

## **ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Рассмотрены особенности деятельности малых и средних предприятий, их отличия от крупных предприятий, особенности и проблемы развития социальной ответственности малого и среднего бизнеса в Украине.*

*Розглянуто особливості діяльності малих і середніх підприємств, їх відмінності від великих підприємств, особливості та проблеми розвитку соціальної відповідальності малого і середнього бізнесу в Україні.*

*The paper examines features of small and middle enterprises activities and their distinction from big enterprises. The problems concerning development of social responsibility of small and middle business in Ukraine are also considered in the article.*

© Е.В. Черных, 2009

На современном этапе развития экономики малый и средний бизнес обеспечивают социальную стабильность общества. Наряду с ростом представителей среднего класса, людей зажиточных и обеспеченных, возрастает количество неимущих, живущих за чертой бедности. Это обостряет экономическую ситуацию в стране и затрудняет дальнейший ход экономических реформ. В связи с этим задача повышения социальной ответственности малых и средних предприятий (МСП), как важного фактора решения социальных проблем общества, является актуальной.

Классические подходы к определению функции малого и среднего бизнеса определены в работах Ф. Кенэ, А. Смита, Ж. Тюрго. Ж.Б. Сея, Л. Милза, Ф. Хайека, Й. Шумпетера, П. Друкера и др. Значительный теоретический и практический интерес представляют труды А.О. Блинова, А.В. Бусыгина, Н.М. Клемана, М.Г. Лапуста, Ю.В. Лукьянова, А.М. Мейлак, А.А. Мухиной, Ю.Л. Старостина, И.Н. Шапкина, В. И. Ляшенко и др.

Комплексные исследования в данной сфере на современном этапе становления отечественной экономики требуют дальнейшего анализа и обобщения.

*Цель* статьи – рассмотреть особенности деятельности малых и средних предприятий, их социальной ответственности в сравнении с крупными предприятиями.

Сегодня малые и средние предприятия в Украине, по данным Государственного комитета статистики, обеспечивают 73% объемов реализации продукции, на долю крупных приходится 27%. Малый и средний бизнес формируют до 16% ВВП с учетом теневой экономики, в то время как в Европе доля малого и среднего бизнеса в ВВП составляет 60-70%. Таким образом, потенциал малого и среднего бизнеса в Украине огромен [1, 48; 2, 3].

Толчком к развитию малого и среднего бизнеса в Украине послужило введение в 2000 г. единого налога, после чего число предпринимателей удвоилось благодаря выходу из тени большинства предпринимателей. До введения единого налога в Украине их было восемьсот тысяч, сейчас – более двух миллионов [1]. Кроме того, малый и средний бизнес играют одну из ключевых ролей в формировании среднего класса. Современное состояние украинского общества, в котором много бедных и мало богатых, – устойчивое.

Малые и средние предприятия характеризуются низкой потребностью в стартовом капитале, высокой степенью ликвидности, способностью к быстрой переориентации своей деятельности, легче идут на коммерческий риск. Узкая специализация, характерная для большинства малых предприятий, позволяет им достичь достаточно высокой производительности и качества в условиях мелкосерийного и единичного производств. Следует отметить, что за последние десять лет структура малого бизнеса существенно поменялась. Доля малого и среднего бизнеса в торговле уменьшается – мелких торговцев вытесняют крупные розничные сети. Вместе с тем растет доля малого бизнеса в сфере услуг, строительстве и производстве (как правило, подрядные работы) [2].

Предприятия любых размеров (крупные, средние и малые) являются неотъемлемой частью и основой экономики страны. У предприятий, как и у граждан, есть свои права и обязанности, предусмотренные законодательством [3]. Для малых и средних предприятий, так

же как и для крупных, социальная ответственность должна являться неотъемлемым элементом корпоративной стратегии, влияющим на их инвестиционную привлекательность, конкурентоспособность, уровень взаимоотношений с обществом и властью, трудовым коллективом.

В силу наличия значительных финансовых ресурсов социальную ответственность могут позволить себе, в первую очередь, наиболее крупные компании, которые участвуют в реализации социальных проектов, инициируемых властью или по собственной инициативе. Крупные компании вдвое, а то и втрое больше занимаются развитием местных общин в сравнении с небольшими компаниями. При этом они меньше сталкиваются с так называемым «принудительным сотрудничеством» (39% крупных компаний против 46% малых) и чаще получают идеи от местной власти (42% против 22% малых) [4, 235].

Следует отметить особенности осуществления социальной ответственности малыми и средними предприятиями по сравнению с крупными:

1. Малые и средние предприятия лучше приспособлены для использования труда надомников, учащейся молодежи, граждан пожилого возраста. Учитывая, что доля двух последних групп в общей численности населения постоянно увеличивается, возрастает и практическая значимость функции малого и среднего предпринимательства. Это – наиболее гибкая часть рынка труда, поглощающая основную массу трудовых ресурсов невысокой квалификации и с недостаточным опытом, желающих иметь гибкий рабочий день. В данном секторе экономики могут найти работу женщины, молодые люди, впервые ищущие работу, лица, имеющие невысокий уровень образования и трудового опыта, инвалиды и безработные [5, 2].

2. Малые и средние предприятия существенно повышают эффективность всей экономики. Они наиболее гибко реагируют на изменение потребительского спроса, могут быстро изменять профиль своей деятельности в соответствии с колебаниями экономической конъюнктуры. Они требуют меньше ресурсов для организации своей деятельности и не приносят катастрофических экономических последствий для общества в случаях их банкротства.

