

оригинальная статья

Корпоративная социальная ответственность в малом бизнесе: сильные стороны и проблемы развития

Татьяна Борисовна Надтока

Донецкий национальный технический университет, Донецкая Народная Республика, г. Донецк; <https://orcid.org/0000-0002-5670-781X>; tatbor9@rambler.ru

Дарья Олеговна Алистратова

Донецкий национальный технический университет, Донецкая Народная Республика, г. Донецк

Поступила в редакцию 19.08.2021. Принята после рецензирования 14.09.2021. Принята в печать 20.09.2021.

Аннотация: Объект исследования – корпоративная социальная ответственность в малом бизнесе, предмет – ее теоретические и практические аспекты. Цель – обосновать значение и определить преимущества реализации корпоративной социальной ответственности в малом бизнесе; раскрыть проблемы, которые могут препятствовать ее развитию в малом предпринимательстве. Теоретической основой выступили труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам малого бизнеса и корпоративной социальной ответственности. В рамках исследования были использованы общенаучные и специальные методы: системный подход, логический, исторический, аналитический и сравнительный методы. Обоснована необходимость расширить внедрение концепции корпоративной социальной ответственности в малом бизнесе, определены преимущества ее реализации и проблемы, препятствующие развитию. Сделано заключение о необходимости активизации поддержки малого бизнеса в непризнанных государствах. Определена особая важность государственной поддержки малого бизнеса в области внедрения цифровых технологий в его бизнес-процессы и в социальную деятельность. Результаты могут послужить основой для дальнейших исследований в области корпоративной социальной ответственности в малом бизнесе. Кроме того, полученные данные могут быть полезны для руководства малых предприятий с целью дальнейшей реализации принципов данной концепции в своей деятельности.

Ключевые слова: ответственный бизнес, малое предпринимательство, корпоративное управление, стейкхолдеры, непризнанные государства, нефинансовая отчетность

Цитирование: Надтока Т. Б., Алистратова Д. О. Корпоративная социальная ответственность в малом бизнесе: сильные стороны и проблемы развития // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2021. Т. 6. № 3. С. 408–417. <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-3-408-417>

Введение

Вопросы корпоративной социальной ответственности (КСО) получили повсеместное распространение во второй половине XX в. Это было связано прежде всего с переходом наиболее развитых государств от индустриального типа общества к постиндустриальному, предполагающему экономический рост не за счет экстенсивного использования природных ресурсов, а за счет использования знаний и высокой квалификации трудовых ресурсов. Значительное количество трудов отечественных и зарубежных ученых, начиная с конца XX в., было посвящено изучению КСО.

Большинство исследователей сошлись во мнении, что КСО – концепция взаимодействия бизнеса и различных социумов (в т. ч. общества в целом) – является прогрессивной идеей и отражается цивилизованным сообществом

в международных и национальных официальных документах, например, в *Европейской социальной хартии*¹, в *Глобальном договоре ООН*², в *Социальной хартии российского бизнеса*³ и др. Ученые достигли консенсуса касательно определения направлений КСО и состава заинтересованных сторон. Более того, сформированы формы социальной отчетности, которые представлены в виде международных стандартов и документов (SA 8000, ISO 26000, ISO 14001, руководство GRI, AA1000 и др.), на основе которых в различных странах разрабатываются соответствующие национальные документы [1; 2].

Как правило, труды ученых направлены на изучение КСО в крупном бизнесе и, соответственно, все существующие формы социальной отчетности, практики, рекомендации ориентированы на предприятия крупного

¹ Европейская социальная хартия // Совет Европы. Режим доступа: <https://www.coe.int/ru/web/moscow/evropejskaa-social-naa-hartia> (дата обращения: 11.05.2021).

² Глобальный договор ООН // Национальная сеть Глобального договора ООН в России. Режим доступа: <http://globalcompact.ru/about/> (дата обращения: 11.05.2021).

³ Социальная хартия российского бизнеса // Российский союз промышленников и предпринимателей. Режим доступа: <https://рспп.рф/simplepage/sotsialnaya-khartiya-rossiyskogo-biznesa/> (дата обращения: 11.05.2021).

бизнеса [3–7]. Однако предприятия малого бизнеса также играют важную роль в рыночной экономике, особенно в трансформационных экономиках. По вопросам КСО в бизнесе, особенно в малом, имеется ряд научных работ, которые часто носят несистемный характер либо отражают отдельное направление или проблему [8–11].

Цель исследования – обосновать значение и определить преимущества реализации КСО в малом бизнесе; раскрыть проблемы, которые могут препятствовать развитию КСО в малом бизнесе, в том числе в странах с особым статусом, в непризнанных государствах.

Методы и материалы. Материалом явились научная литература отечественных и зарубежных ученых, статистические данные и правовые акты отдельных национальных и международных организаций по вопросам малого бизнеса и корпоративной социальной ответственности. В работе были использованы общенаучные методы исследования: методы сравнения и обобщения, статистические методы анализа, логический, системный и исторический подходы.

