

# СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

## Введение

**Актуальность темы.** Понятие социальной ответственности бизнеса это относительно новое понятие для российской экономики. Это понятие стало актуальным с начала XXI века. Вместе с тем в научной литературе социальной ответственности посвящено уже достаточно много публикаций. Что связано в первую очередь с актуальностью данной темы в современной экономике. Проблемы социальной ответственности характерны как для крупного так и для малого и среднего бизнеса. Однако большего внимания заслуживают вопросы, связанные с социальной ответственностью на предприятиях малого бизнеса. Это обусловлено рядом причин: повышением роли малого бизнеса в национальной экономике, отсутствием, как правило, профсоюзов у этих предприятий, которые защищают права работников, существующим противоречием между интересами предпринимателя и его наемных работников. Социальная ответственность включает в себя как взаимодействие между наемными работниками и предпринимателем, так и выполнение социальных проектов, направленных на помощь обществу в решении социальных проблем. Повысив социальную ответственность предпринимателей можно решить ряд социально-экономических проблем рыночной экономики, поскольку в этом заинтересованы как сам предприниматель, так и трудовой коллектив.

**Цель исследования.** Выявление причин низкой социальной ответственности предпринимателей малого бизнеса и поиск путей, способствующих ее повышению.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

1. Исследовать сущность и обосновать значение социальной ответственности малого бизнеса и вывести заинтересованные стороны в ее повышении
2. Выявить причины низкого уровня социальной ответственности предпринимателя
3. Определить правила построения системы социального стимулирования на предприятии и указать основные мероприятия, позволяющие повысить социальную ответственность предпринимателя.

**Гипотеза.** В условиях рыночной экономики возникло противоречие между интересами предпринимателя и наемных работников в силу различия их отношений к организации производственного процесса на предприятии. Это противоречие привело к обострению проблемы социальной ответственности бизнеса, что делает необходимым поиск путей ее решения.

**Теоретическо-методологическую базу** исследования составили научные труды отечественных и зарубежных исследователей проблем социальной ответственности предпринимателей.

**Инструментарно-методический аппарат.** В процессе исследования применялись следующие методы научного познания: обобщение, логический анализ, системный и комплексный подходы. Каждый из этих методов использовался в соответствии с его возможностями и позволил обеспечить аргументированность и достоверность выводов исследования.

Элементы приращения научного знания заключаются в теоретическом обосновании и формулировании причин обострения проблемы социальной ответственности предпринимателя.

### **Основная часть.**

Социальная ответственность предпринимательства представляет собой процесс принятия решений, учитывающий социальные и экологические последствия предпринимательской деятельности, основанной на уважении к наемным работникам, потребителям и заботе об окружающей среде<sup>1</sup>.

Сейчас в России законодательство предусматривает социальную ответственность бизнеса в виде участия в благотворительности, охране окружающей среды, развитию инфраструктуры города (района), уплате налогов без оптимизации. Однако не выделены аспекты, связанные с социальной ответственностью по отношению к работнику. В стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года также не предусмотрено целей в области мероприятий по увеличению количества социально-ответственных предпринимателей. Поэтому в своем исследовании, говоря о социальной ответственности мы рассматривали ответственность предпринимателя по отношению к работникам.

Понятие «социальная ответственность бизнеса» предполагает различные формы ответственности за своих наемных работников, повышение уровня их социальной защищенности. Концепцию социальной ответственности предпринимательства принимают все исследователи предпринимательства. Например, Белокрылова О.С. социальную ответственность понимает как институционализированную обществом ответственность компании во взаимоотношениях с партнерами, потребителями, работниками, перед обществом в целом<sup>2</sup>[3].

Социально-экономические отношения между работниками организации и хозяином-предпринимателем играют большую роль в экономическом развитии малого предприятия. Построение таких отношений во многом определяет направление усилий хозяина-предпринимателя и его наемных работников. Эти усилия могут быть направлены на

---

<sup>1</sup> Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы. //Труды института системного анализа Российской академии наук (ИСА РАН). - Т.18, - 2005. - с. 184

1. <sup>2</sup> Белокрылова О.С. Императивы институционализации взаимодействия бизнеса и власти в местном социуме // Россия: варианты институционального развития: интернет-конф. (25.10.06—15.12.06). — URL : <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/293251.html> (дата обращения: 23.12.2006)

формирование здорового социально-психологического климата на предприятии, что будет способствовать смягчению противоречия интересов хозяина-предпринимателя и интересов наемных работников малого предприятия или на наоборот, будут его обострять.

