

УДК 316.7

Віктор Щербина

## РОЗВИТОК КУЛЬТУРНИХ СЕРЕДОВИЩ — ЗМІСТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

**Анотація.** Розглядається проблема формування соціальної відповідальності бізнесу в умовах соціальних трансформацій українського суспільства. Зроблено висновок, що змістом соціальної відповідальності бізнесу має бути створення культурних середовищ як складової соціального середовища, ресурси якого використовуються у бізнес-процесах.

**Ключові слова:** культура, культурне середовище, бізнес-спільноти, соціально відповідальний бізнес, соціальна сфера.

**Аннотация.** Рассматривается проблема формирования социальной ответственности бизнеса в условиях социальных трансформаций украинского общества. Сделан вывод о том, что содержанием социальной ответ-

ственности бизнеса должно быть создание культурных сред как составляющей социальной среды, ресурсы которой используются в бизнес-процессах.

**Ключевые слова:** культура, культурная среда, бизнес-сообщества, социально ответственный бизнес, социальная сфера.

**Summary.** The problem of formation of the business' social responsibility in the conditions of the Ukrainian society social transformation is disclosed. The conclusion was made that the content of the business' social responsibility must be creation of the cultural environment as part of social environment, resources of which are used in business processes.

**Key words:** culture, cultural environment, business community, socially responsible business, social sphere.

**Актуальність.** Теперешній час характеризується появою нових чинників культурного розвитку суспільства, серед яких чільне місце посідає активність соціально відповідального бізнесу. Необхідність розвитку соціальної відповідальності капіталу стала одним з результатів історичного досвіду європейських націй.

Упродовж декількох століть розвитку нового, індустріально-капіталістичного способу організації суспільного життя, що супроводжувався соціальними збуреннями, які досягли найвищої фази наприкінці XIX — у XX ст., формувалася спільний досвід усвідомлення необхідності приділяти увагу не лише виробництву як основі відтворення капіталу, а й гуманітарному середовищу як джерелу умов відтворення всіх складових цієї осно-

ви. Досвід становлення європейських націй свідчить про те, що найбільш розвиненими та стабільними вони були у ті періоди, коли повноцінно розвивалася соціальна сфера.

Сформована у цей історичний період ідея і практика реалізації соціально орієнтованої системи відносин бізнесу, державного управління та структур громадянського суспільства є давно відомою в Україні, однак, з огляду на низку причин об'єктивного та суб'єктивного характеру, досі ще не стала однією з практичних засад державної політики та суспільного розвитку в цілому. Періодично декларовані державою, бізнесом та структурами громадянського суспільства ідеали гуманітарного розвитку ніби зависають у повітрі, й Україна поступово здає свої позиції як привабливе для проживання середовище — зростають

емігрантські настрої, знижується рівень соціальної забезпеченості населення, культурні практики населення відходять від досягнутих у попередні роки показників.

**Основний зміст.** Утворення сучасного повноцінного гуманітарного середовища можливе лише з урахуванням соціально-історичних змін, які відбулися не тільки в нашій країні, а й у світі в цілому.

Одним з проявів цих змін стало те, що внаслідок розвитку демократії в багатьох країнах зростає роль соціально відповідального бізнесу як суб'єкта творення соціально-гуманітарного середовища. Суспільне обговорення формування змісту та конкретних практик розвитку соціально відповідального бізнесу потребує поглиблення розуміння цього явища, а також виходу на новий рівень якості діалогу між державою, підприємницьким середовищем і громадянським суспільством. Цей діалог має бути побудовано навколо ідеї формування національної культури як фундаментального чинника суспільного життя сучасної України.

Зміна парадигми сприйняття культури, яка відбувається в процесі здійснення проекту модернізації України, передбачає її розширене тлумачення як ціннісно-нормативних настановлень людей в усіх сферах суспільного життя.

Україна як держава і суспільство, на нашу думку, дедалі більше потребує формування нової культури діалогу бізнесу, держави та громадянського суспільства. Така потреба проявляється, з одного боку, в необхідності соціальної скерованості розвитку державної складової України (на відміну від адміністративно-бюрократичної) та, з іншого боку, в необхідності відтворення місцевих самобутніх ресурсів розвитку національного бізнесу.

