

Социальная ответственность малого бизнеса в условиях кризиса

Мамаев А.И., аспирант, Департамент корпоративные финансы и корпоративное управление, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

Аннотация. В статье демонстрируется особая значимость социальной ответственности малого бизнеса в условиях кризиса; рассматривается содержание и сущность социальной ответственности малого бизнеса; анализируются различные взгляды на понятие социальной ответственности и на необходимость ее реализации для достижения эффективности деятельности малых предприятий. Представлена классификация реализуемых малыми предприятиями социальных программ и проектов на две группы – внутренние программы и внешние программы, делается вывод, что в условиях экономического кризиса в качестве приоритетного направления функционирования предприятий малого бизнеса следует рассматривать реализацию внутренних программ в области социальной ответственности. Обращается внимание на необходимость эффективного взаимодействия малых предприятий с властными структурами для обеспечения реализации принципа социальной ответственности. Выделены основные задачи предприятий малого бизнеса для оптимизации социальных затрат при выборе социальной стратегии в условиях кризиса.

Ключевые слова: социальная ответственность, экономический кризис, малый бизнес, социальные программы, оптимизация социальных затрат, внутренний потенциал предприятия.

Social responsibility of small business in crisis

Mamaev A.I., postgraduate, The Department of corporate Finance and corporate governance, The Financial University under the Government of the Russian

Annotation. The article demonstrates the special importance of social responsibility of small business in a crisis; examines the content and essence of social responsibility of small business; analyzes the different views on the concept of social responsibility and the need for its implementation to achieve the effectiveness of small businesses. The article presents the classification of social programs and projects implemented by small enterprises into two groups-internal programs and external programs.it is concluded that in the conditions of the economic crisis, the implementation of internal programs in the field of social responsibility should be considered as a priority direction for the functioning of small businesses. Attention is drawn to the need for effective interaction of small enterprises with the authorities to ensure the implementation of the principle of social responsibility. The main tasks of small businesses to optimize social costs when choosing a social strategy in a crisis.

Keywords: social responsibility, economic crisis, small business, social programs, optimization of social costs, internal potential of the enterprise.

Финансово-экономический кризис создает условия, при которых вопрос социальной ответственности малого бизнеса приобретает особое значение. В отличие от периода экономического подъема, когда социально-ответственная политика рассматривается в качестве экономически выгодного способа поднятия собственного имиджа, в период кризиса перед малыми предпринимателями возникает необходимость сокращения расходов, в частности, на социальные программы. Следствием этого могут стать сложные последствия для работников, окружающей среды, общества, что обуславливается выдвигание на первый план социальных аспектов ответственности малого бизнеса. Условия экономического кризиса выдвигают в качестве одной из главных задач предприятий – сохранить репутацию социально ответственной организации. Социальная ответственность малого бизнеса в условиях кризиса приобретает особую значимость.

Социальная ответственность любого предприятия, в том числе малого, заложена в основу его социальной стратегии, которая, в свою очередь, заключается в реализации деятельности по достижению целей в области использования и воспроизводства человеческих ресурсов, а также в необходимости выполнять социальные функции за пределами предприятия в условиях трансформации науки и технологий. Социальную ответственность малого бизнеса можно определить, как совокупность этических принципов, на основе которых осуществляется предпринимательская деятельность, и которые предполагают определенную систему социальных обязательств, выполняемых бизнесом.

С точки зрения Ж.А. Мингалевой и И.П. Смилевской, социальная ответственность малого бизнеса является добровольным вкладом в такие сферы развития общества, как социальная, экономическая и экологическая сферы, которые напрямую связаны с основным направлением деятельностью малого предприятия и превышают определенный законом минимум. Благодаря реализации принципа социальной ответственности, который выступает как важный фактор гармоничного взаимодействия и функционирования, выстраиваются конструктивные отношения между малым предприятием и общественностью, органами власти, собственным персоналом предприятия.

Д.А. Виноградов и А.П. Петров обращают внимание на существование различных взглядов на социальную ответственность малого бизнеса – от полного неприятия до признания необходимости ее реализации для обеспечения эффективного развития бизнеса.

Так, с точки зрения радикальных представителей неоклассической экономической парадигмы, проявление реальной социальной ответственность заключается в выплате бизнесом налогов и соблюдении существующего законодательства. Объясняется этого тем, что бизнес ответственен только перед самим собой и перед государством, и его задачей является не занятие благотворительностью, а исключительно получение прибыли, тем самым будет создаваться возможности для повышения благосостояния общества и решения

социальных проблем.

Неоинституционалисты рассматривают социальную ответственность малого бизнеса в качестве важного социального фактора, который влияет на уровень транзакционных издержек предприятий, то есть на лояльность к бизнесу потребителей, сотрудников предприятий, потенциальных инвесторов, различных социальных групп. Это способствует как развитию самого малого бизнеса, так и решению с его помощью социальных проблем. Наличие теоретических дискуссий касательно социальной ответственности малого бизнеса обусловлено, как различными идеологическими пристрастиями, так и отсутствием единой точки зрения на социальную роль предпринимательства.

