

## ■ ■ ■ Социальная эффективность малого и среднего бизнеса: коммуникативный аспект

**Каменева Т.Н., Кубикова Н.В.**

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

**Аннотация.** Авторами предложен актуальный в контексте текущих рисков предпринимательской деятельности подход к оценке социальной эффективности предприятий малого и среднего бизнеса. В статье дана авторская интерпретация понятия социальной эффективности бизнеса, отдельная роль отведена изучению корпоративной социальной ответственности как элементу социальной эффективности. Рассмотрены ключевые риски предпринимательской деятельности, влияющие на социальную эффективность, а также описана взаимосвязь подобных рисков и коммуникации с различными факторами. В заключительной части работы авторами приведены результаты исследования (опроса руководителей предприятий, N=412), посвященного анализу взаимосвязи между социальной эффективностью малого и среднего бизнеса и коммуникацией с ключевыми аудиториями. Установлено, что руководители предприятий осознают влияние социальной эффективности на прибыльность предприятия в долгосрочной перспективе. Выявлено, что реализация показателей социальной эффективности увязывается руководством предприятий с коммуникацией с другими организациями и с кадрами, значительная часть респондентов также отметила значение коммуникации с потребителями. Коммуникации выступают одной из детерминант, обуславливающих повышение социальной эффективности бизнеса.

**Ключевые слова:** социальная эффективность, корпоративная социальная ответственность, предпринимательская деятельность, риски предпринимательской деятельности, коммуникация, бизнес-среда

*Для цитирования:* Каменева Т.Н., Кубикова Н.В. Социальная эффективность малого и среднего бизнеса: коммуникативный аспект // Коммуникология. 2022. Том 10. № 4. С. 120-129. DOI 10.21453/2311-3065-2022-10-4-120-129.

*Сведения об авторах:* Каменева Татьяна Николаевна – доктор социологических наук, доцент, профессор Департамента социологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации; Кубикова Наталья Владимировна – соискатель Департамента социологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, директор ООО «Медицинские технологии+». Адрес: 125167, Россия, Москва, Ленинградский пр-т, 49/2. E-mail: kalibri0304@yandex.ru; nata-kubikova@mail.ru.

*Статья поступила в редакцию:* 20.09.2022. *Принята к печати:* 12.12.2022.

**Введение.** Актуальность выбранной темы обусловлена новыми задачами предпринимательской деятельности с точки зрения благополучия и социальной ответственности. Один из ответов на вопрос о том, как приспособиться к новым обстоятельствам, как действовать дальше и как планировать дальнейший рост, – стать социально эффективной организацией.

Под социальной эффективностью малого и среднего бизнеса понимается показатель, отражающий повышение уровня жизни населения в результате деятельности субъектов малого и среднего бизнеса. При определении данной категории и ее статистической оценке следует учитывать показатели, характеризующие уровень и качество жизни в динамике, в частности, увеличение рождаемости и снижение смертности, увеличение продолжительности жизни, динамику заболеваемости, стабильность индекса потребительских цен, уменьшение безработицы, повышение обеспеченности жильем, снижение уровня преступности в стране и пр.

Социальная эффективность предприятия сильно снижается в моменты неустойчивости и воздействия большого количества негативных факторов окружающей среды. Часто возникают ситуации, когда экономические показатели полностью вытесняют социальные цели в компаниях, особенно ярко это проявляется в кризисные моменты.

Коммуникационные взаимодействия являются одним из механизмов повышения социальной эффективности малого и среднего бизнеса, так как они позволяют не только выявить и удовлетворить потребности общества и сформировать благоприятный климат в трудовом коллективе, но также выстроить дальнейшую стратегию взаимодействия с другими субъектами малого и среднего предпринимательства, повышая общий уровень социальной эффективности частного сектора.

Проблема данной научной статьи связана с рисками социальной эффективности малого и среднего бизнеса и коммуникации. Современные тенденции требуют от компаний повышения социальной эффективности и соблюдения ESG-принципов, однако в условиях ограниченности ресурсов и внешнего санкционного давления взаимодействие между субъектами малого и среднего бизнеса усложняется. Кроме того, кризисные условия также обуславливают рост социальной напряженности, вследствие чего нарушается процесс коммуникационного взаимодействия с потребителями. Заметим, что ESG-повестка подразумевает следование определенным принципам устойчивого развития, соответствующие аббревиатуре ESG (экология, социальная политика и корпоративное управление).

Таким образом главная проблема данного исследования выражена в противоречии, когда с одной стороны развитие механизма социальной эффективности является стратегическим приоритетом для любой организации, который позволит снизить эффекты от потенциальных рисков, однако, с другой стороны, в условиях санкционного давления, нестабильности российской экономики и социальной напряженности механизм коммуникации, являющийся одним из факторов социальной эффективности, функционирует менее эффективно.

**Принципы социальной эффективности.** Реализация социально эффективной деятельности является одним из компонентов триады ESG (экология, социальная политика и корпоративное управление), который сопряжен с социальной ответственностью. Социальная ответственность бизнеса представляет собой совокупность благоприятных для общества результатов деятельности субъекта бизнеса.

В настоящее время концепция социальной эффективности широко используется в различных формах. Решение социальных проблем с сопутствующей трансформацией в сторону благосостояния является одной из ключевых целей социальной эффективности. Помимо решения социальных вопросов, социальная эффективность также включает в себя внешнюю деятельность, которая относится к принципам соблюдения экологии и не вредительства окружающей среде. Коммуникационное взаимодействие является одной из компонент, формирующих социальную эффективность малого и среднего бизнеса.

