

Е. Г. Хольнова¹**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ЦЕННОСТЬ КУЛЬТУРЫ**

Современное общество представляет собой многообразие организаций, движений, социальных групп, политических, религиозных, культурных и иных течений, каждое из которых развивается по своим специфическим законам. Основным показателем развития общества является культура, выполняющая роль посредника между государством и обществом, являющаяся основополагающим фактором социально-экономического развития страны.

Развитие диалога культур, процессы глобализации, затронувшие экономику большого количества как развитых, так и развивающихся стран, привели к необходимости осознания социальной ответственности бизнеса как фактора сохранения культурных ценностей и внедрения зарубежного опыта в российский бизнес.

Социальная ответственность относится к одной из морально-этических ценностей, действующих на уровне субъекта, которым может выступать как отдельный индивид, так и социальная организация или общество в целом. Предприниматель, являясь центральной фигурой в рыночной экономике, взаимодействует с государством, обществом, различными социальными группами и организациями. Его экономическое поведение в первую очередь определяется социокультурными факторами. Успех такого взаимодействия обусловлен ролью ценностных ориентаций в социально-экономической культуре общества. Культура общества определяется с помощью набора норм и системы ценностей, определяющих поведение всех ее индивидов, включая предпринимателей. Наличие прав и возможностей предпринимателей в обществе устанавливает границы их действий и способствует развитию субкультуры государства. Предпринимательская субкультура, реализуемая через социально-экономические отношения, выступает своеобразной проекцией культуры общества, в котором она функционирует.

Предпринимательство осуществляется в определенных социокультурных условиях, порожденных менталитетом народа, культурой общества, сложившимися традициями, действующими законами. Все эти культурные элементы в совокупности придают социокультурную направленность предпринимательской деятельности, преобразуя ее потребности, мотивы, ориентиры, цели и оказывая значительное влияние на развитие бизнеса и экономики государства. Внутреннее содержание, механизмы деятельности поддерживают социальную направленность предпринимательства. Она проявляется в культурных традициях, идеологии, ценностях, деловых поступках и т. д.

¹ Заведующая кафедрой экономики и управления СПбГУП, доктор экономических наук, профессор. Автор более 100 научных публикаций, в т. ч.: «Концепция финансовой устойчивости коммерческого банка как методологическая основа эффективного функционирования банковского финансового менеджмента», «Теория и методология формирования и развития отечественного финансового менеджмента банка», «Роль банковского менеджмента в современных условиях развития экономики России», «Основы банковской деятельности. Учебное пособие», «Стратегический и финансовый менеджмент системы оказания образовательных услуг в высокотехнологичных корпорациях» и др.

Социальный курс предпринимательства характеризует его эффективность, успешность, устойчивость и живучесть. Жизнеспособность предпринимательских структур определяется состоянием и уровнем развития социальных сторон деятельности.

Особое звучание социальная ответственность бизнеса (СОБ) приобретает в конце XX века, когда результатом хозяйственной деятельности становятся не только материальные блага, потребляемые отдельным индивидом, но и сущностные черты социально-экономического устройства общества, «потребляемые» обществом в целом. Возникает новая категория — «социальная ответственность», реализуемая через понимание предпринимателями своей общественной роли над приоритетом частных интересов, которая нашла свое отражение в концепции социальной ответственности бизнеса (СОБ). Основу этой концепции составляет идея о том, что противоречие между частным интересом бизнеса (прибыль) и интересами общества (благополучие для большинства) должно разрешаться бизнесом в пользу общества как той системы, частью которой является сам бизнес.

СОБ предполагает добровольный вклад бизнеса в сохранение культурного наследия, развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.

Социальная ответственность бизнеса за сохранение культурного наследия, как правило, проявляется в двух формах:

— развитие меценатства и благотворительности в сфере культуры;

— совместное участие государства и бизнеса в сохранении и развитии культурных ценностей в рамках экономически эффективных проектов в сфере культуры.

СОБ рассматривается преимущественно как добровольный отклик той или иной компании на социальные проблемы общества. Безусловно, данный отклик на социальные нужды и развитие социальных программ имеет глубокий ценностный смысл, но проблема в том, что для большинства российских организаций направление части финансовых ресурсов по социальным каналам не является ценностным, моральным выбором.