Результаты

Достаточно продолжительный отрезок времени КСО считалась атрибутом лишь крупных компаний. Так сложилось по ряду причин: во-первых, крупный бизнес имеет

большее количество средств для реализации мероприятий в области КСО; во-вторых, крупные предприятия, как правило, являются основными поллютантами окружающей среды; в-третьих, менеджмент крупной организации более квалифицирован в области КСО; в-четвертых, СМИ наблюдают и афишируют любые изменения в деятельности корпораций, соответственно соблюдение или несоблюдение принципов КСО крупным бизнесом отразится на репутации компании.

При этом предприятиям малого бизнеса всегда отводится второстепенное место в вопросах внедрения КСО. И это несмотря на то, что сектор малого и среднего бизнеса (МСБ) как в развитых, так и в развивающихся странах обеспечивает более половины рабочих мест, создает большую добавленную стоимость по сравнению с крупным бизнесом и вносит наиболее весомый вклад в ВВП государства (табл. 1⁴).

В настоящее время покупатели стали более осведомленными в своем выборе и потому готовы платить больше за продукт, отмеченный маркером «социально ответственный». Предприятия, игнорирующие данный факт и ориентирующиеся только на получение большей прибыли, рискуют поспешно прекратить свое существование. Касается это не только крупных предприятий, которые в современных реалиях должны внедрять принципы

Табл. 1. Вклад МСБ в национальную экономику развитых стран Европы в 2017 г.

Tab. 1. Contribution of SMEs to the national economy of developed European countries (2017)

Страна	Размер предприятия	Количество предприятий	Доля, %	Количество занятых	Доля, %	Добавленная стоимость, млрд евро	Доля, %	Доля в структуре ВВП, %
Великобритания	МСБ	2137005	99,7	10796382	54,0	141,9	655,8	51,2
	Крупные предприятия	6546	0,3	9200319	46,0	95,7	628,2	48,9
	Итого	2143551	100,0	19996701	100,0	237,6	1284,0	100,0
Германия	МСБ	2452629	99,5	18301835	65,5	141,9	59,7	53,0
	Крупные предприятия	11379	0,5	1128078	34,5	95,7	40,3	47,0
	Итого	2464008	100,0	3270396	100,0	237,6	100,0	100,0
Италия	МСБ	3746109	99,9	11391179	78,5	471,5	67,1	59,0
	Крупные предприятия	3221	0,1	3125454	21,5	231,7	32,9	41,0
	Итого	3749330	100,0	14516633	100,0	703,1	100,0	100,0
Франция	МСБ	2960560	99,9	9181432	61,6	529,1	55,2	61,0
	Крупные предприятия	4089	0,1	5713171	38,4	430,0	44,8	39,0
	Итого	2964649	100,0	14894603	100,0	959,1	100,0	100,0
Дания	МСБ	208149	99,7	1056801	64,1	87,1	60,0	56,0
	Крупные предприятия	686	0,3	592253	35,9	58,0	40,0	44,0
	Итого	208835	100,0	1649054	100,0	145,2	100,0	100,0

Прим.: статистика приведена по предприятиям нефинансового сектора экономики (по результатам деятельности хозяйствующих субъектов сферы материального производства и сферы услуг).

⁴ Табл. 1 и рис. 1 составлены на основе [12] и Annual report on European SMEs. Режим доступа: http://ec.europa.eu/growth/smes/sme-strategy/performance-review_en#annual-report (дата обращения: 23.05.2021).

КСО по умолчанию, но и предприятий малого и среднего бизнеса, количество которых хоть и значительно превышает предприятия крупного бизнеса, но колеблется в динамике (рис. 1).

Решение социальных вопросов не должно зависеть от размера предприятия. Однако бытует мнение, что активизация социальной деятельности компании становится возможной при достижении определенного уровня экономического развития последней, более того, это присуще только крупному бизнесу [4, с. 5; 5, с. 174; 6, с. 86]. То есть быть социально ответственным может предприятие, которое достигло определенного уровня и темпов экономического роста, и, соответственно, в состоянии концентрировать силы не только на собственном выживании, но и на благополучии связанных с ним социумов и их среды обитания.

Следует согласиться с точкой зрения О. А. Сапрыкиной, которая увязывает уровень активности организаций

в области КСО со степенью развития предприятия. Исследователь выделяет пять уровней: функциональный, конкурентный, партнерский, уровни гражданской и интегрированной ответственности [13]. Вновь созданная организация, согласно данной градации, находится на первом (функциональном) уровне активности и ограничивается только соблюдением законодательных правовых норм, своевременной выплатой заработной платы, сохранением рабочих мест и т. п. Так, любое малое предприятие, действующее согласно закону, является уже социально ответственным.

Исходя из статистики предоставления отчетов КСО по данным *Global Reporting Initiative*, можно сделать вывод, что большинство малых предприятий так и остаются на функциональном уровне, не переходя на более высокий уровень активности в области КСО (рис. 2⁵).

