

Корпоративная социальная ответственность:

**экономические модели – мораль –
успех – устойчивое развитие**

Редактор и составитель
АЛЕКСАНДР Н. КРЫЛОВ

Издательство Икар
Москва

Corporate Social Responsibility

**Wirtschaftsmodelle – Moral –
Erfolg – Nachhaltigkeit**

ALEXANDER N. KRYLOV (Hg.)

West-Ost-Verlag
Berlin

УДК 334
ББК 65.05
К 85

К 85

Корпоративная социальная ответственность: экономические модели – мораль – успех – устойчивое развитие. Ред. и сост. А. Н. Крылов. - М.: Изд-во НИБ / Берлин: Вест-Ост-Ферлаг, 2013. - 450 С.

Данное издание рассматривает глобальный и национальный опыт корпоративной социальной ответственности. Какова экономическая целесообразность КСО? Существует ли противоречие между социальными задачами и стремлением к прибыли? Какие модели КСО применяются в разных странах и в разных компаниях? Какие из них наиболее эффективны? Эти и другие проблемы рассматриваются в перспективе современных экономических систем и вопросов экономической этики.

Авторы книги - признанные эксперты и ученые из Берлина, Вены, Москвы, Санкт-Петербурга, Бонна, Санкт - Галлен и др., представляют результаты исследований ведущих университетов Европы. Редактор и составитель - берлинский ученый Александр Крылов, известный публикациями по социально-экономическим и корпоративным процессам.

Alexander N. Krylov (Hg.)
Corporate Social Responsibility: Wirtschaftsmodelle – Moral – Erfolg – Nachhaltigkeit. Verlag Ikar Moskau / West-Ost-Verlag Berlin, 2013. - 450 S.

ISBN 978-3-86297-006-3 (Germany)
ISBN 978-5-7974-0337-1 (Russia)

© West-Ost-Verlag, 2013
© Издательство Икар, 2013

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
Detaillierte bibliografische Daten sind unter <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Vom Herausgeber

Das Thema der Corporate Social Responsibility (CSR) stand im letzten Jahrzehnt nicht nur im Fokus von Wissenschaftlern, sondern auch von Politikern, Unternehmern, sowie von religiösen und gesellschaftlichen Führungspersönlichkeiten. Politiker erarbeiteten entsprechende Normen, Unternehmer entwickelten eigene Strategien, Wissenschaftler forschten dazu, Studenten schrieben Haus- und Diplomarbeiten. Gemessen an der großen Zahl von wissenschaftlichen Beiträgen, die in europäischen Ländern und in den USA veröffentlicht wurden, scheint das Thema dieses Buches gründlich erforscht zu sein. Doch viele Diskussionen in der wissenschaftlichen Community sowie in der Wirtschaft und in den Medien deuten auf ein kontinuierliches Interesse an diesem Thema hin und verweisen somit auf eine Reihe von ungelösten theoretischen und praktischen Problemen.

Der vorliegende Sammelband „Corporate Social Responsibility: Wirtschaftsmodelle – Moral – Erfolg – Nachhaltigkeit“ unterscheidet sich im Vergleich mit vielen bisher zu diesem Themenfeld veröffentlichten Publikationen durch ein großes fachübergreifendes international zusammengesetztes Autorenteam und eine innovative Vorgehensweise bei der Erarbeitung eines Verständnisses für das Thema. Das inhaltliche Konzept umfasst dabei zwei Perspektiven.

Die erste Perspektive beginnt mit der Analyse grundlegender inhaltlicher Fragen, der eine Auseinandersetzung mit Modellen der Corporate Social Responsibility folgt. Schließlich werden konkrete Erfahrungen und Fallbeispiele diskutiert. So werden im ersten Teil des Buches ausgewählte Probleme der Wirtschaftsethik, Kontroversen zwischen sozialem Handeln und Gewinnmaximierung sowie die Suche nach der Begründung von CSR thematisiert. Der zweite Teil widmet sich den theoretischen Problemen der Corporate Social Responsibility und ihrer institutionellen Entwicklung. Der dritte Teil untersucht angewandte Themen wie die politischen, medialen und die Marketing-Aspekte der CSR.

In der zweiten Perspektive befasst sich das Buch mit dem Thema Corporate Social Responsibility hinsichtlich globaler Erfahrungen und nationaler Spezifika. Einige Beiträge widmen sich der Einführung der CSR und ihrer Förderung durch internationale Institutionen sowie der Formierung entsprechender internationaler Standards. Andere Beiträge thematisieren Fragen der Entwicklung von CSR-Praktiken in einzelnen Ländern und Regionen. Hier werden unter anderem europäische und russische Ansätze zur Corporate Social Responsibility verglichen sowie deren Spezifika in Südosteuropa, der Ukraine und in Zentralasien herausgearbeitet. Zudem werden die Besonderheiten der europäischen und der japanischen Wahrnehmung der sozialen Verantwortung aufgezeigt.

Dieses Buch erschien im Rahmen des gemeinsamen Forschungsprojekts von West-Ost-Institut Berlin und National Institute of Business. Die Buchbeiträge sind in der jeweiligen Originalsprache, d.h. auf Deutsch, Englisch oder Russisch veröffentlicht. Dies versetzt den Leser in die Situation einer internationalen wissenschaftlichen Konferenz, die auf den Seiten dieses Bandes stattfindet.

Dieses Buch ist das Ergebnis der Forschungen von mehr als 30 Wissenschaftlern aus Belgien, Deutschland, Österreich, Russland, der Schweiz, der Ukraine, Ungarn, Usbekistan und Weißrussland. Jedem der Autoren, die an diesem Buch mitgearbeitet haben, gilt mein herzlicher Dank. Für die Diskussionen und Gespräche, die einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Konzepts für dieses Buchs geleistet haben, danke ich den Professoren Klaus Jürgen Bönkost, Rolf Oberliesen, Lothar Roos, Eberhard Schneider und Axel Sell. Ferner bedanke ich mich bei dem Vizepräsident des Europäischen Parlaments, Präsident der überparteilichen Europa-Union Deutschland (EUD) Rainer Wieland und dem Präsident der Russischen Eisenbahnen und Präsident des World Public Forums „Dialogue of Civilizations“ Vladimir Jakunin, die im Rahmen dieses Sammelbandes den Stellenwert der Corporate Social Responsibility besonders hervorgehoben haben. Ein außerordentlicher Dank gilt dem Rektor des National Institute of Business, Prof. Dr. Sergey Plakisy, der zahlreiche deutsch-russische Forschungsprojekte, wie auch die Erstellung dieses Bandes, seit Jahren wissenschaftlich und organisatorisch unterstützt.

