

Казаков Александр Петрович

студент

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ»

г. Москва

DOI 10.31483/r-149945

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ

***Аннотация:** исследование охватывает ключевые этапы развития социальной ответственности: дореволюционный период, характеризующийся патерналистскими и меценатскими практиками; советский период, в котором наблюдается разрыв традиций в силу государственной монополии; постсоветский этап возрождения предпринимательства и постепенного формирования новой этики ответственности. Особое внимание уделено современному этапу (2010–2024 гг.), на котором прослеживается переход от спонтанной благотворительности к устойчивым формам участия малого бизнеса в решении социальных задач, а также институционализация этого процесса через принятие профильных законодательных актов. Делается вывод о нарастающей роли малого бизнеса как активного субъекта социального развития территорий.*

***Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса, малый бизнес, меценатство, предпринимательство, устойчивое развитие, корпоративная социальная ответственность, история предпринимательства, социальное предпринимательство.*

Введение

В современных социально-экономических условиях возрастает значение социальной ответственности бизнеса как важного элемента устойчивого развития территорий. Традиционно теория корпоративной социальной ответственности (КСО) развивалась преимущественно применительно к крупным корпорациям,

но в последние десятилетия можно отметить растущий интерес со стороны экономистов, социологов, представителей власти к вопросам социальной ответственности (СОБ) малого и среднего бизнеса. Малый бизнес, как субъект социальной ответственности обладает рядом преимуществ: высокая степень адаптивности и близость к локальным сообществам позволяет этому виду бизнеса не только обеспечивать занятость и способствовать экономическому росту регионов, но и потенциально играть важную роль в решении социальных задач на местах.

Особую значимость приобретает рассмотрение социальной ответственности малого бизнеса с точки зрения исторической перспективы. Исторический анализ позволяет выявить истоки и трансформации предпринимательской этики, меценатских практик, моделей взаимодействия бизнеса и общества на разных этапах общественного развития. В случае России важность такого подхода усиливается разрывом в традиции СОБ, произошедшим в советский период, и необходимостью осмысления дореволюционного опыта с целью формирования современного ответственного предпринимательства.

Сравнение отечественного и зарубежного опыта позволяет не только проследить общие тенденции эволюции СОБ в сегменте малого бизнеса, но и выделить культурно-исторические особенности, определяющие специфику национальных моделей. Это особенно актуально в контексте глобальных вызовов и повышенного общественного запроса на социальную вовлеченность бизнеса.

Таким образом, обращение к историческим основам социальной ответственности малого бизнеса представляет собой значимый исследовательский и практический интерес, способствующий более глубокому пониманию механизмов устойчивого предпринимательства и разработке эффективных моделей СОБ в современном социально-экономическом контексте.

1. Социальная ответственность малого бизнеса в дореволюционной России.

В Российской империи малый бизнес был представлен в основном купечеством, ремесленниками, владельцами небольших мануфактур. Социальная ответственность на этом этапе имела ярко выраженный патерналистский и религиозный характер, основу таких практик составляли традиции меценатства и благотворительности.

Вторая половина XIX – начало XX в. период формирования и институционализации меценатства в России. Складывается идеология, кодекс поведения, а также сформируется социальная группа жертвователей [9]. История сохранила имена выдающихся представителей российского предпринимательства, таких как С.И. Мамонтов, С.М. Морозова, П.М. Третьяков, которые не только преуспели в промышленной и коммерческой деятельности, но и внесли неоценимый вклад в развитие социальной и культурной жизни страны. Благодаря их меценатству возводились церкви, богадельни, приюты, учебные заведения и больницы. Особое внимание они уделяли поддержке искусства: финансировали художников, организовывали выставки, способствовали созданию и сохранению уникальных коллекций живописи, многие из которых легли в основу крупнейших музеев России. Их деятельность – яркий пример того, как частная инициатива может служить общественному благу и культурному наследию [11].

В условиях отсутствия централизованной социальной политики со стороны государства именно предприниматели, особенно в провинциях, брали на себя часть функций социальной защиты. Однако такие действия не были формализованы, не были урегулированы на законодательном уровне и целиком и полностью зависели от личных убеждений и репутационных стратегий владельца бизнеса.

2. Советский период: перерыв в традиции социальной ответственности.

После революции 1917 года в СССР малый бизнес практически исчез как класс. Частное предпринимательство было ликвидировано, а функции социальной защиты и обеспечения благосостояния работников перешли к государству и

крупным госпредприятиям. В рамках директивной экономики роль «социального работодателя» играло государство: жилье, медицина, образование, санаторно-курортное обслуживание предоставлялись централизованно.