Хотя внедрение принципов КСО долгое время считалось прерогативой крупного бизнеса, корпоративные

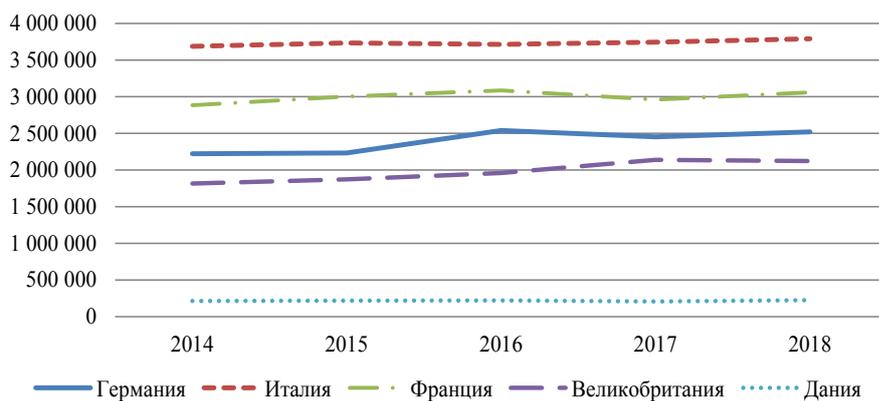


Рис. 1. Динамика количества предприятий МСБ
Fig. 1. Dynamics of the number of SME enterprises



Рис. 2. Количество отчетов КСО по данным Global Reporting Initiative
Fig. 2. Number of corporate social responsibility reports according to Global Reporting Initiative

⁵ Sustainability Disclosure Database. Режим доступа: <https://database.globalreporting.org/search/> (дата обращения: 20.04.2021).

социальные возможности в малом бизнесе имеют ряд преимуществ перед развитием КСО в крупном бизнесе. Осознание данного руководством малого бизнеса будет способствовать не только усилению его социальной результативности, но и увеличению экономических показателей, повышению экономической эффективности его функционирования.

Во-первых, одна из основных сильных сторон малого бизнеса при внедрении КСО – менее иерархическая структура управления, нежели в крупном бизнесе. Это дает целый ряд преимуществ: а) все сотрудники могут быть вовлечены в процесс внедрения и развития КСО на предприятии; б) обучать и контролировать меньшее количество сотрудников легче и быстрее. Кроме того, владелец МСБ может являться и управленцем своей компании, поэтому он имеет больше свободы в действиях и решениях. То, как малое предприятие следует принципам КСО, зависит, как правило, от владельца и главного управленца компании в одном лице, что основано на личных ценностях последнего. В то время как в крупных компаниях владелец часто отвлечен от повседневной деятельности предприятия и в основном сосредоточен на максимизации прибыли акционеров⁶.

Во-вторых, малый бизнес играет значимую роль для жизнедеятельности местного сообщества. Именно малые предприятия производят товары и услуги непосредственно для местного населения, а также обеспечивают занятость жителей [8]. Таким образом, близость между малыми предприятиями и местным сообществом позволяет малому бизнесу учитывать потребности населения, которое по своей сути является стейкхолдером по отношению к предприятию малого бизнеса. Если государство, в котором функционирует конкретное малое предприятие, поддерживает политику социально ответственного бизнеса и способствует данному движению (стимулирующая нормативно-правовая база, предоставление льгот и т. д.), то социально ответственное предприятие малого бизнеса имеет преимущество в виде поддержки со стороны органов власти. Это может быть обеспечение малого предприятия заказами, установление обязательной кооперации крупных предприятий с малыми (передача части госзаказа) или прямые заказы малым предприятиям от администрации за счет финансирования из средств местного бюджета, а также получение льготных кредитов на развитие и расширение производства и т. д.

В-третьих, КСО для малого бизнеса – это конкурентное преимущество, тогда как для крупных предприятий и особенно для корпораций КСО стало средством защиты своего имиджа [14]. Над крупным бизнесом в большей степени давит государство или другие заинтересованные

стороны вне зависимости от используемой модели КСО: «открытой» (как в США) или «скрытой» (как в Европе). Принципиальное отличие данных форм КСО обуславливается тем, что бизнес самостоятельно определяет меру своего вклада в развитие общества, или же официальные и неофициальные институты производят согласование общественных интересов, которые трансформируются в обязательные требования к бизнесу [15]. Но при «открытости» американской модели КСО последняя начала претерпевать некоторые изменения в направлении более активного вмешательства государства. Например, принятый в 2002 г. закон Сарбейнса-Оксли⁷ ужесточил требования к финансовой отчетности корпораций. Таким образом, на малые предприятия ложится меньшая нагрузка со стороны государства и иных заинтересованных сторон.

В-четвертых, поскольку малый бизнес ближе крупного непосредственно к потребностям населения, то его КСО усиливает данную ситуацию и позволяет использовать ответственный бизнес как важнейший фактор солидарности общества в целом в решении актуальных социально-экономических задач страны. Это особо важно для непризнанных государств (ДНР, ЛНР, Южной Осетии и др.).