Es ist der Wunsch der Autoren, dass diese Veröffentlichung bei Forschern, Praktikern und Studierenden sowie bei allen, die sich mit der Entwicklung der modernen Gesellschaft befassen, auf Interesse stoßen wird. Als Herausgeber hoffe ich, dass die Internationalität der Autoren sowie die Vielfalt der wissenschaftlichen und kulturellen Paradigmen, die Besonderheiten dieses Sammelbandes sind, Impulse für weitere wissenschaftliche Diskurse und für einen Wissenstransfer, vor allem zwischen Universitäten in West- und Osteuropa, geben werden. Schließlich ist es ein wichtiges Ziel dieses Buches, zur Entwicklung der Corporate Social Responsibility auf allen Ebenen beizutragen – von den einzelnen Unternehmen und Organisationen über die nationale bis hin zur internationalen Ebene. Diesem Ziel einige Schritte näherzukommen, wäre dabei auch Ausdruck unserer individuellen sozialen Verantwortung.

Berlin, Mai 2013

Alexander Krylov

Inhaltsverzeichnis

Vom Herausgeber.....	5
Inhaltsverzeichnis.....	7
Vorwort des Vizepräsidenten des Europäischen Parlaments Rainer Wieland	15
Einführungsbeiträge	19
<i>Vladimir Jakunin</i> Neue Herausforderungen der Corporate Social Responsibility in cross-kultureller Gesellschaft	19
<i>Alexander Krylov</i> Soziale Sensibilisierung des Business und neue Tendenzen in der Wirtschaftspraxis: Zum Stellenwert von Corporate Social Responsibility in der modernen Gesellschaft	23
I. Wirtschaftsethik und Moderne Soziallehren	39
<i>Christian Müller</i> Die Soziale Marktwirtschaft als wirtschaftsethische Konzeption	41
<i>Andreas Suchanek</i> Das Verhältnis vom Markt und Moral	65
<i>Klaus Bönkost</i> Corporate Social Responsibility - Strategie zur Steigerung von Umsätzen, Gewinnen und Wettbewerbsfähigkeit	83
<i>Eberhard Schneider</i> Moral in der Politik: Notwendigkeit, Prinzipien, Umsetzung	114
<i>Lothar Roos</i> Unternehmer- und Unternehmensethik: Grundlagen und Konsequenzen	119
<i>Ursula Nothelle-Wildfeuer</i> Die christliche Soziallehre. Ihre Tradition und ihre Bedeutung für die Wirtschafts- und Unternehmensethik	129

<i>Tadeusz Kondrusiewicz</i> Ethik und soziale Verantwortung des Business aus der Sicht der Lehre der christlichen Kirche	159
<i>Iosef Dzyaloshinsky</i> Corporate Social Responsibility: Wege der Begründung	171
II. Corporate Social Responsibility: Globale Probleme und nationale Erfahrungen	189
<i>Wolfgang Mayerhofer / Marion Secka</i> Corporate Social Responsibility: Definition, Dimensionen und Abgrenzung zu verwandten Begriffen	191
<i>Axel Sell</i> Corporate Social Responsibility im internationalen Kontext	218
<i>Christoph Schank / Thomas Hajduk / Thomas Beschorner</i> Towards Sustainable Development: Corporate Social Responsibility in a Civilized Market Economy	229
<i>Stefan Barenberg</i> Good Corporate Governance als Fundament für nachhaltige Corporate Social Responsibility	248
<i>Alexander Yarovoy</i> Institutional foundation of corporate social responsibility in European Union and Russia	257
<i>Tatiana Ivanova / Alexander Zaretsky</i> Institutionalisierung von Corporate Social Responsibility in der Russischen Föderation	265
<i>Alla Voronkova / Emil Korneev</i> Institutionalisierung von Corporate Social Responsibility in der Ukraine	281
<i>Sergey Voronin</i> Institutionalisierung von Corporate Social Responsibility in Mittelasien	293
<i>Laszlo Vasa</i> Development and History of the Corporate Social Responsibility in Hungary: The case of the agribusiness sector	310

<i>Bernhard Ungericht / Christian Hirt</i> The concept of responsibility in Europe and Japan – and analysis of cultural difference	321
III. Corporate Social Responsibility: Beiträge zum West-Ost-Diskurs	337
<i>Grigory Tulchinsky</i> Russische Spezifika von Corporate Social Responsibility	339
<i>Anatoly Artamonov</i> Investitionsklima und soziale Verantwortung des Business	349
<i>Vladimir Grinev</i> Social environment as determining factor for the sustainable development of the innovation capability	354
<i>Viktor Mysachenko</i> Strukturelle Reformen der Industrie und soziale Verantwortung des Business und des Staates	360
<i>Igor Mintusov / Olga Filatova</i> Konzepte der Corporate Social Responsibility und Unternehmensbürgertum in der politischen Perspektive in Russland	369
<i>Alexander Chumikov</i> Positionierung von Corporate Social Responsibility durch moderne Unternehmen	373
<i>Stanislav Naumov</i> Corporate Social Responsibility und Unternehmenskommunikation	384
<i>Ksenia Vinogradova</i> Medien und Corporate Social Responsibility	388
<i>Edvard Smirnov</i> Branding als Modell der nachhaltigen Entwicklung des Business	395
<i>Grigory Pochepsov</i> Konzepte der Informationskriege und das Problem der Moral	404
<i>Vladimir Falzman</i> Soziale Verantwortung und Russische Business-Mentalität	409

<i>Daria Schukina</i> Soziale Verantwortung und Unternehmenskultur	415
<i>Alexander Krylov</i> Soziale Sensibilisierung des Business und neue Tendenzen in der Wirtschaftspraxis: Corporate Social Responsibility in der modernen Gesellschaft	420
Vom Herausgeber (Russisch)	438
Autorenverzeichnis (Russisch)	440
Autorenverzeichnis (Deutsch)	445
Index of universities and research institutions	449

Оглавление:

Предисловие	5
Оглавление	7
Вступительное слово вице-президента Европейского парламента Райнера Виланда	15
Вступительные статьи	19
<i>Владимир Якунин</i> Новые вызовы социальной ответственности бизнеса в кросс-культурном обществе	19
<i>Александр Крылов</i> Социальная сенсбилизация бизнеса и новые тенденции в экономической практике: позиционирование корпоративной социальной ответственности в современном обществе	23
I. Бизнес-этика и современные социальные учения	39
<i>Христиан Мюллер</i> Социальная рыночная экономика как экономическая концепция	41
<i>Андреас Зуханек</i> Отношение морали и рынка	65
<i>Клаус Бёнкост</i> Социальная корпоративная ответственность: стратегия увеличения прибыли, оборота капитала и конкурентоспособности	83
<i>Эберхард Шнайдер</i> Мораль и политика: необходимость, принципы, осуществление	114
<i>Лотар Роос</i> Предприниматели и предпринимательская этика: основы и консеквенции	119

