию

8 марта 2011 г.



Елена Петровна Ларькова — доктор философских наук, доцент кафедры философии, истории и социологии Каменского института (филиала) ЮРГТУ (НПИ).

Elena Petrovna Lar'kova — Ph.D., Doctor of Philosophy, docent at the department of Philosophy, History and Sociology in Kamensk Institute (branch) of South-Russian State Technical University.

347800, Ростовская обл., г. Каменск-Шахтинский, ул. Сапрыгина, д. 6
6 Saprygina st., 347800, Kamensk-Shakhtinskiy, Rostov reg., Russia
Тел.: +7 (86365) 7-90-86; e-mail: kpi@nm.ru