Социальная ответственность предпринимателя основана различии интересов собственников малого бизнеса и его работников и возникающих при этом проблем бизнеса. Ее повышение связано с поиском эффективных путей преодоления этого противоречия. Впервые противоречие интересов предпринимателей и наемных работников было сформулировано Шепеленко Г.И. и описаны отличительные особенности интересов наемных работников и предпринимателя.

Таблица

Отличительные особенности интересов наемных работников и хозяина-предпринимателя в малом предпринимательстве<sup>1</sup>

Факторы	Интересы наемного работника	Интересы хозяина-предпринимателя
1	2	3
Отношение к риску	избежать или минимизировать	использовать для получения большего дохода даже в ущерб работникам
Отношение к средствам	чтобы облегчали труд	выявить резервы и интенсифицировать труд работников
Цели	получать максимальную зарплату	получать максимальный доход
Мотивация	зарплата, принадлежность к социально защищенной	доход, принадлежность к среднему классу
Характер труда	последовательность, равномерность	импульсивный темп работы с учетом условий заказа
Сверхусилия	эпизодически, в крайнем случае	в зависимости от состояния дела и своей заинтересованности
Отношение к коллегам,	выполнять инструкции	вызвать энтузиазм
Изменение производства	настороженное отношение	стремление к совершенствованию производства
Гарантии	верхняя граница	нижняя граница
Контроль	нижняя граница	верхняя граница

<sup>1</sup> Шепеленко Г.И. Малое предпринимательство в промышленности в концепции экономических противоречий. Докт. дисс., 2003. – с.82

Данная таблица показывает несовпадение интересов предпринимателя и наемных работников, которое наблюдается по всем позициям, приведенным в таблице. Несовпадение интересов говорит о наличии противоречия. Это противоречие можно назвать естественным для самой природы отношений: предприниматель - наемный работник. Предприниматель старается обеспечить стабильность и успешность развития своего бизнеса, а наемные работники несут ответственность перед ним только за эффективное использование ресурсов предприятия в процессе его деятельности.

Ведение бизнеса включает предпологает, что предприниматель должен постоянно принимать решения, при этом он должен стремиться не допустить ухудшения социального климата в трудовом коллективе, поскольку это приведет к еще большему обострению существующего противоречия. Другими словами, предприниматель не должен улучшать свое положение, при этом ухудшая положение своих работников.

Социально-ответственным предпринимателем можно назвать такого, который имеет высокий уровень экономического сознания и осуществляет и свое дело в соответствии с социально-этическими нормами, не ущемляя права работников. Появление и увеличение количества социально-ответственных предпринимателей говорит о том, что в Россия переходит на новый этап развития рыночной экономики, для которого характерно формирование и развитие у собственников бизнеса, действующих в сфере предпринимательства, особых социально-ориентированных компетенций.

В настоящее время наметилась тенденция перехода экономики России к социально-ориентированной, для которой характерно улучшение социально-экономических условий деятельности для наемных работников, что позволяет использовать их социально-личностные резервы в процессе работы, от экономики в условиях которой для предпринимателей было главным только получение максимальной прибыли, несмотря на объективно существующие противоречия между трудом и капиталом.

За рубежом в последние годы начали формироваться такие понятия, как социальная активность и ответственность бизнеса. Эти понятия возникали постепенно из практически не связанных между собой стандартов об охране окружающей среды и труда, аспектов предпринимательской деятельности, связанных с социальными вопросами. Также одним их факторов, повлиявших на это, была необходимость поиска новых решений в организации труда на производстве, позволяющих увеличить отдачу труда на основе улучшения его социальных условий.

Познание процессов предпринимательской деятельности приводит к осознанию того, что в структуре трудовой мотивации экономические мотивы, потребности и интересы наемных

работников значительно изменялись: внешние стимулы ослабевают, а внутренние растут. Правомерно говорить о трансформации сознания человека, обуславливающей формирование специфического вида общественного сознания – «трудовое сознание» <sup>1</sup>[2].

Социальную ответственность предпринимательства в настоящее время рассматривают по-разному. Мы считаем, что, говоря о ней необходимо подразумевать ответственность за выполнение социальных обязательств перед коллективом работников: предоставление социального пакета, соблюдение безопасности труда, запрещение труда детей, предоставление дополнительных социальных бонусов. Обеспечение социальной ответственности предпринимательства позволит организации сохранять свою экономическую устойчивость и повышать эффективность деятельности за счет использования, так называемого, социального резерва.

