Жихарев К.Л.

Социальная ответственность малого бизнеса

Малый бизнес. Несмотря на вроде бы скромное название, этот сегмент экономики способен творить чудеса, определяя порой судьбы целых отраслей и промышленности, и экономики. Это целенаправленный творческий труд, связанный с постоянным напряжением. Предпринимателю необходимо постоянно принимать решения, от которых зависит будущее его дела. При этом есть риск разориться, остаться ни с чем, оставить без работы людей. Малый бизнес - большая социальная ответственность. В чем же заключается социальная ответственность руководителей малого бизнеса?

Прежде всего, это честное исполнение предпринимателями обязательств перед своими работниками, соблюдения российского законодательства: трудового, налогового, о социальных фондах.

Если говорить о социальной ответственности бизнесменов в широком смысле слова, то она базируется на успешном и динамичном развитии ими производственно-хозяйственной деятельности. Именно в этом заключен максимальный социальный эффект: создание рабочих мест, производство востребованной обществом продукции, налоговое наполнение бюджетов всех уровней и возможность реализации дополнительных социальных программ.

Существуют две точки зрения на роль бизнесменов в обществе. Одна полагает, что организация, как экономическая целостность, обязана заботиться только об эффективном использовании своих ресурсов и извлечении максимальной прибыли. Другая, что организация это нечто большее, чем экономическая целостность. Внешнее окружение обязывает заниматься социальными интересами этих составляющих среды и часть используемых ресурсов должна быть направлена по социальным каналам.

Социальная ответственность руководителя организации может быть выражена через определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы со стороны организации, в то время как юридическая ответственность означает следование конкретным законам и нормам госрегулирования. Надо отметить, что противопоставление экономической и социальной сторон деятельности организации не всегда оправдано. Можно привести множество примеров, когда социальная забота о рабочих связана с определенными издержками, но окупается сторицей, ростом производительности труда и увеличением прибыли. Меры с увеличением дневной ставки заработной платы и сокращением продолжительности смены на заводах Форда тому яркий пример.

Значительный опыт решения социальных задач был накоплен в свое время на советских предприятиях. Так как план был основным инструментом управления, то разрабатывался специальный раздел «План социального развития коллектива», который охватывал все стороны социальных отношений в коллективе.

В условиях перехода к рыночным отношениям, к сожалению, постепенно

теряется много положительного из накопленного опыта. В деятельности многих предприятий проблема выживания, по существу означает, что прибыль предприятия стоит на первом месте, а проблемы общества отодвинуты на самый задний план. Наши бизнесмены весьма своеобразно понимают основные ценности рынка. По существу, переживается период становления и развития капитализма, который стал для западных стран далекой историей.

На первый взгляд, социальная ответственность предпринимателей и бизнесменов противоречит требованию конкурентоспособности российской экономики. Действительно, в нормальной ситуации если предприятия увеличивают расходы на благотворительность или повышают заработную плату, то они вынуждены либо повышать цены, либо, если они этого сделать не смогут, снижать инвестиции и иные производственные расходы. И в том и другом случае страдает конкурентоспособность отечественной продукции, а также снижается объем производства, что в конечном итоге ведет к сокращению числа рабочих мест. Такое представление не вполне корректно, так как основано на несколько примитивном понимании, как социальной ответственности, так и конкурентоспособности.

Прежде всего, хотелось бы отметить следующие принципиально важные моменты.

Во-первых, повышение конкурентоспособности отечественной экономики само по себе ведет к улучшению положения широких масс трудящихся как через рост заработной платы, так и путем создания новых рабочих мест. Более того, конкурентоспособность предполагает технический прогресс. С точки зрения трудящихся это означает повышение квалификации и, следовательно, уровня жизни и уровня личной самореализации, что очень важно для современного человека. Наконец, новые инвестиции, требуемые для повышения конкурентоспособности, ведут к накоплению общественного капитала, что, в конечном счете, как учит экономическая теория и история, ведет к росту заработной платы и уровня жизни. На это часто возражают: предприниматели повышают конкурентоспособность не из благотворительных соображений, а для того, чтобы получить прибыль. Это не аргумент. Важен результат, а не мотивы. Кроме того, политики тоже, как правило, проталкивают те или иные социальные законы или занимаются благотворительностью не от любви к народу, а для того, чтобы победить на очередных выборах и получить доступ к распределению бюджета.