Если предыдущие сильные стороны касались именно организации КСО в малом бизнесе в сравнении с крупным, то для бизнеса любых размеров КСО способствует усилению его конкурентных преимуществ, что является весьма весомым аргументом для внедрения принципов КСО на любом предприятии, функционирующем в условиях рыночной экономики.

Однако не все предприятия малого бизнеса, существующие на данный момент, находятся в одинаково стабильном положении. В настоящее время существуют территории, которые в силу политических конфликтов не имеют международного признания или имеют частичное признание со стороны нескольких стран. Государства «де-факто» – так нейтрально можно охарактеризовать данные территории [16]. Отсутствие международного признания лишает непризнанные государства возможности вести активную экономическую деятельность, однако это не означает полного ее отсутствия.

Как и другие страны, «де-факто» государства стремятся к социально-экономическому развитию территории; определяют перспективные направления совершенствования; понимают важность развития и поддержания малого бизнеса, который, в свою очередь, играет одну из ключевых ролей для упрочения экономической стабильности в стране. Вызвано это тем, что политико-экономическая ситуация в государствах «де-факто» не схожа с другими странами. Более того, ситуация

⁶ Knudson H. Making the business case: the effects of corporate social responsibility on SME competitiveness // Interreg Europe. 27.09.2018. Режим доступа: https://www.interregurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1523518061.pdf (дата обращения: 24.04.2021).

⁷ Sarbanes-Oxley act of 2002. Public Law 107–204 (approved 30 Jul 2002, as amended through P. L. 116–222, enacted 18 Dec 2020) // Govinfo. 21.12.2020. Режим доступа: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/COMPS-1883/pdf/COMPS-1883.pdf> (дата обращения: 11.05.2021).

на таких территориях, как правило, усложняется непрекращающимися военными действиями и экономической блокадой, и государство, призванное решать социальные проблемы, не в состоянии это делать из-за нехватки бюджетных средств. В таких случаях предприятия, в том числе малые, могут оказать поддержку или вовсе «заменить» государство в некоторых социальных вопросах. Речь не идет о благотворительных мероприятиях, это лишь третий (партнерский) уровень активности предприятия в КСО [13], хотя крупные предприятия могут взять на себя даже целые социальные программы.

Минимум, который могут выполнять малые предприятия в государствах «де-факто» в области КСО: создание и сохранение рабочих мест; своевременная выплата заработной платы, которая не ниже минимально установленной законодательством; забота о потребителях и окружающей среде путем изготовления высококачественной продукции, производство которой не наносит урон окружающей среде; организация социального предпринимательства. Для получения большего результата от развития КСО в малом бизнесе, особенно для социально-экономической поддержки непризнанных территорий, государство должно содействовать и благоприятствовать переходу малых предприятий на более высокий уровень активности последних в области КСО.

Малый бизнес сталкивается с рядом проблем, несмотря на то, что развитие КСО в нем легче, чем в крупном. Основными легальными проблемами, сдерживающими развитие КСО в малом бизнесе, являются:

- Слабая осведомленность малого бизнеса о КСО. Информированность является одним из ключевых факторов продвижения ответственного бизнеса⁸. Но, как правило, осведомленность о КСО гораздо выше у крупного бизнеса [17]. Непонимание самого термина КСО и его принципов – одна из ключевых преград для малого бизнеса. Предприятия могут быть социально ответственными (поддерживать обучение и развитие сотрудников, быть настроенными на сокращение отходов, заниматься благотворительными делами и т. п.), но при этом не знать, что они следуют принципам КСО⁹.
- Отсутствие у руководителей, являющихся в большинстве и владельцами малого бизнеса, заинтересованности во внедрении принципов КСО в философию компании.
- Дефицит внимания со стороны научных кругов к анализу и методическому обеспечению развития МСБ в целом (особенно малого бизнеса), отсутствие практических механизмов по внедрению в нем КСО. Парадокс заключается в том, что в трудах по развитию

МСБ [11; 18] не рассматриваются вопросы ответственного бизнеса, а в обзорных работах по КСО [19] не отражаются особенности ее реализации в малом бизнесе.

- Ограниченные возможности малого бизнеса, препятствующие развитию практик: низкая правовая и квалификационная грамотность; отсутствие опыта практик КСО; ограниченность ресурсов, при которой предприятие может не иметь возможности реализовывать принципы КСО даже при большом желании, поэтому оно должно сосредотачиваться только на том, чтобы оставаться плавающим на текущем рынке.
- Недостаточное использование малым бизнесом информационно-компьютерных технологий по причине дефицита финансовых ресурсов либо в связи с цифровой неподготовленностью персонала и значительной его загруженностью текущими проблемами.
- Низкий уровень информированности общества в СМИ о практиках и проблемах реализации КСО в малом бизнесе.
- Несоблюдение действующего законодательства и ведение малыми предприятиями теневой деятельности [20]. Быть социально-ответственным перед обществом можно лишь при условии соблюдения законодательства и морально-этичных норм. Нередко малые предприятия склоняются к развитию теневой деятельности, что уже само по себе противоречит признакам социально ответственной компании. Безусловно, существует ряд причин, по которым субъект малого бизнеса склоняется к теневой деятельности. К таким причинам следует отнести неэффективную государственную поддержку, тяжесть налогообложения, правовую незащищенность, нехватку знаний и навыков ведения бизнеса, недостаток инвестиций, низкий уровень доступности кредитов, а также стимул увеличения размера получаемого дохода и иных благ в результате ухода в «тень» [10]. Так, общая доля теневого оборота субъектов малого предпринимательства в Российской Федерации – государства, входящего в пятерку стран с самыми высокими значениями доли теневого бизнеса относительно ВВП (табл. 2¹⁰), – составляет около 30–40 %.