Данный процесс начался в России в период выхода национальной экономики из кризиса 1998 года. Серьезное влияние на формирование основных принципов социальной ответственности в российском бизнесе оказало взаимодействие культур в форме межнационального диалога, которое предполагает сопоставление национальных ценностей и выработку понимания того, что собственное этнокультурное сосуществование невозможно без уважительного и бережного отношения к социально-экономическим ценностям других народов.

Критериями успешной деятельности компании на рынке являются не только ее деловая репутация, но и ориентация на социальные установки, общественные ценности, национальные традиции, которые

оказывают существенное влияние на степень СОБ и отражают ее роль в формировании культурных ценностей нации.

СОБ как ценность направляет деятельность субъекта в ходе его практической деятельности, и ее роль заключается в том, что она выступает ориентиром и направляет не только жизнедеятельность одного индивида, но и социальную активность больших групп людей, организаций. Стратегический характер СОБ как ценности, распространенной в рамках культуры организации, проявляется в том, что через нее осуществляется воздействие на состояние всего российского общества. Таким образом, СОБ выступает как стратегическая ценность и одновременно является средством управления индивидами на личностном, организационном и социальном уровнях. Все это определяет серьезное отношение к исследуемой проблематике.

Диалог культур жизненно необходим для выработки единого понимания и подхода к такому сложному явлению, как СОБ, поскольку сохраняется принципиальное отличие в понимании роли СОБ в обществе. В развитых западных странах СОБ функционирует как устойчивый социальный институт, она рациональна и эффективна, что отличает ее от традиционной благотворительности. В российских условиях СОБ реализуется как реакция на необходимость решения острых социальных проблем, которые не могут быть профинансированы в полном объеме государством. Таким образом, социальная ответственность в российском бизнесе явно недооценена и не выполняет в полном объеме своей функции сохранения культурного наследия и развития общества.

Необходимым условием для дальнейшего развития СОБ в России и повышения эффективности локализации его финансовых потоков с целью сохранения ценностей цивилизации и роста культурного потенциала является, на наш взгляд, создание международного координационного центра, который стал бы инструментом формирования и проведения последовательной целостной культурной политики, обеспечил целенаправленный характер мероприятий, включая их

финансирование, дал анализ образовательных и культурных, этических и социальных проблем, разработал межнациональную стратегию СОБ, целевые программы и учебные пособия по культуре, обусловленные особенностями социально-экономического положения стран, включая Россию.

В целях реализации продолжения федеральной целевой программы «Культура России» (2012–2018 гг.)¹ Министерство культуры РФ разработало организационно-финансовый план реализации данной программы на 2013 год² (далее — План). Планом предусмотрено 114 направлений финансирования культурного наследия России, в частности в рамках нашей секции можно выделить такие, как:

- формирование единой информационной системы общероссийского мониторинга состояния развития культуры;
- проведение систематических научных и статистических исследований развития отрасли и ее инновационного потенциала;
- проведение научных исследований, научно-проектное и инфраструктурное обеспечение деятельности по сохранению объектов культурного наследия;
- формирование банка данных единого государственного реестра объектов культурного наследия народов РФ и мониторинг их состояния и использования³.

В процессе реализации данного Плана предполагается его финансирование в объеме почти 9,3 млрд руб., причем доля федеральных средств составит 85 %, остальные средства предполагается получить из прочих источников, в первую очередь от российского бизнеса в рамках реализации им функции социальной ответственности.

Диалог культур, формируя основу для развития общества, определяет новые цели и ценности общественной жизни, новые принципы межрегиональных и межгосударственных культурных связей, основанных на внедрении инноваций, обеспечивающих рост культурного потенциала общества, одной из которых является СОБ.

¹ Федеральная целевая программа «Культура России» (2012–2018 гг.): Постановление Правительства РФ № 186 от 03.03.2012.

² Организационно-финансовый план реализации федеральной целевой программы «Культура России» (2012–2018) на 2013 год: Приказ Министерства культуры РФ № 89 от 05.02.2013.

³ Там же.