Во-вторых, большая ошибка - говорить о социальной ответственности «бизнеса вообще» или об ответственности «корпораций». Понятие «ответственность» предполагает наличие «ответственной личности». «Бизнес» или «корпорация» - не человек, а абстрактное понятие. Более того, когда корпорация тратит деньги на благотворительные цели или на социальную помощь, это значит в том числе, что ее руководители тратят на это не свои собственные деньги, а деньги акционеров, к числу которых не редко относится само государство. То есть, когда, к примеру, государственные корпорации осуществляют благотворительные программы, а это просто означает, что менеджмент этих компаний

делает себе PR за счет акционеров, в частности - за государственный счет. Не следует забывать, что среди акционеров крупных корпораций немало простых людей, и «социально-пиарные» программы бьют по их карману. Социальная и благотворительная помощь должна стать личной ответственностью бизнесменов, да и просто состоятельных людей. Важно, чтобы все пожертвования или расходы осуществлялись в первую очередь лично, от имени конкретного лица и из его личных доходов или имущества.

Со стороны общественности и СМИ необходима моральная поддержка таких действий, а также создание соответствующей инфраструктуры в виде фондов, осуществляющих расходы на те или иные цели. Эффективность такой системы оказания негосударственной социальной помощи проверена опытом многих зарубежных стран.

С экономической точки зрения такой механизм благотворительности и социальной помощи не будет вести к снижению конкурентоспособности, так как расходы будут осуществляться не за счет производственных ресурсов, а за счет личного потребления обеспеченных людей.

Предприниматели и бизнесмены - это люди, имеющие большой организационный опыт и в то же время обладающие средствами, позволяющими тратить определенное время на общественные обязанности. Иными словами, это люди, которые умеют и могут быть общественными лидерами. Поэтому их социальная ответственность может заключаться в работе в составе различных общественных и представительных органов на региональном и местном уровне. Целью такой работы должен быть контроль:

- за социальной политикой;
- за правильным и эффективным расходованием средств на социальные нужды;
- за соблюдением прав и интересов своих сограждан при принятии новых законов и постановлений.

Бизнесмены могли бы использовать свой богатый опыт лоббирования не только в своих собственных интересах, но и в интересах сограждан. Успешные представители бизнеса должны стать подлинной общественной элитой, способной смотреть и видеть дальше сиюминутных интересов бизнеса.

Такая форма осуществления социальной ответственности бизнесменов никак не повлияла бы на конкурентоспособность экономики.

Серьезное значение укреплению малого бизнеса придает президент В.В. Путин. Он сказал, что сегодня усилия государства должны быть направлены на развитие малого и среднего предпринимательства, на дальнейшую борьбу с безработицей и эффективное использование мер адресной социальной поддержки.

Таким образом, главное, что требуется от предпринимателей, -заботиться об эффективности дела, о своих работниках. Малый бизнес в лице его «рулевых» социально ответственен уже тогда, когда выполняются прямые обязанности работодателя: выплачивается заработная плата, создаются нормальные условия труда, заключаются трудовые договоры: чтобы у работников был нор-

мальный отпуск, а трудовая книжка лежала бы в отделе кадров, чтобы стимулировался труд, решались проблемы будущего обеспечения людей. И, конечно, развитие: создание новых рабочих мест, нового производства.

Недаром говорят: богато то общество, в котором дороги люди. Если у каждого человека будут работа и хорошая заработная плата, значит, достойная жизнь обеспечена - ему и обществу в целом.

Бизнесу выгодно быть цивилизованным, соблюдать законы, дорожить своей репутацией, содействовать осуществлению социальных программ. К тому же инвестиции в людей (в том числе и благотворительность) - это те самые социальные проекты, которые гарантируют прибыль в долгосрочной перспективе.

Совершенно очевидно: сегодня представители малого бизнеса формируют новую экономику не только краев, областей, но и страны. Многие цифры и факты говорят, что предприниматели прошли этап становления и теперь успешно развиваются.

Темпы роста и активность деловой среды высоки. В настоящее время здесь заняты уже более 16% трудоспособного населения.

С этой позиции деятельность малого бизнеса очень важна, поскольку наряду с крупными бюджетообразующими предприятиями он становится одним из гарантов экономической и социальной стабильности городов, краев и областей.

Наглядно характеризует эффективность работы малого бизнеса показатель инвестиций в основной капитал, который за последние четыре года возрос в несколько раз. Предприятия конкурируют не только за потребителя, но и за инвестиции.