Табл. 2. Страны-лидеры по показателям теневой экономики, % ВВП
Tab. 2. Leading countries in terms of shadow economy, % of GDP

Страна	2011	2016	2017	2020	2025 (прогноз)
Австралия	12,82	11,4	11,09	10,24	8,89
Азербайджан	47	67,04	66,12	56,73	58,38
Болгария	30,28	29,93	29,85	29,56	29,56

⁸ Корпоративная социальная ответственность в Казахстане: ситуация, проблемы и перспективы развития. Астана: ИЦ Сандж, 2013. 97 с.

⁹ SMEs and CSR. Assessing the level of corporate social responsibility activities and knowledge in Irish small and medium enterprises // ISME. 2015. 15 p.

¹⁰ Emerging from the shadows. The shadow economy to 2025 // ACCA. 2017. 36 p.

Страна	2011	2016	2017	2020	2025 (прогноз)
Бразилия	35,57	34,76	34,75	34,48	34,2
Великобритания	11,83	11,47	11,29	11,19	10,83
Гонконг	14,39	14,2	14,14	13,88	13,65
Индия	18,62	17,22	16,55	15,7	13,6
Индонезия	17,34	16,53	16,49	16,24	16,17
Ирландия	14,74	14,17	13,59	13,57	12,78
Италия	26,24	26,32	26,5	26,56	26,37
Канада	14,82	14,4	14,15	13,95	13,8
Кения	27,77	26,82	26,79	26,6	26,72
Китай	10,53	10,15	10,17	10,05	9,9
Латвия	25,45	24,57	24,17	23,21	20,79
Литва	27,87	26,27	26,01	25,54	25,79
Малайзия	28,83	23,24	22,9	21,9	21
Нигерия	50,73	48,37	47,7	46,99	46,11
Пакистан	32,5	31,78	31,99	32,41	33,89
Польша	24,59	23,68	23,42	22,95	22,13
Россия	39,33	39,07	39,29	39,37	39,3
Сингапур	11,57	12,54	12,88	13,36	14,06
США	8,2	7,78	7,69	7,42	6,94
Турция	27,43	25,72	24,95	23,85	21,55
Украина	45,16	45,96	46,12	46,1	45,98
Шри-Ланка	39,5	37,36	37,33	36,46	34,85
Эстония	27,78	28,48	28,4	28,09	26,46
Южная Африка	23,48	23,29	23,33	23,71	24,19

- Слабая поддержка со стороны государства в области его социально-экономического развития [5; 6; 21]. Особенно это ощутимо для государств «де-факто». Ни в одной стране не оспаривается тезис о необходимости поддержки малого бизнеса, однако это вытекает не из высоких показателей экономики развитых стран (табл. 1), например, доли МСБ в ВВП страны, в общей численности занятых (50–75 %), не из экономичности данной общественной формы, а по причине необходимости обеспечения социальной стабильности в обществе и большей гибкости в ориентированности бизнеса на конечного потребителя. Некоторые государства в последнее время уделяют особое внимание развитию малого бизнеса как фактора социального развития страны, но в большинстве случаев приоритетность в достижении социальных целей все же отдается успешной работе крупного и среднего бизнеса и социальной защите. Кроме того, сложность исследованиям придают два факта: 1) по официальной статистике в МСБ входит не только малый, но и средний бизнес; 2) в разных странах дифференцируется подход к национальной идентификации статуса малого предпринимательства (табл. 3) [22].

Государства по-разному декларируют и поддерживают малый бизнес. Механизмами развития являются:

- различные инструменты, снижающие финансовую нагрузку на малый бизнес (сниженная ставка налога