Социальный пакет для работников содержит как прямые, так и не прямые выгоды. Прямые выгоды включает материальные выгоды – премии, проценты, бонусы и т.д. и моральные выгоды – грамоты, благодарности, повышение статуса. Непрямыми выгодами могут быть корпоративные – предоставление мобильного телефона, транспорта, питания, медицинского обслуживания, скидок на собственные товары и т.д.; государственные – оплата больничных, отпусков и т.д.

Развитие рыночной экономики делает необходимым поиск все новых и новых резервов, способных повысить эффективность бизнеса, а использование социального резерва является совершенно прогрессивным направлением, поскольку наличие социальной ответственности предпринимателя в конечном итоге выгодно как для него самого, поскольку работники работают в социально-комфортном климате, что положительно отразится на результатах работы, так и для работников, имеющих социальную защищенность.

Кроме предпринимателей, собственников бизнеса и самих работников в повышении социальной ответственности предпринимателя заинтересовано также государство, поскольку для него это один из факторов как создания и обеспечения стабильной социально-экономической обстановки в обществе, так и формирования позитивного климата в деловой среде.

Таким образом можно выделить три основные заинтересованные стороны формирования социально ответственного предпринимательства: сами предприниматели – собственники бизнеса, наемные работники и государство.

Несмотря на то, что в расширении социально ответственного предпринимательства есть большая заинтересованность существуют определенные трудности и проблемы в осуществлении этого на практике. Если говорить о наемных работниках, то они самостоятельно практически

---

2. <sup>1</sup> Тощенко Ж.Т. Социология труда: опыт нового прочтения. – М.: Мысль, - 2005. – с.283, 321.

лишены возможности отстаивать свои социальные права и тем более получать дополнительные социальные привилегии на предприятиях малого бизнеса, поскольку, как отмечалось, на этих предприятиях, как правило, отсутствуют профсоюзы, поскольку значительная часть малых предприятий является микропредприятиями.

Проведенный анализ динамики малых предприятий в России показал следующие результаты. В России, наблюдается рост количества малых предприятий (юридических лиц), но при этом и возрастает число убыточных хозяйствующих субъектов.

Таблица 1 Динамика хозяйствующих субъектов малого предпринимательства в России, тыс. единиц<sup>1</sup>

	По состоянию на:							
	10.11.2016 г.		10.11.2017 г.		10.11.2018 г.		10.11.2019 г.	
	Ед.	%	Ед.	%	Ед.	%	Ед.	%
Юридические лица. Всего	2762,2	100,0	2756,8	100,0	2684,6	100,0	2505,7	100,0
в том числе:								
микропредприятия	2501,3	90,6	2498,2	90,6	2441,3	91,0	2290,1	91,4
малые предприятия с ПДЧ до 100 чел.	240,6	8,7	238,9	8,7	224,7	8,4	198,8	7,9
средние предприятия	20,3	0,7	19,7	0,7	18,6	0,6	16,8	0,7
Индивидуальное предпринимательство	3026,7	100,0	3175,7	100,0	3316,5	100,0	3387,4	100,0

1) Расчеты авторов по данным Федеральной налоговой службы «Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (<https://ofd.ru/statistics.html>)

Следует отметить, что при увеличении числа хозяйствующих субъектов за семь лет в 1,6 раза, число убыточных также увеличилось в 1,6 раза. Другими словами, доля убыточных организаций не снижается и составляет порядка 20%, от общего количества малых предприятий.

Аналогичное состояние наблюдается в индивидуальном предпринимательстве.

**Число зарегистрированных и прекративших деятельность индивидуальных предпринимателей и фермерских хозяйств (тыс. чел.)**