Для успешного привлечения инвестиций важно доверие инвестора. И здесь социальная ответственность, предпринимателей может служить показателем их респектабельности, повышая тем самым доверие инвесторов и кредиторов. Особенно это касается таких аспектов деятельности предприятий, как загрязнение окружающей среды и трудовые отношения. Предприятия, проводящие за свой счет мероприятия, направленные на снижение загрязнений, восстановление лесов и т. п., а также заботящиеся об условиях труда на производстве будут иметь лучший имидж в глазах зарубежных инвесторов - то есть, их конкурентоспособность возрастает. Естественно, эти мероприятия не должны вести к существенному увеличению издержек, иначе ни какой имидж не поможет привлечь инвесторов. Кроме того, на имидж предприятий положительно влияет выполнение ими своих финансовых и иных обязательств, в том числе перед работниками. Соблюдение этики бизнеса - также важный аспект социальной ответственности, повышающий конкурентоспособность.

Возросла роль малого бизнеса и в социальной сфере. Социальная ответственность предпринимателей, что не может не радовать, довольно высока. Приоритетной задачей остается адресная поддержка малоимущих слоев населения, забота о детях, инвалидах.

Сегодня возрождается меценатство - в лучших традициях прошлых лет. Предприниматели принимают участие в благородном деле восстановления

храмов, объектов культуры и образования, в благоустройстве городов и поселков, помогают приобретать новое медицинское оборудование для больниц.

Однако такой результат вряд ли мог быть столь эффективен без взаимовыгодного сотрудничества бизнеса и власти. Получается, что и у власти большая ответственность перед бизнесом. Государство и бизнес должны тесно сотрудничать в решении социальных проблем. Поэтому наиболее эффективный способ диалога власти и бизнеса -партнерское, деловое сотрудничество.

Ответственность власти перед малым бизнесом заключается в создании благоприятных условий для развития. Сейчас в этом направлении сделано немало. Администрациями краев и областей оказывается финансово- кредитная поддержка предпринимателей.

Выделяемые из бюджета средства идут на субсидирование процентной ставки по банковским кредитам. Эффективно работают краевые и областные межведомственные комиссии по преодолению административных барьеров, в состав которых входят руководители контролирующих органов, представители общественных объединений и объектов инфраструктуры поддержки малого бизнеса. Предпринимателям постоянно оказывается методическая помощь, проводятся курсы повышения квалификации.

В апреле 2005 г. в Конгресс-центре Торгово-промышленной палаты Российской Федерации на VI Всероссийской конференции представителей малого бизнеса В.П. Ермаков подчеркнул, что тема малого бизнеса тяжелая, но важная. Для стимулирования развития малого предпринимательства необходима поддержка со стороны федеральных и региональных властей, органов местного самоуправления. Тема конференции: «Малый бизнес - экономическая основа развития местного самоуправления» сопряжена с завтрашним днем государственного и социально- экономического устройства нашего общества, а решение самых серьезных социальных вопросов смещается в сторону муниципалитетов. Необходим комплекс мер для поддержки малого и среднего бизнеса, для формирования среднего класса. Речь идет о корректировке законодательной базы, принятию мер по устранению монополизма и поддержке конкуренции на рынке, созданию государственной программы по поддержке малого бизнеса, ориентированного на сферы материального производства, о развитии венчурного бизнеса, о финансовом обеспечении малого предпринимательства на государственном уровне.

Заместитель министра А.В. Шаронов отметил, что тема малого бизнеса неразрывно связано с развитием *местного самоуправления.* Ведь малый бизнес развивается как раз на уровне муниципалитетов.

А это, бес преувеличения, именно тот рычаг, который перевернет экономику России. В ходе выступления заместитель министра сказал, что подписано Постановление о программе поддержки малого предпринимательства, рассчитанной на среднесрочную перспективу до 2008 года. Реализация программы, на которую выделено в этом году 1,5 миллиарда рублей, пройдет в несколько этапов.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ № 249 от 22.04.2005

г. средства предусмотренные в 2005 году на государственную поддержку малого предпринимательства, предоставляются Министерством экономического развития торговли Российской Федерации в виде субсидий для финансирования мероприятий осуществляемых в рамках оказания государственной поддержки малого предпринимательства субъектами Российской Федерации в том числе на:

- создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства (бизнес инкубаторов);
- поддержку субъектов малого предпринимательства, производящих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта;
- развития системы кредитования субъектов малого предпринимательства;
- создание и развитие инфраструктуры поддержки малых предприятий в научно технической сфере.

Все это говорит о возрастающей роли малого и среднего бизнеса в социально-экономическом развитии территорий. Главная цель - увеличение числа преуспевающих предприятий, тем самым сделать богаче и сильнее экономику.