Таким образом, в советский период развитие корпоративной социальной ответственности было прервано. Культурные и институциональные традиции до-революционного патернализма в бизнесе были вытеснены плановой моделью с государственным контролем над всеми аспектами производства и распределения.

3. Постсоветский этап: возрождение и новые вызовы.

С началом рыночных реформ в 1990-х годах малый бизнес в России начал возрождаться в условиях экономической нестабильности, правового вакуума и социальной дезинтеграции [5]. В этот период корпоративная социальная ответственность в деятельности представителей малого бизнеса отходит на второй план, основная задача предпринимателей на постсоветском пространстве заключалась в выживании. Социальные инициативы носили фрагментарный, спонтанный характер и чаще всего выражались в разовых актах благотворительности – помощь церкви, детским домам, ветеранам.

С начала 2000-х годов в России начался постепенный переход к осознанному восприятию корпоративной социальной ответственности.

В конце 2003 года тема социальной ответственности бизнеса обсуждалась на заседании Торгово-промышленной палаты (ТПП), на котором присутствовал Президент. В Послании Президента РФ Федеральному Собранию в 2006 году было сказано: «социальная ответственность должна быть основой деятельности и чиновников, и представителей бизнеса» [7].

Также к этому периоду можно отнести и первые попытки осмысления и рефлексии социальной ответственности бизнеса в российской науке. Так, например, в работах Абрамян И.А. [1], Зантараи Т.П. [6], Богомоловой И.П. [3] вопросы формирования концепции социальной ответственности бизнеса в России рассматриваются с социологической точки зрения и с точки зрения теории и практики управления.

Интересно, что опрос, проведенный ВЦИОМ в 2004 году показал, что представления бизнеса о социальной ответственности и ожидания россиян расходились. Компании предпочитали участвовать в благотворительных программах и принимать участие в разовых акциях, в то время как население ожидало «долгосрочных» вложений: создания новых рабочих мест, предоставления дополнительного «социального пакета» работникам своих предприятий, участия в строительстве городских социальных объектов, благоустройстве городов, поселков [13].

С точки зрения малого бизнеса, в описываемый период, инициативы по социальной поддержке сотрудников, участие в развитии местных сообществ оставались в значительной степени неформальными и по – прежнему зависели от личности собственника.

4. Социальная ответственность малого бизнеса в современной России (2010–2024 гг.).

Развитие социальной ответственности малого бизнеса (СОБ) в России в период с 2010 по 2024 г. демонстрирует поступательный переход от ситуативной благотворительности к институционально закреплённой модели устойчивого предпринимательства.

На раннем этапе (2010–2013 гг.) СОБ в России воспринималась преимущественно как добровольная инициатива, связанная с поддержкой локальных сообществ, спонсорством и разовыми социальными акциями. В то время как крупный бизнес заимствовал международные практики и все больше внимания уделял адаптации персонала, тратил ресурсы на повышение профессионального и личного потенциала работников, их дополнительного соцобеспечения [2], малые предприятия не имели системного подхода к социальной политике [8].

С 2010-х социальная ответственность начинает восприниматься малым бизнесом как способ укрепления репутации, удержания персонала, диалога с сообществом. Несмотря на отсутствие формализованных стратегий у большинства МСБ, активно развиваются такие направления, как:

– благотворительность и волонтерство;

- социальные партнёрства с НКО и школами;
- поддержка местных инициатив;
- экопрактики и энергосбережение.

Экономические санкции 2014 года и последовавшая за ними макроэкономическая нестабильность привели к переосмыслению роли малого бизнеса в обеспечении социальной устойчивости на местах. Компании адаптировались, сохраняя занятость и развивая локальные социальные проекты, что стало важным аспектом формирования нового содержания КСО.

Ключевым этапом стало принятия Федерального закона от 26 июля 2019 г. №245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства», который впервые юридически зафиксировал правовой статус социального предпринимателя [10]. Это позволило перевести концепт социальной ответственности в правовое поле и расширить возможности малого бизнеса в социально значимых сферах.

Пандемия COVID-19 в 2020–2021 гг. стала катализатором социальной мобилизации бизнеса: в условиях ограничений предприниматели реализовывали программы волонтерства, благотворительные доставки, онлайн-помощь уязвимым группам [4]. Формируется новая этика СОБ, основанная на солидарности, гибкости и быстрой адаптации.