<i>Урсула Нотелле-Вильдфойер</i> Христианское социальное учение: традиция и значение для экономической и предпринимательской этики	129
<i>Тадеуш Кондрусевич</i> Этика и социальная ответственность бизнеса с позиций учения христианской церкви	159
<i>Иосиф Дзялошинский</i> Корпоративная социальная ответственность: поиск обоснований	171
II. Корпоративная социальная ответственность: глобальные проблемы и национальный опыт	189
<i>Вольфганг Майерхофер / Марион Зека</i> Корпоративная социальная ответственность: определение, перспективы и отличие от аналогичных понятий	191
<i>Аксель Зелль</i> Корпоративная социальная ответственность в международном контексте	218
<i>Кристов Шанк / Томас Хайдук / Томас Бешорнер</i> По пути устойчивого развития: корпоративная социальная ответственность и цивилизованная рыночная экономика	229
<i>Штефан Бараенберг</i> Good Corporate Governance как фундамент устойчивой корпоративной социальной ответственности	248
<i>Александр Яровой</i> Институциональные основы корпоративной социальной ответственности в Европейском Союзе и России	257
<i>Татьяна Иванова / Александр Зарецкий</i> Институализация корпоративной социальной ответственности в России	265
<i>Алла Воронкова / Эмиль Корнеев</i> Институализация корпоративной социальной ответственности на Украине	281

<i>Сергей Воронин</i> Институализация корпоративной социальной ответственности в Средней Азии	293
<i>Ласцло Ваза</i> Развитие и история корпоративной социальной ответственности в Венгрии и опыт агробизнеса	310
<i>Бернард Унгерихт / Христиан Хирт</i> Наделение социальной ответственностью и осознание ответственности в Европе и Японии: анализ культурных дифференций	321
III. Корпоративная социальная ответственность: прикладные проблемы в дискурсе: Запад-Восток	337
<i>Григорий Тульчинский</i> Российская специфика корпоративной социальной ответственности	339
<i>Анатолий Артамонов</i> Инвестиционный климат и социальная ответственность бизнеса	349
<i>Владимир Гринец</i> Социальная ответственность как фактор устойчивого развития инновационного потенциала	354
<i>Виктор Мысаченко</i> Структурные преобразования промышленности и социальная ответственность бизнеса и государства	360
<i>Игорь Минтусов / Ольга Филатова</i> Концепции корпоративной социальной ответственности и корпоративного гражданства в политической перспективе: российский аспект	369
<i>Александр Чумиков</i> Позиционирование социальной ответственности современными корпорациями	373
<i>Станислав Наумов</i> Корпоративная социальная ответственность и корпоративные коммуникации	384

<i>Ксения Виноградова</i> Масс-медиа и социальная ответственность	388
<i>Эдуард Смирнов</i> Управленческая модель устойчивого развития бизнеса на основе бренда	395
<i>Георгий Почепцов</i> Концепции информационных войн и проблема морали	404
<i>Владимир Фальцман</i> Социальная ответственность и российский деловой менталитет	409
<i>Дарья Шукина</i> Социальная ответственность и корпоративная культура	415
<i>Александр Крылов</i> Социальная сенсбилизация бизнеса и новые тенденции в экономической практике: позиционирование корпоративной социальной ответственности в современном обществе	420
От редактора (на русском языке)	438
Сведения об авторах (на русском языке)	440
Сведения об авторах (на немецком языке)	445
Индекс университетов и исследовательских учреждений	449

Vizepräsident des Europäischen Parlaments
Präsident der überparteilichen Europa-Union Deutschland
Rainer Wieland

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

das West-Ost -Institut Berlin hat sich in den vergangenen Jahren mit seinen hervorragenden wissenschaftlichen Publikationen zu zeitgenössischen Themen einen Namen gemacht. Auch der vorliegende Sammelband zeugt von dem hohen Anspruch des Instituts, über den wissenschaftlichen Brückenschlag zwischen Ost und West den jeweiligen Blickwinkel dialogisch zu erweitern und die gewonnenen Erkenntnisse anschaulich in die kontinental weitläufig gespannten Beziehungen zu tragen. Die Betrachtung des Themas „Corporate Social Responsibility (CSR)“ gewinnt eine multiperspektivische europäische Dimension, da sich renommierte Forscher verschiedenster Universitäten des Kontinents dem Schwerpunkt angenommen haben. Die vorliegende Untersuchung der Implementierung der CRS im nationalen, europäischen und globalen Rahmen verspricht gewinnbringende Einblicke.

Seit der Jahrtausendwende spielt die „Corporate Social Responsibility“ in der Europäischen Union eine bedeutende Rolle. Im Grünbuch der Europäischen Kommission 2001 wird CSR als ein Konzept definiert, „das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“. Seitdem hat sich die CSR zu einem wachsenden Feld politischen Handelns entwickelt. Zuletzt legte die Kommission nach Aufforderung durch den Rat und das Europäische Parlament im Oktober 2011 eine neue Strategie zur sozialen Verantwortung der Unternehmen vor, die beruhend auf einem Aktionsplan für den Zeitraum 2011-2014 eine Stärkung und Modernisierung der CSR anstrebt. Nicht zuletzt aufgrund der Staatsschuldenkrise und ihrer sozialen Folgen in Europa bleibt CSR ein Schwerpunktthema der politischen Agenda. Stärker denn je ist die Öffentlichkeit für die Leistungen der Unternehmen auf sozialem und ethischem Gebiet sensibilisiert worden. Mehr denn je stehen Unternehmen auch in der Verantwortung, die sozialen Auswirkungen der Krise abzufedern. Das ganzheitliche Konzept der CSR reicht den Akteuren des Marktes somit einen Wertekompass an die Hand, der das auf Solidarität gründende Fundament der Gesellschaft zu festigen vermag und den Weg zu einer nachhaltigeren Wirtschaftsordnung ebnet.