Табл. 3. Характеристика критериев определения статуса малого бизнеса

Tab. 3. Criteria for determining the status of small business

Страна	Критерии	Микробизнес	Малый бизнес	Средний бизнес
Россия	Количество работников	15	50	250
	Годовая выручка	1,90 млн евро	12,68 млн евро	31,71 млн евро
Белоруссия	Количество работников	15	100	250
Украина	Количество работников	10	50	–
	Годовая выручка	2 млн евро	10 млн евро	–
Казахстан	Количество работников	15	100	250
	Годовая выручка	0,289 млн евро	2,89 млн евро	28,9 млн евро
Европейский союз	Количество работников	10	50	250
	Годовая выручка	2 млн евро	10 млн евро	50 млн евро
Швеция	Количество работников	–	50	–
	Годовая выручка	–	5,34 млн евро	–
	Валюта баланса	–	2,67 млн евро	–
Норвегия	Количество работников	–	19	99
Япония	Количество работников	20 – для производства	100 – для производства	
		50 – для других сфер	От 50 до 300 – для разных сфер	
	Объявленный капитал	0,75 млн евро	2,25 млн евро	
США	Количество работников	–	От 50 (прямые продажи) до 1550	
	Годовая выручка	–	0,68–495 млн евро (банки и кредитные союзы)	

на прибыль, предоставление льготных кредитов, гарантии по экспертным операциям, целевые кредиты, налоговые льготы и др.) [22];

- упрощение открытия и документального ведения малого бизнеса;
- государственные специальные программы поддержки и развития малого бизнеса;
- правовое обеспечение функционирования малого бизнеса в форме нормативно-правовых актов регионального, национального (например, Закона) и наднационального (например, для стран ЕС) уровней.

В государственной поддержке малого бизнеса не заняли устойчивое место механизмы усиления использования информационно-компьютерных технологий, а это особо важно в современных условиях для малых предприятий как в контексте развития их бизнес-процессов [23], так и КСО, потому что исследования показывают наличие в странах и регионах устойчивой тенденции увеличения цифрового неравенства, негативно касающегося как отдельных слоев населения, так и малого бизнеса в целом [24; 25].

Малый бизнес в государствах «де-факто» имеет повышенную социальную и экономическую роль, поэтому его поддержка должна быть достаточно практична, понятна и поставлена на особый учет в стране. К сожалению, в непризнанных государствах, формирующих свою государственность (ЛНР, ДНР и др.), она недостаточна [11; 18; 21] и требует дальнейших научных разработок и их внедрения, в том числе в области КСО.

Заключение

Концепция устойчивого развития и основные механизмы ее реализации, включая КСО, стали общепризнанными направлениями общественного прогресса. Поэтому предприятия малого бизнеса также должны внедрять принципы корпоративных социальных возможностей в свою деятельность.

Литература

1. Прокопов Ф. Т., Феоктистова Е. Н. Базовые индикаторы результативности. Рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности. М.: РСПП, 2008. 68 с.
2. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. Київ: ФОП Костюченко О. М., 2010. 84 с.
3. Черных Е. В. Особенности социальной ответственности бизнеса // Экономічний вісник Донбасу. 2009. № 3. С. 11–16.
4. Черних О. В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах: автореф. дис. ... канд. екон. наук. Донецьк, 2012. 26 с.
5. Девятловский Д. Н., Позднякова М. О. Корпоративная социальная ответственность в России: проблемы малого бизнеса // Проблемы современной экономики. 2014. № 2. С. 173–175.
6. Исаева Е. С., Степнякова Н. И. Современные проблемы социальной ответственности бизнеса в России // Young Science. 2014. Т 1. № 3. С. 85–88.
7. Вершинина С. В., Корякина Е. А., Чумляков К. С., Чумлякова Д. В. Социальная ответственность бизнеса. Тюмень: ТюмГНГУ, 2015. 154 с.
8. Кох И. А. Взаимоотношения органов местного самоуправления и малого предпринимательства // Дискуссия. 2010. № 8. С. 59–65.
9. Бессарабов В. О. К вопросу об информационном обеспечении системы социальной ответственности бизнеса // Вестник Института экономических исследований. 2017. № 2. С. 81–89.

Сектор МСБ обеспечивает более половины рабочих мест, создает большую добавленную стоимость по сравнению с крупным бизнесом и вносит наиболее весомый вклад в ВВП государства. Решение о соблюдении принципов социальной ответственности бизнеса не должно зависеть от размера предприятия.

Корпоративная ответственность в малом бизнесе имеет ряд преимуществ перед развитием КСО в крупном бизнесе. При этом малый бизнес при реализации КСО может столкнуться с рядом проблем, что в большей степени свойственно непризнанным государствам в силу их проблем по снабжению и сбыту продукции предприятий, оттоку квалифицированных кадров и т. п.

Следует отметить наличие в современных условиях особой важности государственной поддержки малого бизнеса в области внедрения цифровых технологий как в его бизнес-процессы, так и в социальную деятельность. Цифровое неравенство, затрагивая в первую очередь малые субъекты хозяйствования и отдельных людей (семей), является одним из индикаторов уровня жизни населения в стране в целом.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на разработку метода и показателей оценки уровня реализации корпоративной ответственности в малом бизнесе, а также на разработку и внедрение действенных механизмов государственной поддержки и контроля малого бизнеса в целом, включая реализацию в нем информационно-компьютерных технологий и принципов КСО.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