В 2023–2024 гг. наблюдается интеграция социальной ответственности бизнеса в концепцию устойчивого развития. Малый бизнес начинает внедрять принципы ESG, применять экологические и инклюзивные практики, участвовать в региональных и муниципальных программах развития социальной инфраструктуры [12].

Таким образом, за рассматриваемый период произошло качественное изменение в подходах к СОБ: от декларативного уровня к формированию института социальной ответственности, встроенного в стратегию малого бизнеса и поддерживаемого государством.

Заключение

Проведённое исследование позволяет сделать вывод о значимости социальной ответственности малого бизнеса как важного элемента устойчивого развития общества и экономики. Анализ исторических этапов развития СОБ в России выявил наличие глубоких традиций меценатства и социальной инициативы со стороны предпринимателей, прерванных в советский период и возрождающихся в условиях рыночной экономики.

Современный этап характеризуется постепенной институционализацией социальной ответственности малого бизнеса: от разрозненных форм благотворительности к стратегическому участию в решении социальных задач, подкреплённому нормативно-правовой базой и поддержкой государства. Малый бизнес, будучи гибким и близким к сообществу, становится не только экономическим, но и социальным актором, способным оказывать реальное влияние на качество жизни населения.

Таким образом, социальная ответственность малого бизнеса в России находится в стадии активной трансформации, и её дальнейшее развитие требует, как поддержки со стороны институтов гражданского общества и государства, так и формирования устойчивой культуры ответственности внутри предпринимательского сообщества.

Список литературы

1. Абрамян И.А. Формирование социально ответственного бизнеса в современной России: проблема социального управления процессом: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Иван Андреевич Абрамян. – М., 2007. – 172 с. EDN NOQHGX

2. Ахмедов Т.А. Проблемы развития социальной ответственности бизнеса в России / Т.А. Ахмедов, В.Ф. Рочев, В.А. Алексеева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – №9. – С. 5–11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vael.ru/ru/article/view?id=2966> (дата обращения: 02.08.2025). DOI 10.17513/vael.2966. EDN RKGDEB

3. Богомолова И.П. Этика бизнеса: учеб. пособие / И.П. Богомолова, Т.И. Овчинникова, И.А. Давыденко; Федер. агентство по образованию, Воронеж. гос.

технол. акад. – Воронеж: Воронеж. гос. технол. акад., 2004. – 111 с. EDN QWJYPD

4. Векшина А.О. Трансформация видов социальной ответственности малого бизнеса в условиях кризиса COVID-19 / А.О. Векшина // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2023. – Т. 20. №1. – С. 146–154. DOI 10.21686/2413-2829-2023-1-146-154. EDN QASNGM

5. Воробьёв С.В. Малое предпринимательство России в условиях экономических реформ рубежа 1980–1990-х гг.: дис. ... канд. ист. наук / С.В. Воробьёв. – М., 2008. – 189 с. EDN NPJXGN

6. Зантарая Т.П. Особенности формирования и реализации концепции социальной ответственности бизнеса в России: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Теа Палестовна Зантарая. – М., 2007. – 180 с. EDN NOVSQR

7. Послание Президента Российской Федерации от 10.05.2006 г. // Официальный сайт Президента России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/23819/page/1> (дата обращения: 02.08.2025).

8. Савицкая Н.И. Эволюция корпоративной социальной ответственности малого бизнеса в России: от благотворительности к устойчивому развитию / Н.И. Савицкая // Российское предпринимательство. – 2022. – №3. – С. 95–102.

9. Свердлова А.Л. Меценатство как социальное явление: российская традиция и современность: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.06 / Анна Леонидовна Свердлова; Рос. акад. наук, Ин-т соц.-полит. исслед. – М., 2000. – 21 с. EDN NLQLFN

10. Федеральный закон от 26.07.2019 №245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие» // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329995/ (дата обращения: 02.08.2025).

11. Фёдорова М.В. История развития и особенности русского меценатства / М.В. Фёдорова // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2016. – №4 (23) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-i-osobennosti-russkogo-metsenatstva> (дата обращения: 02.08.2025).

12. Чепало А.С. ESG-стратегии как фактор развития малого и среднего бизнеса / А.С. Чепало // Лидерство и менеджмент. – 2023. – Т. 10. №3. – С. 987–1000. DOI 10.18334/lm.10.3.117898. EDN NXKVZ

13. Яковлева Е. Как понимают россияне социальную ответственность бизнеса / Е. Яковлева // Российская газета. – 2004. – 9 июля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2004/07/09/socotvetstvenost.html> (дата обращения: 02.08.2025).