Труднощі розвитку такого діалогу певною мірою закорінені як у національній ментальності (хуторянсько-індивідуалістичних настановленнях і смислах суспільної активності), так і в особливостях історичного розвитку українського суспільства протягом останніх десятиліть. Водночас з початку 1990-х років однією з головних світових тенденцій

сучасного соціально-економічного розвитку є соціалізація бізнесу. Зокрема, поворотним пунктом у цьому аспекті стала Міжнародна конференція зі стійкого розвитку, що відбулася в 1992 р. у Ріо-де-Жанейро. Там вперше були декларовані та зафіксовані нові вимоги світового співтовариства до корпорацій щодо посилення їхньої соціальної відповідальності. Конференція стала потужним імпульсом до активізації вивчення ролі великих компаній у розв'язанні соціальних проблем, а також у розробці програмних політичних документів на корпоративному, національному й міжнародному рівнях, які визначають сфери соціальної відповідальності й соціальні функції бізнесу.

Актуалізація й пріоритетність проблем соціальної відповідальності бізнесу обумовлені низкою обставин, головною з яких є підвищення значущості нематеріальних чинників економічного зростання, пов'язаних з розвитком людського потенціалу. Сьогодні конкурентоспроможність фірм, що діють на світовому ринку, отже і національних економік, більшою мірою визначається чинниками якості, а не ціни. Відтак найбільш істотним з них є здатність до інновацій і сприйняття новітніх технологічних досягнень, з оперттям на людський, інтелектуальний, соціальний капітал, тобто якість робочої сили й мотивації працівників. Саме ця обставина задає економічні імперативи соціалізації бізнесу, вона є спонукальною силою для розвитку соціальних програм, орієнтованих на підвищення гуманітарних стандартів тих середовищ, де діє бізнес.

Головною причиною посилення уваги до розвитку соціальних функцій підприємницького співтовариства став перегляд традиційних поглядів на концепцію соціальної політики з позиції розширення кола її суб'єктів. Приблизно до 1970-х років бізнес брав переважно фінансову участь у розв'язанні соціальних проблем, лише сплачуючи податки й сприяючи реалізації благодійних програм. Конкретні механізми задоволення соціальних потреб залишалися прерогативою держави й інститутів цивільного суспільства.

В останній чверті минулого століття в найбільш розвинених країнах були вироблені до-

суть високі стандарти соціальної захищеності населення, поєднані з не менш високим рівнем державних соціальних витрат: сьогодні через державний бюджет у більшості розвинутих країн перерозподіляється більше двох третин ВВП.

Такі тенденції демографічного й соціально-економічного розвитку, як старіння населення, дестабілізація зайнятості (у зв'язку із зростанням її гнучких і нестандартних форм та зменшенням частки стабільно зайнятих у державному й корпоративному секторах), зниження престижності кваліфікованої індустріальної праці, посилюють диференціацію умов і оплати праці різних категорій працівників, збільшують утриманське навантаження на найбільш активну частину населення, загострюють соціальну ексклюзію. Для підтримки сформованого рівня соціальних гарантій необхідне подальше зростання обсягу інвестицій, що вже не можна забезпечити тільки за рахунок засобів державного бюджету. Відтак на часі розробка принципово нових механізмів розвитку соціальної сфери.

Багато політиків і вчених убачають ще одну причину активізації соціальних функцій великого бізнесу в тому, що він повинен стати рівноправним партнером соціального розвитку. Від того, наскільки успішно фірми зуміють об'єднати зусилля з державою та громадськими організаціями у формуванні активної стратегії соціального розвитку, багато в чому залежатимуть конкурентоспроможність і продуктивність самого бізнесу. Якщо він не візьме на себе частину відповідальності за вирішення актуальних проблем у соціально-трудої сфері, то стане першою їхньою жертвою. Для запобігання подальшій соціальній поляризації й дестабілізації потрібні великі фінансові засоби, і саме комерційні структури передусім будуть обкладені високими податками. Це, своєю чергою, призведе до зниження конкурентоспроможності, погіршення економічної кон'юнктури й подальшого загострення соціальних проблем.

Нарешті, ще одна причина, що обумовлює необхідність розробки й інституціалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу, пов'язана з глобалізацією, яка підсилює

вплив великих транснаціональних компаній на економічний розвиток будь-якої держави. Завдяки різному масштабу впливу і розвитку фінансово-спекулятивного сектора глобальної економіки національні держави поступово втрачають здатність незалежно формувати внутрішню соціально-економічну політику, поступаючись місцем транснаціональним корпораціям, які зацікавлені лише у здешевленні робочої сили та послабленні всіх форм контролю за їх діяльністю.