4. Средние и малые предприятия, как правило, уделяют много внимания какому-то одному аспекту социальной ответственности, в отличие от крупных предприятий, которые склонны делать «все понемногу» [6].

5. Отличительными особенностями МСП являются: близость к локальным рынкам сбыта; возможность быстрого реагирования на потребности клиентов и удовлетворения спроса с учетом изменившихся требований к товарам и услугам; заполнение ниш, невыгодных для крупных предприятий; достаточно гибкая ценовая политика.

Наряду с этим существуют проблемы, требующие принятия и реализации решений:

1. Невысокая социальная ответственность субъектов малого и среднего предпринимательства (неоформление трудовых отношений с наемными работниками, занижение фонда оплаты труда и выплата ее в «конвертной» форме, несоблюдение законодательства об обязательном пенсионном страховании и социальном страховании, охране труда).

2. Диспропорция отраслей экономики, в которых осуществляют деятельность субъекты малого и среднего предпринимательства (на фоне значительного развития розничной торговли наблюдается недостаточное развитие других видов деятельности).

3. Отсутствие действенных механизмов взаимодействия малого, среднего и крупного бизнеса; недостаточность специальных налоговых льгот для МСП; несовершенство законодательства в сфере малого предпринимательства.

4. Как правило, когда говорится о социальной ответственности бизнеса, то обычно имеется в виду только его часть – крупные компании и корпорации. Практически речь не идет о социальной ответственности частных предпринимателей-одиночек, семейных форм, малых и средних бизнес-структур. Вследствие этого представители малого и среднего бизнеса считают, что общественная дискуссия о путях и проблемах социальной ответственности бизнеса к их деятельности никак не относится.

Необходимость поддержки малого и среднего бизнеса связана с обязательностью компенсации неравных условий, в которых находятся субъекты малого предпринимательства по сравнению с крупными предприятиями.

Основными задачами в указанном направлении являются следующие:

создание надежных механизмов взаимодействия среднего, малого и органов государственной власти в решении социально-экономических задач;

реализация социальных программ на национальном и местном уровнях с учетом предложений среднего и малого бизнеса;

организация информационного центра поддержки социальной ответственности СМП, формирование базы данных о социальных проектах, реализующихся с участием предпринимателей;

участие СМП в социально-экономическом развитии местных сообществ;

разработка механизмов предоставления гарантий финансовым институтам по социальным проектам, реализуемым при участии СМП;

государственное содействие общественным объединениям предпринимательства при разработке программ инвестирования в социальную сферу;

увеличение количества кредитов, предоставленных СМП коммерческими банками;

совершенствование нормативно-правовой базы в сфере малого и среднего предпринимательства.

Малый и средний бизнес решают в обществе те проблемы (или составные части больших социально-экономических проблем), которые не готов решать крупный бизнес и не может преодолеть государство. Именно поэтому и в рыночных экономиках, и в условиях трансформации общественных отношений осуществляются те или иные меры для саморазвития малого бизнеса, для успешного его вхождения в экономическую сферу. Государство обеспечивает правовую базу для развития малого и среднего бизнеса, определенные финансовые условия, социальную инфраструктуру, оказывает организационно-методическую помощь и т. п. Следовательно, малый и средний бизнес должны нести свою долю ответственности за преодоление социально-экономических проблем общества [7, 28].

Социальная ответственность малого и среднего бизнеса должна заключаться не только в выплате заработной платы, налогов, предоставлении рабочих мест, но и в выполнении социальных программ развития общества и сотрудников. Для этого необходимо объединение власти, общества и бизнес-структур. Такого рода партнерство может быть межсекториальным и коммерческим.

Межсекториальное партнерство предполагает объединение предприятий из различных секторов – государственных, частных и общественных с целью решения конкретных задач социально-экономического развития.

Коммерческое партнерство по схеме «бизнес–бизнес» направлено на поддержку местного сообщества и возможно между крупными отечественными или зарубежными компаниями и малыми предприятиями.

*Выводы.* Социальная ответственность малых и средних предприятий носит несистематизированный и структурно не оформленный характер. Государство большую часть социальных функций перекладывает на бизнес, обеспечивая тем самым дополнительные резервы для социальной защиты нетрудоспособного населения, однако должен пройти определенный период пока современные работодатели начнут осознавать в полной мере свою социальную ответственность. Социальное партнерство между частным сектором, государством и некоммерческими организациями позволит планомерно решать социальные проблемы общества и повысить конкурентоспособность малых и средних предприятий.

## Литература

1. Яблоновская Т. Дело за малым и средним / Т. Яблоновская, Н. Задерей // Эксперт. – № 48 (97).
2. Сагань Ю. Большие проблемы малого бизнеса / Ю. Сагань // Донецкий кризис. – 2008. – 24 апр.

3. Обзор по результатам апробации стандарта ТПП РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций» и его использовании субъектами малого предпринимательства в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.nisse.ru/business/article/article\\_33.html?effort=](http://www.nisse.ru/business/article/article_33.html?effort=).

4. Воловодова Е.В. Социальная ответственность бизнеса как фактор стабильности общества / Е.В. Воловодова, Е.Д. Прогнимак, А.В. Ищенко // Економіка промисловості. – 2006. – №3 (34).

5. Макаров А. Развитие малого бизнеса как один из факторов преодоления бедности / А. Макаров // Экономический потенциал. – 2004. – № 2 (3).

6. Каптерев А. Смысл и выгоды социальной ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prompolit.ru/159672>.

7. Сперанский В.И. Социальная ответственность бизнеса: сущность и особенности проявления / В.И. Сперанский // Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. – 2009. – Вип. 44.

*Представлена в редакцию 25.12.2009 г.*