Anhand des Konzepts der CSR, das eine soziale, ökologische und ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit umfasst, stellt sich explizit die Frage nach

der Moral im wirtschaftlichen wie politischen Bereich, der im Rahmen dieser Publikation nachgegangen wird. Insbesondere die Europäische Staatsschuldenkrise hat die Debatte nach Werten in der Wirtschaft angestoßen. Europa ist mehr als nur ein politischer und wirtschaftlicher Zusammenschluss, es ist zuvörderst eine Wertegemeinschaft. Dem politischen Handeln liegt die Überzeugung zugrunde, dass jeder Mensch mit einer unverletzlichen Würde ausgestattet ist. Der Mensch ist Ausgangspunkt der gesamten politischen Tätigkeit, folglich muss die Politik – und auch die Wirtschaft – dem Menschen dienen. Wohlwissend stellte schon Aristoteles dieses im ersten Buch der „Politik“ heraus: „Nun ist aber offenbar, dass die Tätigkeit der Hausverwaltung (*oikonomia*) ihre Bestrebungen in höherem Grade auf die Menschen als auf den leblosen Besitz richtet und mehr auf die Tugend (*arete*) der Menschen als auf die Anhäufung von Besitztümern.“ Der Markt, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit erfüllen keinen Selbstzweck, sondern sind - eingebettet in soziale und umweltpolitische Verantwortung - dem Wohl des Menschen untergeordnet. Gerade im Hinblick auf die Wirtschaftskrise des Kontinents, die durch die Nichteinhaltung von Spielregeln bedingt war, zeigt sich, dass im ökonomischen Bereich Werte wie Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit, Mäßigung und Vertrauenswürdigkeit unverzichtbar sind. Folglich darf man sich auf die vorliegenden Beiträge bezüglich des spannungsreichen Zusammenspiels von Moral, Kalkül und politischer Macht sehr freuen!

Nicht zuletzt ist ein besonderer Verdienst dieses Bandes die Thematisierung der CSR aus westöstlicher Perspektive, was hinausgehend über das wissenschaftliche Moment als ein außerordentlicher Beitrag zur Festigung der geknüpften Bande zwischen der Europäischen Union und den osteuropäischen sowie zentralasiatischen Staaten zu sehen ist. Die engen Beziehungen, die im Rahmen des bestehenden Partnerschafts- und Kooperationsabkommens seit 1997 beständig vertieft werden, berühren den wirtschaftlichen Bereich, aber natürlich auch rechtstaatliche, politische und zivilgesellschaftliche Fragen. Mehr als zwei Jahrzehnte nach dem Ende des Kalten Krieges ist gerade der Austausch zwischen Brüssel und Moskau noch immer von Missverständnissen und gelegentlicher politischer Distanz geprägt. Im Hinblick auf die gemeinsame Geschichte und die weitreichende wirtschaftliche Verflechtung der unmittelbaren Nachbarn sind Fortschritte in einem konstruktiv geführten Dialog mehr als wünschenswert. Folglich trägt die vorliegende Publikation mit dem aktuellen Thema CSR auch zur Annäherung und zum wechselseitigen Verständnis zwischen den Partnern bei.

In diesem Sinne möchte ich Ihnen eine bereichernde Lektüre wünschen!

Herzlichst,
Ihr Rainer Wieland



Вице-президент Европейского парламента
Президент надпартийного союза «Europa-Union Deutschland»

Райнер Виланд

Вступительное слово

Дорогие читатели!

Берлинский Вест-Ост институт приобрел известность благодаря выдающимся научным публикациям по актуальным проблемам современности. Также и в предлагаемом сборнике институт и издатель книги поставили высокую цель: посредством диалога между Западом и Востоком, расширить границы сформировавшихся взглядов и новыми познаниями обогатить некогда напряженные континентальные отношения. Тема корпоративной социальной ответственности благодаря работам известных ученых из различных университетов континента приобрела в этой книге мультиперспективное европейское измерение. Представленные исследования по внедрению корпоративной социальной ответственности в национальных, европейских и глобальных условиях обещают нам новые перспективы.

С начала нового тысячелетия корпоративная социальная ответственность играет в Европейском союзе возрастающую роль. Зеленая книга Европейской комиссии в 2001 году определила КСО как основополагающую концепцию, помогающую предприятиям в их взаимодействии со стейкхолдерами, на добровольной основе интегрировать в предпринимательскую деятельность социальные и экологические задачи. С этого времени КСО становится все более значимой ареной политических действий. Кроме того, Комиссия по запросу Европейского совета и Европейского парламента опубликовала в октябре 2011 года новую стратегию корпоративной социальной ответственности, предполагающую укрепление и модернизацию КСО на период 2011-2014 годов. КСО остается в центре политического внимания, в том числе и из-за долгового кризиса стран ЕС и его социального последствия для Европы. Современная общественность более чем когда-либо ранее сенсбилизируется в отношении поведения бизнеса в социальной и этической сферах. Больше чем когда-либо бизнес отвечает за смягчение социальных последствий кризиса. Целостная концепция КСО предоставляет субъектам рынка своего рода ценностный компас, ориентирующий на солидарность и прокладывающий путь к более устойчивому экономическому порядку.

Дебаты о ценностных ориентирах бизнеса вызваны, в частности, долговым кризисом государств ЕС. На основе концепции КСО, включающей

в себя социальные, экологические и экономические составляющие устойчивого развития в этой книге всесторонне освещается проблема морали в экономической и политической сферах. Так долгой кризис в Европе положил основу дебатам о ценностях и экономике. Европа представляет собой не только политический и экономический союз, она представляет собой, прежде всего, общность ценностей. В основе политических действий лежит убежденность в неприкосновенности достоинства каждого человека. Человек является отправной точкой всей политической деятельности, потому что политика, как и экономика, должны служить народу. Знания об этом заложены Аристотелем в работе «Политика»: «стало понятно, что деятельность по управлению домом (*oikonomia*) обращена в большей степени к людям, чем к безжизненной собственности, больше на добродетели людей (*arete*), чем на накопление имущества». Рынок, экономический рост и конкурентоспособность не являются самоцелью, они встроены в систему социальной и экологической ответственности и подчинены благу народа. Особенно в связи с экономическим кризисом на континенте, вызванным несоблюдением правил игры, становится понятно, что такие ценности как честность, надежность, умеренность и доверительность, в экономике незаменимы. Потому особенно радуют представленные публикации, посвященные теме противоречиям морали, расчетливости и политической власти.

Значимой заслугой данной книги является тематизация КСО в перспективе отношений Запад-Восток, закрепляющей научные достижения и осуществляющей выдающийся вклад в упрочнение связей между Европейским союзом и Восточной Европой, а также странами Центральной Азии. Тесное сотрудничество продолжает углубляться в рамках существующих с 1997 года партнерских соглашений, как в области экономики, так и в вопросах техники, политики и гражданской инициативы. По прошествии более двух десятилетий после окончания холодной войны отношения между Москвой и Брюсселем иногда по-прежнему характеризуются недоразумениями и случаями политического дистанцирования. Обращая взгляд на нашу общую историю и переплетающиеся экономические связи непосредственных соседей, отметим, что новые шаги в процессе конструктивного диалога являются особо желательными. Исходя из этого, публикация книги «Корпоративная социальная ответственность: экономические модели - мораль - спех - устойчивое развитие», несомненно, способствует сближению и взаимопониманию партнеров.

В этом смысле, я хочу пожелать вам обогащающего чтения!