Социологи особое внимание уделяют социальной природе предпринимательства, которая лежит в основе любого поведения представителей малого бизнеса. Объясняется это тем, что осуществление любой производственной деятельности, внедрение инноваций изначально обусловлено их необходимостью для общества, с целью создания условий для более комфортной жизни. Кроме того, любое малое предприятие характеризуется наличием множества социальных связей, что позволяет относить его к сложной системе социальных коммуникаций в рамках сообщества, проживающего на определенной территории, где предприятие осуществляет свою деятельность.

Современные малые предприятия реализуют социальные программы и проекты, которые можно разделить на две группы:

– внутренние программы, которые направлены на то, чтобы реализовать социальную ответственность малых предприятий перед своим персоналом (поддержать занятость, обеспечить справедливый и достаточный уровень зарплаты и безопасности труда, повысить профессиональный рост, формировать резерв для страхования непредвиденных ситуаций на производстве). Соответствующая внутренним программам внутренняя социальная политика малых предприятий осуществляется в отношении их сотрудников и ограничивается рамками конкретного предприятия. В качестве

субъекта социальной политики в данном случае выступают собственники малых предприятий, в качестве объекта – их сотрудники. Как правило, внутренние социальные программы ограничиваются рамками следующих расходов:

- а) расходы на развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня сотрудников;
- б) расходы на формирование корпоративной культуры;
- в) расходы на оздоровление сотрудников;
- г) расходы на то, чтобы привлекать и поддерживать молодежь, в том числе в образовательных программах;
- д) расходы на реализацию спортивных программ;
- е) расходы на материальную помощь и т.п.

Целью внутренне социальной политики малых предприятий является, как правило, развитие социального капитала посредством укрепления связей между сотрудниками, а также между руководством и сотрудниками, что особенно важно в условиях социального кризиса.

– внешние программы, которые направлены на то, чтобы обеспечить социальную ответственность малых предприятий перед обществом, потребителями товаров и услуг, местным сообществом на территории, где функционирует предприятие. Задачами соответствующей внешним программам внешней социальной политики предприятий является развитие местного сообщества, решение социально-значимых проблем, стоящих перед страной (рисунок).

Социальная ответственность малого бизнеса

Реализация социальной ответственности малого бизнеса перед сотрудниками предприятия и перед обществом = благосостояние сотрудников и общества

Рис. 1 – Схема реализации принципа социальной ответственности малого бизнеса

При этом, в условиях экономического кризиса в качестве приоритетного

направления функционирования предприятий малого бизнеса следует рассматривать реализацию внутренних программ в области социальной ответственности. В то же время, кризисное состояние экономики требует более тщательного подсчета расходов на социальные программы, выбора наиболее эффективных средства их реализации и технологий управления. В связи с этим, российские малые предприятия, при разработке пакета антикризисных мер, включают в него сокращение затрат на те или иные социальные проекты.

В основе формирования социальной ответственности малого бизнеса, в том числе в период кризиса, должны лежать следующие принципы;

- добровольность;
- направленность на то, чтобы решать проблемы в различных сферах общественного развития;
- сопряженность мероприятий, предусматривающих реализацию принципа социальной ответственности, с основным направлением деятельности малого предприятия;
- более широкий, в сравнении с действующим российским законодательством, спектр социально-ответственной деятельности.

Однако, одна из характеристик кризиса заключается в снижении спроса и падении производства, следствием чего является сложность сохранения персонала в полном составе. В данной ситуации социально ответственные предприниматели ставят перед собой задачу максимального использования внутреннего потенциала, расширения внутренней занятости посредством использования квалифицированных специалистов внутри малых предприятий, в частности, для переобучения иных сотрудников.

Серьезной социальной проблемой для предприятий малого бизнеса в период кризиса, когда они живут за счет внутренних резервов и внутреннего потенциала, является обеспечение своевременной выплаты заработной платы, для чего, зачастую, руководство малых предприятий вынуждено брать кредиты в счет будущих выплат. Следствием этого может стать возникновение дополнительных расходов и проблем. В данных условиях актуальным

становится вопрос взаимоотношения малого бизнеса с органами государственной и муниципальной властью.

В условиях кризиса необходимо объединение усилий малого бизнеса и региональных и муниципальных властей с целью поддержки занятости, содействия тем, кто подпадает под увольнение. Однако С.А. Стрижов обращает внимание на то, что использование каналов эффективного взаимодействия малых предприятий с властными структурами является недостаточно эффективным. Кроме того, финансирование программ, предусматривающих переобучение сотрудников, которым грозит увольнение, не охватывает тех сотрудников, которым риск увольнения не грозит. Однако, данные сотрудники испытывают необходимость получения дополнительных знаний для работы по новым технологиям. А.А. Иудин, говоря о роли малого бизнеса в социальной структуре общества, взаимоотношения предприятий малого бизнеса с органами муниципальной власти в условиях экономического кризиса называет одной из основных проблем существования данных предприятий.