Серед держав це призводить до конкурентної боротьби за фінансові ресурси шляхом полегшення умов для капіталу ціною відкидання програм соціального розвитку, згортання державної підтримки культури. Згубним для стійкого розвитку територій соціальним й екологічним наслідкам діяльності потужних транснаціональних структур можна запобігти тільки шляхом погоджених на міжнародному рівні дій, спрямованих на поступове формування соціально орієнтованих моделей їх діяльності, поєднаних поняттям "корпоративне громадянство".

Результатом цих дій стала інституціалізація концепції соціальної відповідальності як на рівні окремих країн, так і в масштабі глобального співтовариства. На рівні країн її найбільш виразними прикладами є запровадження поста міністра з корпоративної соціальної відповідальності у Великій Британії, прийняття закону Сарбанеса — Окслі в США, розрахунок спеціальних індексів стійкого зростання, розробка кодексів корпоративної поведінки, впровадження критеріїв корпоративної соціальної відповідальності при оцінці інвестиційних рейтингів компаній, використання процедур соціально відповідального інвестування скринінгу.

Серед найбільших міжнародних ініціатив можна назвати Міжнародну раду бізнесу за стійкий розвиток, що об'єднує більше сотні найбільших транснаціональних корпорацій; Європейську декларацію бізнесу проти соціальної ізоляції; розроблений під керівництвом колишнього Генерального секретаря ООН К. Ананна Глобальний пакт, учасниками якого є сотні великих компаній; низку провідних профспілкових об'єднань, правозахисних і

екологічних організацій; Глобальну ініціативу корпоративного громадянства Всесвітнього економічного форуму та інші.

В Україні включення проблеми соціальної відповідальності бізнесу до кола пріоритетних зумовлено подібними причинами. Серед них можна назвати такі, як нестача ресурсів бюджету для проведення повноцінної соціальної політики й об'єктивно висока роль великих корпорацій у розвитку регіонів.

Існує також і причина історичного характеру — вступ відносин держави, громадянського суспільства й великих бізнес-структур у новий етап.

На початковому етапі розбудови незалежної України бізнес розвивався в умовах надлишкових ресурсів — зокрема й соціальних. Достатньо якісні трудові ресурси були створені у попередню епоху та відтворювалися соціальними інститутами, які діяли певний час інерційно. Здоров'я, освіта, виховання як складові культурного рівня суспільства, якості трудових ресурсів вбачалися представниками бізнесу як такі, що притаманні людині самі по собі, за її природою і які мають лише використовуватися задля створення і примноження капіталу. Відтак соціальна сфера суспільства сприймалася як ресурсна база, що не потребує спеціального цілеспрямованого відтворення — увага держави зменшувалася, а бізнес не опікувався цією сферою взагалі.

Своєю чергою, суспільна свідомість сприймала бізнес як джерело автоматичних суспільних змін неодмінно позитивного характеру, домінували уявлення про неодмінність конструктивного впливу розвитку підприємництва на життя місцевих громад і України в цілому. Подібні очікування хронічно не виправдовувалися, що згодом сформувало тренд сприйняття бізнесу як джерела суспільного негативу, зацикленого виключно на потребах отримання додаткової вартості. Таким чином, об'єктивні умови ускладнення діалогу бізнесу та суспільства були доповнені суб'єктивними. За цих умов сформувався принцип розуміння соціальної відповідальності як прояву надлишковості прибутків, реалізації забаганок власників, інструментів реклами та піару. Відповідно до цього, програми соціальної відпові-

дальності розуміються багатьма як такі, що за змістом є справою виключно бізнес-суб'єктів і мають сприймати потреби суспільства лише як зовнішній чинник своєї успішності.

На сучасному етапі в умовах розгортання глобальної фінансової кризи та зумовлених нею змін глобальних ринків національний бізнес зіткнувся із зростанням внутрішньої конкуренції за ресурси — зокрема й соціальні. Внаслідок негативних тенденцій, породжених на першому етапі, інститути відтворення ресурсів праці перестали виконувати адекватну роль.