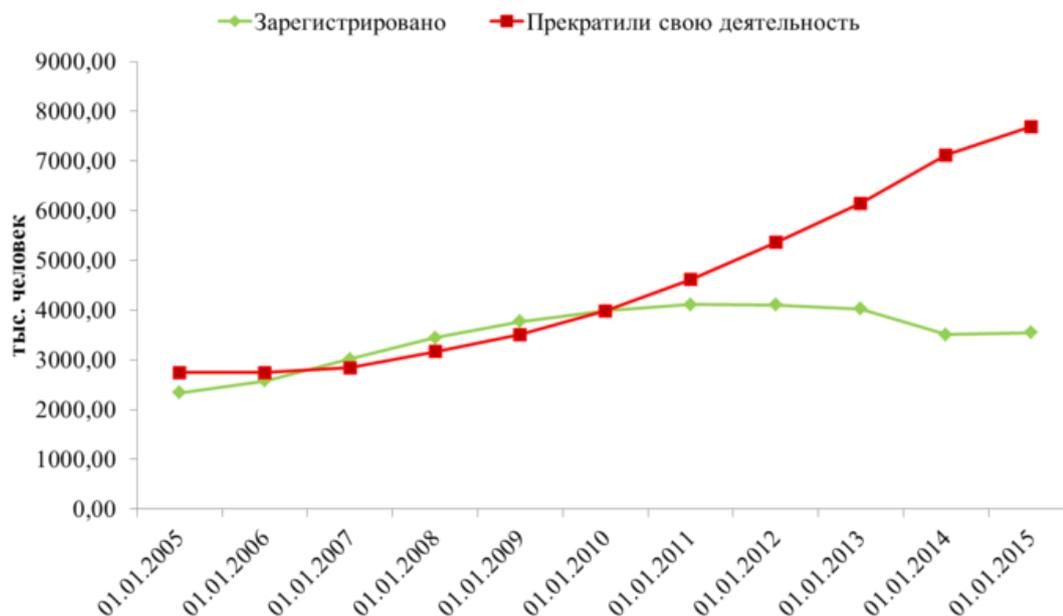


Рис. 1. Динамика зарегистрированных и прекративших деятельность ИП и фермерских хозяйств

Источник данных: Малое и среднее предпринимательство в России 2015. Росстат.М., 2015.- 96 стр.

Количество организаций, прекращающих деятельность в индивидуальном и фермерском хозяйстве является значительным и превышает количество вновь зарегистрированных предприятий.

По статистике только 3,4% малых предприятий в России живет более трех лет, остальные закрываются раньше.

Таблица 2

Динамика числа юридических лиц в России в 2010-2016г. (млн. компаний)

	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.	2015г.	2016г.
Число зарегистрированных организаций	4,49	4,54	4,54	4,61	4,66	4,82	5,22
Число ликвидированных организаций	1,96	2,53	3,13	3,60	4,11	4,46	4,55

Источник данных ФНС

По данным Росстата, за 2016 год в стране начало работать 458,7 тысячи новых компаний, что на 3,8%, меньше, чем открылось в 2015 году, однако это выше показателей 2014 года.

Все это говорит о том, что актуальной проблемой российского малого бизнеса является стратегия выживания.

Малое предпринимательство в России характеризуется очень низкой численностью работников в расчете на одно предприятие (табл. 3).

Таблица 3

Средняя численность работников в расчете на одно предприятие, человек

Категории в составе МСП	Норматив занятости, чел.	2009 год [4]	2014 год [5]	На 10.11.2019 <sup>1</sup>
Микропредприятия	< 15	4	4	3
Малое предприятие (без микропредприятий)	16-100	18	27	27,5
Среднее предприятие	101-250	131	121	101

1) Расчеты авторов по данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства. Федеральная налоговая служба и данных Росстата «Малое и среднее предпринимательство в России. Росстат.М., 2015.

Данные таблицы показывают, что при допустимой численности работников на микропредприятии до 15 человек, фактическая средняя численность занятых на них работников в 5 раз меньше и составляет, как правило, 3 человека. Малые предприятия с допустимой численностью до 100 человек имеют фактическую численность в 17 раз меньше (порядка 6 человек), таким образом, практически все категории малого бизнеса являются микро предприятиями. У большинства юридических лиц (51%) и индивидуальных предпринимателей (49%) средняя численность работников составляет от 1 до 15 человек. Только несколько сотен малых предприятий имеют численность свыше 15 человек.

Таблица 4 Средний оборот в расчете на одно малое предприятие, млн, руб.