Реализация принципа социальной ответственности, являющегося современным инструментом развития имиджа малого бизнеса, в период кризиса предусматривает поиск инструментов, которые обеспечат защиту бизнеса в нестабильное время; внедрение планов антикризисных мер, основу которых составляет сокращение неоправданных расходов, в том числе, социальных издержек.

С точки зрения взаимоотношений малого бизнеса с органами государственной и муниципальной власти мерами реализации принципа социальной ответственности является введение налоговых и иных послаблений для предпринимателей, которые вкладывают деньги в социальные проекты. Это будет способствовать решению задач обеспечения, как эффективной деятельности предприятий малого бизнеса, так и общей стабильности в обществе. Налоговые послабления позволят бизнесу использовать часть прибыли на решение актуальных задач.

Следовательно, задачами предприятий малого бизнеса для оптимизации

социальных затрат при выборе социальной стратегии в условиях кризиса является:

- сохранение работоспособной команды, которая способна решить задачу обеспечения дальнейшего развития предприятия;
- продолжение реализации приоритетных проектов, которые направлены на то, чтобы повысить конкурентоспособность предприятия;
- формирование социального бюджета с выделением постоянных и переменных затрат;
- обеспечение открытости и доступности информации о деятельности для работников и других заинтересованных сторон;
- максимальное использование внутреннего потенциала малого предприятия;
- реализация социальных программ, ставших визитной карточкой предприятия, не требующих значительных финансовых вложений.

Социальная ответственность малого бизнеса в любой период деятельности предприятий, в том числе в период кризиса, является источником повышения их конкурентоспособности, способствует поддержанию и развитию стратегических планов, решению ключевых задач деятельности предприятия. Она выступает в качестве фактора улучшения репутации малого бизнеса, условием обеспечения социальной стабильности в стране и ее устойчивого экономического роста. В условиях кризиса, когда увеличивается социальная напряженность, и ухудшаются условия для ведения бизнеса, реализация принципа социальной ответственности способствует поддержанию позитивной репутации предприятий малого бизнеса среди действительных и потенциальных потребителей, сотрудников и инвесторов.

Библиографический список

1. Белов В.С. Малый бизнес в условиях кризиса: состояние и проблемы // Вестник РГГУ. – 2015. – № 4. – С. 62-65.
2. Виноградов Д.А., Петров А.В. Социальная ответственность

российского бизнеса в период современного глобального экономического кризиса: проблемы и тенденции // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2012. – № 3. – С. 64-67.

3. Высоков В.В. Банки любят малый бизнес. Ростов-на-Дону, 2018. – 112 с.

4. Гнатюк А.Н. Адаптационные стратегии малого бизнеса в условиях финансово-экономического кризиса в современной России: дис... канд. соц. наук. Майкоп, 2017. 165 с.

5. Иудин А.А. Социальная ответственность малого бизнеса и административной системы: проблема неравенства // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2017. – № 3. – С. 59-64.

6. Мингалева Ж.А., Смилевская И.П. Социальная ответственность предприятий как основа успешного бизнеса и социально-экономического развития // Российское предпринимательство. – 2012. – Том 13. – № 17. – С. 120-125.

7. Стрижов С.А. Корпоративная социальная ответственность в условиях кризиса // Социология власти. – 2012. – № 2. – С. 92-101.

References

1. Belov V.S. Small business in a crisis: the state and problems // Herald RSHU. – 2015. – № 4. – P. 62-65.

2. Vinogradov D.A., Petrov A.V. Social responsibility of Russian business in the current global economic crisis: problems and trends // Society. Wednesday. Development (Terra Humana). – 2012. – № 3. – P. 64-67.

3. Vysokov V.V. Banks like small business. Rostov-on-Don, 2018. – 112 p.

4. Gnatyuk A.N. Adaptation strategies of small business in the context of the financial and economic crisis in modern Russia: dis... kand.sots.nauk. Maikop, 2017. 165 p.

5. Iudin A.A. Social responsibility of small business and administrative system: the problem of inequality // Bulletin of the Nizhny Novgorod University

N.I. Lobachevsky. – 2017. – № 3. – P. 59-64.

6. Mingaleva Zh.A., Smilevskaya I.P. Social responsibility of enterprises as a basis for successful business and social and economic development // Journal of Russian Entrepreneurship. – 2012. – Vol. 13. – No. 17. – P. 120-125.

7. Strizhov S.A. Corporate social responsibility in crisis conditions // Sociology of power. – 2012. – № 2. – P. 92-101.