С уважением,
ваш Райнер Виланд



Владимир Якунин

Новые вызовы социальной ответственности бизнеса в кросс-культурном обществе

Im Einführungsbeitrag des russischen Politikers, Diplomats, Unternehmers und Präsidenten der russischen Eisenbahngesellschaft (RŽD) werden die Aktualität des Themas und die Notwendigkeit der Corporate Social Responsibility für die moderne Gesellschaft aus der Sicht des Business und der Politik aufgezeigt.

Перед читателем – результат исследований в рамках очередного успешного проекта, выполненного Берлинским Вест-Ост институтом. На этот раз внимание ученых и общественных деятелей обращено к теме корпоративной социальной ответственности в современной ситуации глобализации, когда особо актуальны проблемы в области кросс-культурных и интеркультурных коммуникаций. Веяние времени заключается в двух прямо противоположных процессах, носящих глобальный характер. С одной стороны, процессы социальной мобильности, значительных миграционных передвижений ведут к смешению, взаимопроникновению культур и традиций, цивилизационных человеческих потенциалов, и это взаимообогащает народы и страны. Однако этот же процесс, размывающий цивилизационную идентичность, границы между национальными государствами и даже потенциалы их суверенности, ведет и к конфликту культур и традиций. Народы, цивилизации все более активно отстаивают собственную идентичность. Эти процессы неслучайны, поскольку связаны с фундаментальными факторами выживания и обеспечения собственной успешности народов, государств и цивилизаций.

Противоречивость ситуации и ее динамики налицо. Уже признанная европейскими лидерами на официальном уровне неудача идей и практики мультикультурализма, пробуксовка модели американского национального котла порождает вызовы не только политикам и государственным руководителям.

В современной рыночной модели государств зачастую даже больший, чем это характерно для государства, объем материальных, финансовых, информационных потоков, а соответственно и социальных отношений контролирует – или, по крайней мере, в них активно участвует – бизнес. Транснациональные компании в отдельных случаях фактически выполняют элементы международной деятельности государств. Ответствен-

ность бизнеса за состояние социального процесса в обществах очевидна. Межгосударственный цивилизационный диалог набирает обороты, страны и цивилизации ищут ответы на сложнейшие вопросы гармоничного кросс-культурного общежития. Но есть и такой специфичный уровень адресации вышеуказанных проблем – корпоративный уровень. Новые вызовы ставят новые задачи и для крупного бизнеса. Традиционные вопросы социальной ответственности бизнеса дополняются новыми ракурсами кросс-культурного содержания, и на эти вопросы тоже нужно искать ответы.

Поэтому предлагаемый читателям сборник статей Берлинского Вест-Ост института является безусловно своевременным трудом. Подготовленное издание, несомненно, будет способствовать привлечению внимания общественности к теме социальной ответственности бизнеса в новых условиях, развитию диалога цивилизаций и культур еще и на мезо и микро уровне, что очень важно и дополнило бы тот плодотворный дискурс, который страны и народы уже ведут между собой.

Сегодня становится совершенно очевидным, что для эффективного развития общества, да и для достижения собственного успеха, бизнес должен заботиться не только о прибыли и уплате налогов, которые распределяются государством на решение социально значимых проблем, но и разделять с обществом ответственность за социальную несправедливость, экономическое неравенство и экологические проблемы. Должен участвовать в экономической адаптации социально незащищенных слоев населения, в охране окружающей среды. На смену «корпоративному эгоизму» должна прийти новая парадигма ведения бизнеса – концепция корпоративной социальной ответственности. Для многих крупных транснациональных компаний такой подход к смене парадигмы очевиден. Так, в одной из крупнейших компаний России «РЖД» корпоративная социальная ответственность играет важнейшую роль на всех этапах подготовки и принятия управленческих решений и является значимым фактором динамичного развития компании. Нужно только представить себе, что это значит, когда 1 млн 200 тыс. сотрудников компании проживают в 11 часовых поясах, нескольких национальных республиках, представляют десятки народов и культур, исповедуют различные религии и верования.

Сегодня ни одно ключевое решение в структуре ОАО «РЖД» не принимается без учета интересов государства, клиентов, инвесторов, но и персонала! В ОАО «РЖД» разработан и введен в действие ряд новых механизмов социальной ответственности. Это касается в первую очередь проектов в области социальной защиты, охраны окружающей среды, менеджмента качества. ОАО «РЖД» присоединилось к Глобальному договору ООН и Социальной хартии Российского бизнеса. ОАО

«РЖД», будучи компанией со 100% государственным участием, абсолютно открытая, транспарентная структура, раскрывающая информацию о своей деятельности, в том числе не только как эмитент облигаций, но и как организация высокой социальной ответственности в ежегодных отчетах о корпоративной социальной ответственности.

Известно, что сам институт корпоративной социальной ответственности возник вместе с первыми предпринимательскими корпорациями, владельцы которых во избежание социального взрыва и для повышения контроля над бизнесом активно участвовали в благотворительной и филантропической деятельности. Репутация стала фактором капитализации корпораций. В современных условиях глобализации концепция социальной ответственности бизнеса получила новое звучание. Согласно исследованиям Reputation Institute 42% людей готовы доверять, восхищаться и поддерживать компанию именно потому, что у нее высокий уровень корпоративной социальной ответственности. Сегодня корпоративная социальная ответственность может рассматриваться как ключевая часть репутационного капитала бизнеса.

Важно отметить, что в систему социальной ответственности бизнеса включаются интересы различных групп: персонал компании, акционеры, потребители, государство в лице соответствующих органов, а также профсоюзы, бизнес-ассоциации, поставщики и даже конкуренты. При этом значительную роль в развитие корпоративной социальной ответственности, конечно, вносит государство, выполняя регулирующую функцию. Можно провозгласить своего рода закон: бизнес может быть социально ответственным только в социально ответственном государстве. Принимая законодательные нормы, государство определяет правила поведения для бизнеса: недискриминационные условия доступа к рабочим местам независимо от пола, расы, культурно-религиозных ценностей. Поэтому в вопросах современной кросс-культурной социальной ответственности важнейшее значение имеет обеспечение единой межгосударственной политики в сфере регулирования найма, перемещения, карьерного роста, условий работы, увольнения персонала. Регулируя предпринимательскую деятельность, государство задает определенные императивы, которым обязаны следовать бизнес-структуры. При этом сами предприниматели и их бизнес-сообщества должны не только соответствовать государственным стандартам, но и в рамках диспозитивного государственного регулирования осуществлять саморегулирование своей деятельности в своих внутренних документах.