Категории в составе МСП	Оборот (выручка) субъектов МСП					
	2009 год [3]		2014 год [4]		На 10.11.2019 год <sup>1</sup>	
	норматив	факт	норматив	факт	норматив	факт
Микропредприятия	60	5,9	60	5,2	120	5,2
Малое предприятие (без микропредприятий)	400	32,6	400	29,6	800	14,6
Средние предприятия	1000	195	100	366,9	2000	101

1) Расчеты авторов по данным Федеральной налоговой службы «Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (<https://ofd.ru/statistics.html>)

Логический анализ динамики второго критерия хозяйствующих субъектов в конгломерате МСП позволяет сделать вывод о его необоснованности. В 2015 году постановлением правительства РФ предельные значения оборота (выручки) субъектов МСП от

реализации товаров (работ и услуг) в каждой категории субъекта малого предпринимательства были увеличены в два раза. Увеличение критерия объема оборота не отвечает хозяйственным интересам большинства субъектов МСП, но позволяет небольшому количеству предприятия малого бизнеса, которые фактически стали очень крупными производителями товаров, работ, услуг оставаться в категории малого предпринимательства. Они монополизируют локальный рынок, препятствуют образованию микропредприятий, малых предприятий, ввиду значительных затрат входа на рынок.

Для предпринимателей также имеет место проблема перехода в статус социально ответственных предпринимателей, прежде всего для многих из них сохраняется не желание это осуществлять. С одной стороны определенная часть предпринимателей уже понимает, что развитие социальной ответственности это не только важная задача, но сложившаяся мировая тенденция, а они дорожат своей репутацией. Они понимают, что расширение своих обязательств как перед обществом в целом, так и перед своим коллективом работников идет на пользу предпринимательской деятельности. Те организации, которые придерживаются политики приоритетности социальной защиты своих работников, сформировали себе у населения лучшую репутацию по сравнению с другими. Проведение такой политики позволяет им получать некоторые преимущества: формирование, сохранение и привлечение более квалифицированных работников, это позволяет сокращать затраты на развитие персонала, а также не нести потери эффективности в работе при увольнении и принятии новых работников, связанные со снижением его производительности. Обладая более квалифицированными работниками предприятие может выпускать более качественную продукцию, что вызывает доверие потребителя к продукции, работам, услугам этого предприятия. Подобные преимущества из-за разного срока проявления своей эффективности для бизнеса проявляются не сразу, но само получение эффекта все равно произойдет. И это подтверждается опытом зарубежных стран, которые уже прошли этот путь.

Но вместе с тем очень большое количество организаций, по-прежнему не хотят осознавать необходимость перехода из «бизнеса как средства получения дохода» в категорию «социально ответственных предпринимателей». Активизировать этот процесс может государство, стимулируя тех предпринимателей, которые реализуют различные социальные программы. На наш взгляд это является одним из основных путей повышения числа социально-ответственных предпринимателей. То есть предприятие получает от государства дополнительные экономические выгоды если осуществляет социальные программы. Эта государственная политика стимулирования социально-ответственного предпринимательства должна быть рассчитана на длительный период. Те организации, которые имеют лучшие условия социальные программ или более длительную их продолжительность и /или систематический характер. Кроме этого государство может способствовать или организовывать региональные мероприятия,

например, ярмарки в области социальных проектов, конкурсы, в рамках которых предприятия могут получить гранты для реализации социальных программ.

За рубежом в результате проведенных исследований были выявлены основные показатели, с помощью которых можно оценить экономический эффект, который могут иметь предприниматели, которые являются социально активными и осуществляющие социальные программы: показатель окупаемости инвестиций, направленных на благотворительные цели; показатель эффективности благотворительной программы по сравнению с эффективностью других, не благотворительных средств (реклама, программы стимулирования продаж)<sup>1</sup>[4]. Также ученые разработали методы оценки социальных программ предпринимательства: метод тройного счета – создание стабильности бизнес-среды; метод сбалансированной карты оценок – капитализация и финансовая политика, комплекс маркетинга; метод расчета индекса корпоративной благотворительности – расширение инноваций, способствующих расширению рынка и другие<sup>2</sup> [5].

Исследования показали, что социальные факторы влияют на основные технико-экономические показатели предпринимательской деятельности. Есть зависимость между социальной ответственностью, репутацией и преданностью фирме: активная социальная и благотворительная политика – рост доверия сотрудников, акционеров и других заинтересованных лиц; укрепление репутации – рост показателей эффективности предпринимательской деятельности, прежде всего капитализации<sup>3</sup> [6].

В России до настоящего времени значимые исследования взаимосвязи социальной ответственности предпринимателя и устойчивого развития организации не проводились. Одной из вероятных причин этого является недооценка и непонимание значимости, прежде всего, со стороны предпринимателей важности социальных программ бизнеса для обеспечения эффективного развития предпринимательского дела. Это можно назвать одной из основных причин того, что в нашей стране социальная ответственность предпринимателей все еще не имеет достаточно широкого распространения и большое количество предпринимателей не считают заинтересованность работников в результатах своего труда одним из элементов успешного развития предприятия.