10. Морковина С. С., Соколинская Ю. М. Причины теневой деятельности в сфере малого предпринимательства // Социально-экономические явления и процессы. 2014. Т. 9. № 11. С. 142–147.
11. Дрозняк О. В., Чернякова Т. М. Особенности государственного регулирования развития малого и среднего предпринимательства за рубежом // Современная мировая экономика: вызовы и реальность: мат-лы III Междунар. науч.-практ. конф. (Донецк, 1 декабря 2020 г.) Донецк: ДонНТУ, 2020. С. 14–17.
12. Pasichnyk Yu. V. Emergence of public development: financial and legal aspects. Coventry: Agenda Publishing House, 2019. 737 p.
13. Сапрыкина О. А. Стратегическое управление организацией на принципах корпоративной социальной ответственности // Человеческие ресурсы: проблемы инновационного развития и использования / ред. Е. А. Морозова. Кемерово: КемГУ, 2016. Вып. 5. С. 346–352.
14. Алони Г. Социальная ответственность крупного бизнеса Украины: добрая воля или обязанность? // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2. Режим доступа: <https://web.snauka.ru/issues/2016/02/62983> (дата обращения: 08.06.2021).
15. Цуциева О. Т., Гобозова А. З. Сравнительный анализ моделей корпоративной социальной ответственности // Международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 6-2. С. 91–96.
16. Маркелова А. А. Сецессия как политический феномен // Социум и власть. 2017. № 3. С. 52–56.
17. Петенко А. В., Арутюнян А. Х., Камчатная А. О. Современные тенденции и перспективы развития корпоративной социальной ответственности в Украине // Сучасні тенденції державного управління в умовах соціально-економічного розвитку: Серія «Державне управління». 2014. Т. 15. № 287. С. 5–12.
18. Выголко Т. А., Великохатко С. В. Особенности функционирования и развития малого бизнеса в Донецкой Народной Республике // Инженерная экономика и управление в современных условиях: мат-лы науч.-практ. конф., приуроченной к 50-летию инженерно-экономического факультета (Донецк, 9 октября 2019 г.) Донецк: ДонНТУ, 2019. С. 45–51.
19. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2013. № 46. С. 53–63.
20. Савичева Е. Ю. Модели социальной ответственности малого бизнеса в России // Проблемы современной экономики. 2010. № 4. С. 164–167.
21. Надтока Т. Б. Корпоративная социальная ответственность как важнейший механизм реализации государственной социальной политики в Донецкой Народной Республике // Вестник Автомобильно-дорожного института. 2020. № 1. С. 79–84.
22. Дегтярев А. В. Государственное регулирование развития малого и среднего предпринимательства // Вестник Московского университета МВД России. 2008. № 2. С. 38–40.
23. Пехтерева В. В., Суворова А. А. Управление бизнес-процессами малого предприятия с использованием трендовых инструментов интернет-маркетинга // Современная мировая экономика: вызовы и реальность: мат-лы III Междунар. науч.-практ. конф. (Донецк, 1 декабря 2020 г.) Донецк: ДонНТУ, 2020. С. 138–141.
24. Кузнецов Ю. А., Маркова С. Е. Некоторые аспекты количественной оценки уровня цифрового неравенства регионов Российской Федерации // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 32. С. 2–13.
25. Положихина М. А. Информационно-цифровое неравенство как новый вид социально-экономической дифференциации общества // Экономические и социальные проблемы России. 2017. № 2. С. 119–142.

original article

Corporate Social Responsibility in Small Business: Strengths and Development Challenges

Tatyana B. Nadтока

Donetsk National Technical University, Donetsk
People's Republic, Donetsk; <https://orcid.org/0000-0002-5670-781X>; tatbor9@rambler.ru

Daria O. Alistratova

Donetsk National Technical University, Donetsk
People's Republic, Donetsk

Received 19 Aug 2021. Accepted after peer review 14 Sep 2021. Accepted for publication 20 Sep 2021.

Abstract: The present research featured the theory and practice of corporate social responsibility in small business. The research objective was to define the benefits and problems of implementing corporate social responsibility in small businesses. The study was based on domestic and foreign publications on small business and corporate social responsibility.

A set of standard methods of analysis revealed that small business needs to expand the implementation of corporate social responsibility. The authors believe that small business in unrecognized states needs more state support, especially in the field of digital technologies and social activities. The data obtained can help small private enterprises to introduce the principles of social responsibility in their business.

Keywords: responsible business, small entrepreneurship, corporate governance, stakeholders, unrecognized states, non-financial reporting

Citation: Nadtoka T. B., Alistratova D. O. Corporate Social Responsibility in Small Business: Strengths and Development Challenges. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2021, 6(3): 408–417. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2021-6-3-408-417>

Conflicting interests: The authors declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