Надо отметить, что развитие современных миграционных процессов, международного разделения труда, производственной и технической специализации и международной кооперации привело к тому, что предприятия получили возможность нанимать и привлекать к своей хозяйст-

венной деятельности человеческие ресурсы практически из любой страны. Опыт ведущих международных компаний показывает, что культурное разнообразие персонала является одним из ключевых условий в достижении и поддержании конкурентоспособности предприятия. Это неочевидный тезис, но он подтверждается практикой крупнейших социальных образований. Больше того, кто-то, возможно, удивится, но исторический опыт России как государства собирающего типа показал, что более чем 1000-летняя история российской государственности стала возможной не в последнюю очередь благодаря российскому культурно-религиозному и этническому многоцветью. Факт же заключается в том, что доля иностранного персонала у транснациональных компаний, удерживающих лидерство на международных рынках, составляет от 40 до 97%.

В России к проблемам социальной ответственности бизнеса в последние годы проявляется очень серьезный интерес. Значительная часть российского крупного бизнеса стала осознавать исчерпанность неolibеральной философии «чистого рынка», ее негативного воздействия не только на состояние общественных отношений, социальную стабильность, но и на чисто экономические результаты деятельности корпораций. Особенно ярко это понимание укрепило в посткризисный период, когда пришло время осмысления причин и условий глобального кризиса. Деловое сообщество вышло на этап переосмысления самой сути современного бизнеса, а именно: в чем состоит его парадигма, каковы стратегические цели и как нужно взаимодействовать с государством и обществом. Больше того, эксперты всерьез обсуждают развивающийся процесс, который направлен в будущее, а именно социализацию частной собственности. Мир динамичен, нужно видеть вызовы его развитию и, понимая их природу, вовремя находить решительные и гармоничные ответы. Как всегда, эта нагрузка возлагается обществом и на науку, интеллектуальные силы общества. Именно эти вопросы рассматривают ученые из Западной и Восточной Европы в изданном под редакцией директора Берлинского Вест-Ост института профессора А. Н. Крылова сборнике «Корпоративная социальная ответственность: экономические модели – мораль – успех – устойчивое развитие».

В заключение хотелось бы отметить, что корпоративная ответственность сегодня – это отнюдь не глобальная мода, это долгосрочный тренд в политике транснациональных компаний, отражающий появление социальной политики нового типа, находящейся не только в ведении национальных государств, но и международных и деловых структур, общественных и научных кругов, в ряду которых достойное место занимает Берлинский Вест-Ост институт.

Alexander Krylov

Soziale Sensibilisierung des Business und neue Tendenzen in der Wirtschaftspraxis: Zum Stellenwert von Corporate Social Responsibility in der modernen Gesellschaft.

In den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften hat in den letzten Jahren eine Vielzahl von aufeinander bezogenen Begriffen eine große Bedeutung gewonnen. Darunter finden sich auch solche Trendbegriffe, die inzwischen eine breite Diskussion anregten wie Netz-Wirtschaft, Identitätsmanagement, Karma-Kapitalismus, Verbraucher-Demokratie, Kult des Sozialen, Corporate Citizenship. Die Bedeutung dieser Begriffe und ihre jeweilige Beziehung zur Praxis blieben aber vielfach offen. Einige Begriffe sind auch heute noch nicht geklärt und in vielen Fällen blieb es bei intellektuell interessanten Erörterungen ohne praktische Konsequenz.

Wenn Fragen von Public Relations oder Corporate Governance, Corporate Identity oder der Corporate Social Responsibility nicht nur zum Diskussions-thema, sondern auch Teil einer neuen Managementstrategie werden sollen, wird man in den analytischen Publikationen eine ernstzunehmende neue Bedeutung aufzeigen müssen, andernfalls wird man eine mögliche temporäre Modeerscheinung diagnostizieren. Es gibt hierzu viele Beispiele, in denen anfangs als bedeutend erschienene Konzepte nach einigen Jahren durch ganz andere ersetzt wurden. Diesen Tenor beinhaltet etwa auch der Titel „Corporate Social Responsibility: Trend oder Modeerscheinung?“ (2008). Auch wenn in diesem Sammelband die im Titel gestellte Frage nicht abschließend beantwortet werden konnte, so war die Thematik der Beiträge über Effektivität und Einflüsse letztlich von nachhaltigem Erfolg hinsichtlich der öffentlichen Wirkung.

Ähnliche Fragestellungen über die Ernsthaftigkeit der sozialen Intentionen des Business¹ und deren Bedeutung wurden in Publikationen zur Öffentlichkeitsarbeit, Corporate Governance, Nachhaltigkeitsmanagement u.a. oft diskutiert. Zweifel kamen auf, ob es die Unternehmen bei damit verbundenen Praktiken ernst meinen oder diese nur für eine Verbesserung ihres Erscheinungsbildes ausnutzen. Letztere Vermutung fand sich oft in den Aussagen

¹ Der Begriff Business ist im deutschen Sprachgebrauch mit verschiedenen differierenden Bedeutungen belegt, auch je nach Verwendungskontexten. In diesem Beitrag wird Business in einem umfassenden Sinn als allgemeiner Begriff für unternehmerisches Handeln inklusive der hier handelnden Subjekte beziehungsweise Akteure verstanden.

От редактора

Тема корпоративной социальной ответственности на протяжении последнего десятилетия остается в центре внимания не только ученых, но и политиков, бизнесменов, религиозных и общественных деятелей. Политики разрабатывают соответствующие нормативные акты, предприниматели принимают соответствующие программы, ученые проводят исследования, защищают диссертации, студенты пишут курсовые и дипломные работы. Если судить по большому количеству публикаций, издаваемых практически во всех развитых странах мира, то тема, вынесенная на обложку этой книги, представляется хорошо изученной. Вместе с тем многочисленные дискуссии в научном сообществе и в предпринимательских кругах, материалы СМИ, как и факт неослабевающего интереса к теме, свидетельствуют о ряде нерешенных теоретических и практических проблем.

Книга «Корпоративная социальная ответственность: экономические модели – мораль – успех – устойчивое развитие» значительно отличается от многих других, опубликованных в последние годы по аналогичным проблемам. Ее уникальность заключается как в большом и очень квалифицированном составе авторов, так и в новой содержательной концепции, включающей две перспективы.

В одной перспективе эта концепция построена в развитии от основополагающих содержательных проблем к моделям корпоративной социальной ответственности, а от них к конкретному опыту к избранным кейсам. Так, в первой части поднимаются вопросы экономической этики, противоречия социальных программ и задач максимализации прибыли, прослеживается поиск оснований КСО. Во второй части представлены вопросы теории корпоративной социальной ответственности и ее институционального развития. В третьей части рассматриваются конкретные и прикладные темы, в числе которых политические, региональные, информационные и маркетинговые аспекты КСО.