---

<sup>1</sup> Weiser, Jonn and Zadek, Simon Conversation with Disbelievers: Persuading Companies to Address Social Challengers, Ford Foundation. - November. – 2000. p. 56

<sup>2</sup> Шевчук А.В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. - №2, - 2005, - С. 7-26.

<sup>3</sup> Ивченко С.В. Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности компании: обзор зарубежного опыта // Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования. 2003. - № 2. - С. 108–125.

Кроме этого в числе причин, низкой доли социально-ответственных предпринимателей можно назвать ситуацию на рынке труда и нарушения предпринимателем законодательства о труде. Неблагоприятная ситуация на рынке труда обусловлена высоким уровнем безработицы, инфляция, юридически неграмотные работники. Все это дает преимущество работодателям, в результате этого складываются «неофициальные» отношения между работником и его работодателем. То есть урегулирование конфликтных ситуаций, прием и увольнение работников в настоящее время практически не регулируются государством, а находятся в области частных договоренностей между работником и работодателем.

Несоблюдение законодательства о труде вызвано в большинстве случаев тем, что малые предприятия, как правило, не имеют в своем штате юристов, специалистов кадровой службы, а также профсоюзов. Поэтому права работников часто нарушаются, в том числе по причине недостаточного уровня владения законодательными актами. Это может проявляться в отсутствии оплаты сверхурочной работы, работы в выходные дни, приеме на работу несовершеннолетних детей без сокращенного рабочего дня и т.д. Также возможно расхождение между фактически полученной и оформленной заработной платой.

Социальное стимулирование - это сложная система. Ее можно рассматривать как составляющую социальной ответственности предпринимательства. Оно включает в себя материальную составляющую для работников, а также стимулирование, связанное с личностно-психологическими характеристиками. При формировании системы социального стимулирования на предприятии, на наш взгляд следует соблюдать следующие правила:

- социальное стимулирование должно быть непредвзятым и «прозрачным» для работников;
- вознаграждение должно находиться в тесной зависимости от результатов труда;
- социальное стимулирование должны получать все работники предприятия, но при этом особые льготы должны иметь работники, проработавшие большее количество лет на данном предприятии.

Применение этих правил позволит повысить производительность работников, улучшит социальный климат в коллективе, что положительно скажется на конечных результатах работы предприятия – его прибыли.

Кроме формирования системы социального стимулирования в рамках организации в стране необходимо проведение некоторых мероприятий. В рамках программ поддержки малого предпринимательства как на Федеральном, так и на региональном уровне предусмотреть поощрение социально ответственных предпринимателей, предоставляя им дополнительные льготы или другие экономические выгоды. В настоящее время ни одна из программ поддержки малого предпринимательства не предусматривает поддержку социально ответственных предпринимателей. Кроме того, следует принимать законодательные акты, позволяющие

повысить экономическую стремиться к социальной ответственности перед своими работниками, объясняя это своим тяжелым экономическим положением и трудностями в организации.

Создание эффективно действующей системы социально ответственного предпринимательства позволит решить важные задачи рыночной экономики, и прежде всего, снизить социальную напряженность в обществе, поскольку будут учтены интересы не только предпринимателей, но и их наемных работников.

### **БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы. //Труды института системного анализа Российской академии наук (ИСА РАН). - Т.18, - 2005. - с. 184

2. Тоценко Ж.Т. Социология труда: опыт нового прочтения. – М.: Мысль, - 2005. – с.283, 321.

3. Белокрылова О.С. Императивы институционализации взаимодействия бизнеса и власти в местном социуме // Россия: варианты институционального развития: интернет-конф. (25.10.06—15.12.06). — URL : <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/293251.html> (дата обращения: 23.12.2006)

4. Weiser, Jonn and Zadek, Simon Conversation with Disbelievers: Persauding Companies to Address Social Challengers, Ford Foundation. - November. – 2000. p. 56

5. Шевчук А.В. Социальная роль бизнеса в моделях корпоративного управления // SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. - №2, - 2005, - С. 7-26.

6. Ивченко С.В. Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности компании: обзор зарубежного опыта // Благотворительность в России: исторические и социально-экономические исследования. 2003. - № 2. - С. 108–125.