В умовах хронічного недофінансування, дискредитації їх значущості, зниження культурного рівня населення в цілому виникає нова інерційність — навіть за умови фінансування відповідні установи ще не скоро можуть поновити свою дієвість, не кажучи вже про здатність до інноваційного розвитку. За відсутності матеріальної підтримки, розвинутого суспільного діалогу й цільових програм гуманітарна сфера України значно деградувала, сформувалися тренди негативного сприйняття перспектив розвитку соціального середовища в цілому. За цих умов не відтворюється комплекс чинників, який формує соціально привабливе життєве середовище в Україні, що призводить до зменшення народжуваності, зростання зовнішньої та внутрішньої еміграції, зниження рівня здоров'я населення, його мотивації до освіти і праці. Але це допоки лише тенденція, її можна змінити на нових засадах організації взаємодії бізнесу, держави та структур громадянського суспільства.

**Висновки.** Що робити за умов, що склалися? Необхідно змінити суспільне розуміння гуманітарних чинників та культури як основи суспільного життя в цілому і життєвого середовища кожної людини, сформувавши на цій основі нові практики соціальної відповідальності бізнесу.

Бізнесу, владі та громадянському суспільству слід прийти до розроблення спільних цільових програм розвитку соціально-гуманітарних середовищ в Україні — як на національному рівні, так і у кожній громаді або регіоні.

Реалізація цієї мети є предметом новітніх

спроб організації діалогу щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Хто може це зробити? Процес розвитку соціальної відповідальності може бути організований на рівні сучасних викликів, які стоять перед Україною, лише спільними зусиллями держави, цивілізованого бізнесу та відповідальних перед громадами структур громадянського суспільства.

Основним напрямом реалізації цих зусиль має стати формування єдиного національного гуманітарного середовища, заснованого на культурах регіональних громад.

Необхідно переосмислити культуру як найважливішу засаду соціальних зв'язків у суспільстві, яка робить можливою формування суспільної довіри, а відтак і суспільства як системи взаємозрозумілих інтересів різних груп людей. Культура в цьому сенсі є джерелом формування суспільних образів кожної суспільної групи і смислових засад їх взаємодії на локальному, національному та глобальному рівнях. Суспільство потребує усвідомленого відтворення шляхом розвитку культури — цей процес об'єднує владу, бізнес і громадськість на всіх рівнях суспільного життя.

Однією з основ громадського діалогу з організації програм соціальної відповідальності бізнесу може стати національний конвент з культури.

Підтримка та відтворення традиційних і новітніх культурних середовищ як національного, так і регіонального рівнів, забезпечення соціалізації традиційних та новітніх суспільних груп потребує вироблення програм соціальної відповідальності, відповідних масштабам і характеру діяльності конкретних бізнес-структур. Звичайно, такі програми не можуть бути створені подібно до програм індустріального розвитку централізованим шляхом, тут потрібна реалізація мережевого організаційного принципу, культивування толерант-

ності та відповідальності перед спільнотою. Кожне бізнес-утворення потребує соціальних ресурсів у вигляді економічно активного, вмотивованого та освіченого населення, розвинутих ринків споживання, орієнтованих на певні різновиди продукції та послуг.

Суспільство, своєю чергою, потребує ресурсів розвитку, формування повноцінних соціальних зв'язків у кожному регіоні та державі в цілому. Це потребує постійного діалогу з громадськими об'єднаннями різного рівня та скерованості, деполітизації питань культурного життя України, наукового обґрунтування соціальних програм, покликаних формувати цілісні гуманітарні середовища як складову регіональної інфраструктури. Лише державно-громадське співробітництво у фахових середовищах здатне виробити комплексне бачення і перспективи розвитку гуманітарних середовищ, врахувати перспективні виклики розвитку громад.

Політична воля держави, доповнена соціально відповідальним настановленням і ресурсами бізнесу, поєднана з науковим баченням суспільного розвитку, здатна сформувати реалістичні та ефективні програми процесів модернізації України. Оскільки як держава, так і бізнес-спільнота мають свою специфіку бачення соціальної ситуації в країні, то лише в такому діалозі можна формувати і обґрунтувати пакети замовлень на податкові пільги для бізнесу, необхідні з огляду на конкретні програми соціальної відповідальності.

Без діалогічності й транспарентності соціальна відповідальність може перетворитися на сферу корупції та інших зловживань. Процес розвитку соціальної відповідальності знижуватиме також рівень соціальної напруги в суспільстві, формуватиме позитивний образ підприємництва і суспільства загалом, розвиватиме нові, сучасні елементи національної культури.