Во второй перспективе книга освещает тему корпоративной социальной ответственности с точки зрения глобального опыта и национальных специфик. Одни публикации обращены к теме становления КСО, ее стимулирования международными организациями, формирования соответствующих международных стандартов. Другие публикации раскрывают проблемы развития и практики КСО в избранных странах и регионах. В частности, в публикациях представлено сравнение европейского и российского подхода к корпоративной социальной ответственности, показана специфика КСО в Юго-Восточной Европе, в России, на Ук-

раине, в Средней Азии, дан сравнительный анализ особенностей европейского и японского отношения к теме социальной ответственности.

Материалы книги опубликованы в оригинале первоисточников сообщений на русском, немецком и английском языках. Многоязычная версия книги предоставляет читателю, таким образом, возможность стать участником своего рода международной научной конференции, осуществляемой на страницах данного издания.

Предлагаемая книга является результатом научных исследований и творческого труда более тридцати авторов из Австрии, Бельгии, Белоруссии, Венгрии, Германии, России, Узбекистана, Украины, Швейцарии. Как редактору и составителю данного издания мне представилась честь взаимодействия и работы с учеными, откликнувшимися на идею книги, принявшими ее концепцию и предоставившими свои исследования для публикации. Каждому из них индивидуально выражаю мою глубокую признательность. Концепция книги сформировалась в процессе дискуссий и обсуждений с группой коллег. Особенно благодарю за такое содействие профессоров К. Ю. Бёнкоста, А. Зелля, Р. Оберли-зена, Л. Рооса, Э. Шнайдера. Большое признание выражаю политикам, подчеркнувшим на страницах книги значимость темы корпоративной социальной ответственности, в том числе вице-президенту Европейского парламента Р. Виладну и президенту РЖД В. И. Якунину. Издание этой книги включено в программу научных исследований Национального института бизнеса. Сердечно благодарю ректора института заслуженного деятеля науки РФ, профессора С. И. Плаксия за научную и организационную поддержку данной международной публикации.

Надеюсь, что данное издание станет полезным для исследователей, практиков, студентов, всех интересующихся проблемами развития современного общества. Надеюсь, что интернациональный состав и многообразие научных и культурных парадигм, ставшие особенностью данной книги, послужат импульсом для дальнейшего развития исследовательского дискурса и научного трансфера, особенно между университетами Западной и Восточной Европы. Надеюсь, что книга поможет дальнейшему развитию корпоративной социальной ответственности как на международном и национальном уровнях, так и на уровнях конкретных предприятий и организаций. Совершение пусть даже небольших шагов к выполнению названных задач представляется выражением нашей индивидуальной социальной ответственности.

Берлин, май 2013

А. Н. Крылов

Сведения об авторах

Артамонов Анатолий Дмитриевич – доктор экономических наук, губернатор Калужской области, действительный член Петровской Академии наук и искусств (Россия).

Баренберг Штефан – стратегический финансовый эксперт и научный сотрудник Института мировой экономики и международного менеджмента Бременского университета (Германия).

Бёнкост Клаус – доктор экономики, профессор, руководитель Института профессионально ориентированной педагогики Бременского университета, член Правления Бременской школы экономики (Германия).

Бешомер Томас – доктор экономики, профессор, директор и ординарий Института экономической этики (IWE) Университета Санкт-Галлена, (Швейцария), профессор университета Монреаль. Основатель журнала экономической и предпринимательской этики и книжной серии «Этика и экономика». Соучредитель и руководитель Академии предпринимательской этики и Transatlantic Doctoral Academy on Corporate Responsibility -TADA (Швейцария)

Ваза Ласцло – доктор экономики, почетный доктор, почетный профессор, профессор факультета экономики и социальных наук университета Святого Иштвана, Гедоло (Венгрия).

Виноградова Ксения Евгеньевна – кандидат политических наук, доцент факультета журналистики Санкт-Петербургского государственного университета (Россия).

Виланд Райнер – вице-президент Европейского парламента, президент внепартийного Союза Европа-Германия, депутат Европейского парламента с 1997 г.

Воронин Сергей Александрович – доктор экономических наук, профессор, заведующий отделом инвестиционных и инновационных проблем Института экономики Академии наук Республики Узбекистан (Узбекистан).

Воронкова Алла Эженовна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента внешнеэкономической деятельности Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля (Украина).

Гринев Владимир Евгеньевич – доктор экономики, доцент кафедры инновационного менеджмента Берлинского технического университета, управляющий делами Берлинского Вест-Ост института и West-Ost-Development (Германия).

Дзялошинский Иосиф Михайлович – профессор и заведующий Лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета – Высшая школа экономики (Москва, Россия), профессор Европейского института PR и международных коммуникаций (Франция).

Зарецкий Александр Дмитриевич – доктор экономических наук, профессор кафедры мировой экономики и менеджмента Кубанского государственного университета, действительный член РАЕН и Европейской академии естествознания, заслуженный деятель науки и образования РФ (Россия).

Зека Марион – магистр экономики, научный ассистент Института экономики рекламы и исследований рынка Венского экономического университета (Австрия).

Зелль Аксель – доктор экономики, профессор, руководитель Института мировой экономики и международного менеджмента Бременского университета, почетный профессор Национального института бизнеса, президент Бременской школы экономики (Германия).

Зуханек Андреас – профессор, доктор, руководитель кафедры экономической и предпринимательской этики Высшей торговой школы Лейпцига, член правления Виттенбергского центра глобальной этики (Германия).

Иванова Татьяна Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента Кубанского государственного университета, действительный член МАНПОП, преподаватель курсов «Государственное и муниципальное управление», «Корпоративная социальная ответственность» (Россия).

Кондрусевич, Тадеуш – доктор теологии, Архиепископ католической церкви и митрополит Минско-Могилёвский, почетный доктор Американского католического университета (США), почетный доктор Люблинского католического университета (Польша), почетный доктор Университета Св. Марии, Балтимор (США), член Папского совета «Справедливость и мир» и член Конгрегации по делам духовенства (Белоруссия).

Крылов Александр Николаевич – доктор философии, директор Берлинского Вест-Ост института, профессор кафедры менеджмента и предпринимательства, почетный профессор Национального института бизнеса, член Германо-Российского форума, Евразийского экономического клуба ученых, член правления и вице-президент Бременской школы экономики (Германия).

Майерхофер Вольфганг – доктор экономики, профессор, заместитель председателя правления Института экономики рекламы и исследований рынка Венского экономического университета (Австрия).

Минтусов Игорь Евгеньевич – российский политолог, заведующий кафедрой связей с общественностью в политике и государственном управлении Санкт-Петербургского государственного университета, председатель совета директоров Агентства стратегических коммуникаций «Никколо М», член совета директоров Международной ассоциации политических консультантов – IAPC и Европейской ассоциации политических консультантов – EAPC, (Россия).