References

1. Prokopov F. T., Feoktistova E. N. *Reference performance indicators recommendations for corporate non-financial reporting use*. Moscow: RSPP, 2008, 68. (In Russ.)
2. Vorobei V., Zhurovska I. *Non-financial report: a tool for socially promoting business*. Kiev: FOP Kostiuchenko O. M., 2010, 84. (In Ukr.)
3. Chernykh E. V. Features of social responsibility of business in Ukraine. *Ekonomichniy visnyk Donbasu*, 2009, (3): 11–16. (In Russ.)
4. Chernikh O. V. *Management of social responsibility at large enterprises*. Cand. Econ. Sci. Diss. Abstr. Donetsk, 2012, 26. (In Ukr.)
5. Deviatlovsky D. N., Pozdniakova M. O. Corporate social responsibility in Russia: problems of small-scale business. *Problemy sovremennoy ekonomiki*, 2014, (2): 173–175. (In Russ.)
6. Isaeva E. S., Stepnyakova N. I. Modern problem of the social responsibility of business in Russia. *Young Science*, 2014, 1(3): 85–88. (In Russ.)
7. Vershinina S. V., Koriakina E. A., Chumlyakov K. S., Chumlyakova D. V. *The social responsibility of business*. Tyumen: TiumGNGU, 2015, 154. (In Russ.)
8. Kokh I. A. The relationship between local government and small business. *Discussion*, 2010, (8): 59–65. (In Russ.)
9. Bessarabov V. O. Revisiting the issue of the information support of the corporate social responsibility system. *Vestnik Instituta ekonomicheskikh issledovaniy*, 2017, (2): 81–89. (In Russ.)
10. Morkovina S. S., Sokolinskaya Yu. M. Reasons of shadow activity in the sphere of the small business. *Sotsial'no-ekonomicheskoye yavleniya i protsessy*, 2014, 9(11): 142–147. (In Russ.)
11. Drozniak O. V., Chernyakova T. M. Features of state regulation of the development of small and medium entrepreneurship abroad. *Modern world economy: challenges and reality*: Proc. III Intern. Sci.-Prac. Conf., Donetsk, 1 Dec 2020. Donetsk: DonNTU, 2020, 14–17. (In Russ.)
12. Pasychnyk Yu. V. *Emergence of public development: financial and legal aspects*. Coventry: Agenda Publishing House, 2019, 737.
13. Saprykina O. A. Strategic management of the organization based on the principles of corporate social responsibility. *Human resources: problems of innovative development and use*, ed. Morozova E. A. Kemerovo: KemGU, 2016, iss. 5, 346–352. (In Russ.)
14. Aloni G. Social responsibility of big business in Ukraine: free will or obligation? *Sovremennye nauchnye issledovaniia i innovatsii*, 2016, (2). Available at: <https://web.snauka.ru/issues/2016/02/62983> (accessed 8 Jun 2021). (In Russ.)
15. Tsutsieva O. T., Gobozyova A. Z. Comparative analysis model of corporate social responsibility. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skij zhurnal*, 2013, (6-2): 91–96. (In Russ.)
16. Markelova A. A. Secession as a political phenomenon. *Socium i vlast'*, 2017, (3): 52–56. (In Russ.)
17. Petenko A. V., Arutiunian A. Kh., Kamchatnaia A. O. Modern trends and prospects for the development of corporate social responsibility in Ukraine. *Modern trends in public administration in the context of socio-economic development: Series "Public Administration"*, 2014, 15(287): 5–12. (In Russ.)
18. Vygolko T. A., Velikokhatko S. V. Features of functioning and development of small business in the Donetsk People's Republic. *Engineering economics and management in modern conditions*: Proc. Sci.-Prac. Conf., dedicated to the 50th anniversary of the Department of Engineering and Economics. Donetsk, 9 Oct 2019. Donetsk: DonNTU, 2019, 45–51. (In Russ.)

19. Evtushenko V. A. Assessment of corporate social responsibility: methods, objects, and indexes. *Visnik NTU "KhPI". Seriya: Tekhnichnii progres ta effektivnist virobnitstva*, 2013, (46): 53–63. (In Ukr.)
20. Savicheva E. Yu. Models of social responsibility of small-scale business in Russia. *Problemy sovremennoi ekonomiki*, 2010, (4): 164–167. (In Russ.)
21. Nadtoka T. B. Corporate social responsibility as the most important mechanism for the state social policy implementation in the Donetsk People's Republic. *Vestnik Avtomobilno-dorozhnogo instituta*, 2020, (1): 79–84. (In Russ.)
22. Degtiarev A. V. State regulation of the development of small and medium-sized businesses. *Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*, 2008, (2): 38–40. (In Russ.)
23. Pekhtereva V. V., Suvorova A. A. The business processes management of a small enterprise with the use of trend tools of Internet marketing. *Modern world economy: challenges and reality: Proc. III Intern. Sci.-Prac. Conf.*, Donetsk, 1 Dec 2020. Donetsk: DonNTU, 2020, 138–141. (In Russ.)
24. Kuznetsov Yu. A., Markova S. E. Some aspects of digital inequality rating of the RF regions. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika*, 2014, (32): 2–13. (In Russ.)
25. Polozhikhina M. A. Information and digital inequality as a new type of socio-economic differentiation of society. *Ekonomicheskie i sotsialnye problemy Rossii*, 2017, (2): 119–142. (In Russ.)