Мюллер Христиан – доктор, профессор экономики и экономической дидактики Института экономического образования Вестфальского университета (Мюнстер), управляющий директор Центра междисциплинарных экономических исследований (Германия).

Мысаченко Виктор Иванович - доктор экономических наук, профессор, декан факультета экономики и управления Национального института бизнеса.

Наумов Станислав Александрович – кандидат философских наук, зав. кафедрой философии НИЯУ МИФИ, президент Российской ассоциации по связям с общественностью, действительный государственный советник Российской Федерации 2 класса; ранее директор Департамента Правительства РФ по формированию системы «Открытое правительство», вице-президент Фонда «Сколково»; статс-секретарь – заместитель министра промышленности и торговли РФ (Россия).

Нотелле-Вильдфойер Урсула – доктор теологии, профессор христианского социального учения факультета католической теологии Фрайбургского университета; консультант Немецкой конференции епископов, член правления Общества Йозефа Хофнера и других общественных организаций (Германия).

Почепцов Георгий Георгиевич – доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой информационной политики Национальной академии государственного управления при Президенте Украины (Киев), заведующий кафедрой маркетинга Международного Соломонова университета; ранее руководитель Управления стратегических инициатив Администрации Президента Украины (Украина).

Роос Лотар – доктор теологии, немецкий этик, профессор христианского социального учения и пасторальной социологии Боннского университета им. Фридриха Вильгельма, председатель правления Общества имени Йозефа Хофнера (Германия).

Смирнов Эдуард Александрович – доктор экономических наук, профессор Национального института бизнеса и Российского государственного университета управления, Москва (Россия).

Тулчинский Григорий Львович – доктор философских наук, профессор кафедры прикладной политологии Национального исследовательского университета – Высшая школа экономики. Заслуженный деятель науки Российской Федерации (Россия).

Унгерихт Бернард – доктор экономики, профессор, руководитель Исследовательского центра экономической этики и корпоративной социальной ответственности, профессор Института международного менеджмента Грацкого университета имени Карла и Франца (Австрия)

Фальцман Владимир Константинович – доктор экономических наук, профессор, декан факультета «Российско-немецкая высшая школа управления» Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, заслуженный деятель науки РФ (Россия).

Филатова Ольга Георгиевна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью в политике и государственном управлении Санкт-Петербургского государственного университета (Россия).

Хайдук, Томас – доктор экономики, доцент Института экономической этики (IWE) Университета Санкт-Галлена, консультант федеральных министерств и комиссий ЕС (Швейцария).

Хирт Христиан – доктор экономики, старший преподаватель Института персональной политики Грацкого университета имени Карла и Франца, эксперт в области КСО, международного менеджмента и управления персоналом (Австрия).

Чумиков Александр Николаевич – доктор политических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии Российской академии наук, действительный член и член президиумов Академии политической науки и Национальной академии социальных технологий, генеральный директор агентства «Международный пресс-клуб». Занимал руководящие должности в Союзе журналистов России, в Общественной палате РФ и других организациях (Россия).

Шанк Кристоф – доктор, доцент Института экономической этики университета Санкт Галлен (Швейцария), профессор университета г. Фехта, преподаватель Фленсбургского и Франкфуртского университетов (Швейцария).

Шнайдер Эберхард – доктор политологии, профессор, известный немецкий политолог, член правления центра «ЕС-Россия» в Брюсселе, руководитель группы политических и гуманитарных исследований Берлинского Вест-Ост института, профессор университета Зиген (Германия).

Шукина Дарья Алексеевна – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой русского языка и литературы Национального минерально-сырьевого университета «Горный», Санкт-Петербург (Россия).

Якунин Владимир Иванович – доктор политических наук, профессор, президент мирового общественного форума «Диалог цивилизаций», заведующий кафедрой государственной политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова, приглашенный профессор Стокгольмской школы экономики, научный руководитель и председатель Попечительского совета Центра проблемного анализа и государственно-управленческого проектирования при ООН РАН, президент ОАО «Российские железные дороги» (Россия).

Яровой Александр Ильич – кандидат политических наук, автор институциональной концепции социальной ответственности бизнеса и ряда исследований в области бизнес-этики и корпоративных коммуникаций, сотрудник отдела общественных связей Группы «Базовый Элемент» (Россия).

Autoren

Artamonov, Anatoly – Dr., Gouverneur der Region Kaluga, Mitglied der Petrinischen Akademie der Wissenschaften (Russland)

Barenberg, Stefan – Dipl.-Ök., Langjähriger strategischer Berater in der Finanzdienstleistungsbranche, Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Bremen und Buchautor.

Beschorner, Thomas – Prof. Dr., Ordinarius und Direktor des Institut für Wirtschaftsethik (IWE) an der Universität St. Gallen (Schweiz) und Professeur Associé an der Université de Montréal; Gründer und Mitherausgeber der «Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik» sowie der Buchreihe «Ethik und Ökonomie»; Mitgründer und Leiter der Consulting-Akademie Unternehmensethik und der Transatlantic Doctoral Academy on Corporate Responsibility (TADA).

Bönkost, Klaus – Prof. Dr. rer. pol., Prof. h. c., Professor an der Universität Bremen, Leiter des Instituts für arbeitsorientierte Allgemeinbildung (iaab).

Chumikov, Alexander – Prof. Dr., Professor an der Fakultät für Staatsverwaltung an der Staatliche Lomonossov-Universität Moskau, Generaldirektor der Agentur „Internationaler Presseklub“, Präsident der Akademie der Politischen Wissenschaften, Leitender wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Soziologie der Russischen Akademie der Wissenschaften, früher - Leiter des Analytischen Dienstens der Gesellschaftlichen Kammer der Russischen Föderation.

Dzyaloshinsky, Iosef – Professor der Staatlichen Universität „Higher School of Economics“ (Moskau), Vorstandsvorsitzender des Unabhängigen Instituts für Kommunikationswissenschaft, Professor am Europäischen Institut PR und internationaler Kommunikation (Frankreich).

Falzman, Vladimir – Prof. Dr., Dekan der Fakultät „Deutsch-Russische Hochschule für Verwaltung“ an der Russischen Staatlichen Akademie der Volkswirtschaft und für den Staatsdienste beim Präsidenten der Russischen Föderation, Verdienter Wissenschaftler der Russischer Föderation.

Filatova, Olga – Dr., Dozentin am Lehrstuhls für Öffentlichkeitsarbeit in der Politik und Staatsverwaltung an der Universität St. Petersburg.

Grinev, Vladimir – Dr., Dozent am Lehrstuhl für Innovationsmanagement an der Technischen Universität Berlin, Geschäftsführer des West-Ost-Instituts Berlin und von West-Ost-Development.