Социальная эффективность как направление развития организации стала важным пунктом, который стараются исполнять предприятия в процессе своей деятельности [Горьковская, Петров: 35]. Среди ключевых принципов социальной эффективности можно выделить следующие [Поярков, Лапшов, Стефановский: 202]:

1. Первый принцип определяет цель социальной эффективности. Согласно этому принципу, бизнес-целью компаний является преодоление бедности или решение проблем, связанных с образованием, питанием, здравоохранением, окружающей средой и обеспечением доступа к технологиям для населения с низким доходом, а не только ради получения прибыли. Важно, чтобы был соблюден баланс между работой над социальными вопросами и поддержанием экономической устойчивости предприятия. Соблюдение данного принципа также сопряжено с коммуникацией – возможности решения актуальных социальных проблем находятся в зависимости от уровня коммуникационного взаимодействия как между самими предпринимателями, так и между бизнесом и клиентами.

2. Второй принцип – обеспечение финансовой и экономической устойчивости.

3. Третий принцип связан с развитием бизнеса - сумма, заработанная сверх инвестиций, которая должна быть реинвестирована обратно, чтобы увеличить масштабы операций и улучшить их. Это расширение направлено на привлечение большего числа людей или улучшение качества услуг. Для реализации данного принципа необходимо формирование высокого уровня коммуникационного взаимодействия с участниками рынка, что позволит масштабировать бизнес посредством расширения клиентской базы, привлечения инвесторов и выстраивания партнерских отношений с другими субъектами малого и среднего предпринимательства.

4. Четвертый принцип – ответственность за экологическое благополучие. Субъекты малого и среднего бизнеса должны играть важную роль в улучшении состояния окружающей среды прямо или косвенно. Это означает, что их деятельность гарантирует, что они не наносят вреда окружающей среде.

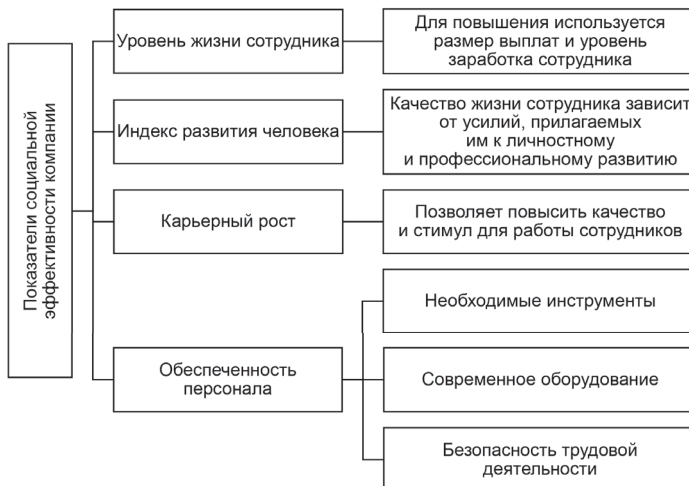
5. Пятый принцип – обеспечение достойного уровня заработной платы и оборудование рабочего места – сотрудники компании должны получать справедливую компенсацию, соответствующую отраслевым стандартам и работать в условиях, соответствующих требуемым. Для обеспечения сотрудников необходимым оборудованием и формирования благоприятного социально-психологического климата в организации необходимо осуществление коммуникационного взаимодействия внутри организации.

Немаловажным фактором социальной эффективности бизнеса является выстраивание верной коммуникативной связи с потребителем, что позволяет осуществлять социально полезную деятельность и расширять количество каналов связи с потенциальными клиентами.

### Корпоративная социальная ответственность как элемент социальной эффективности организации

Бизнес, осуществляющий деятельность социальной направленности, тесно взаимосвязан с принципом социальной корпоративной ответственности. Корпоративная социальная ответственность – концепция, в соответствии с которой компания должна осуществлять общественно полезную деятельности помимо максимизации стоимости компании [Гагаринова, Лисуненко, Цораева: 169]. Реализация корпоративной социальной ответственности в организации является одним из механизмов обеспечения социально эффективной деятельности – в данном контексте особую роль приобретает коммуникация, которая позволяет выстроить систему взаимодействия с потребителями и также обеспечить рост человеческого капитала сотрудников. Сущность человеческого капитала представляет собой совокупность знаний, умений и навыков, которые могут использоваться для удовлетворения личных потребностей и достижения поставленных целей. Высокий уровень человеческого капитала сотрудников позволяет компании добиваться более высоких результатов.

В контексте функционирования компании реализация социальной эффективности может быть измерена с помощью следующих показателей (см. рисунок 1) в рамках коммуникации с персоналом организации.



**Рисунок 1.** Показатели социальной эффективности компании на основе коммуникации с персоналом / Indicators of the company's social efficiency based on communication with staff

Показанная на рисунке 1 система показателей показывает, что реализация корпоративной социальной ответственности не представляется возможным без выстраивания стабильной коммуникации с персоналом.

### **Риски предпринимательской деятельности**

При применении принципов социальной эффективности в кризисные периоды повышается вероятность появления большого количества рисков, которые могут негативно отразиться на деятельности организации [Адаменко, Петров, Маркелов: 14]. Существует высокий риск дефицита финансовых ресурсов и вынужденного увеличения кредитных активов, которые были вызваны внешними условиями, экономической нестабильностью и уходом иностранных инвесторов с российского рынка [Винокур: 96]. В случае снижения объема финансовых ресурсов снижается социальная эффективность компании, что связано с необходимостью перераспределения имеющихся ресурсов в соответствии с приоритетными сегментами [Костин, Кожухина: 175].

Второй риск социальной эффективности связан со снижением рыночной капитализации бизнеса. [Мусаева, Алтынбаева: 143]. Данный риск также оказывает влияние на социальную эффективность компании, т. к. снижение рыночной капитализации компании означает снижение ее инвестиционной привлекательности для инвесторов, что также повлечет за собой снижение объема привлекаемого капитала и сокращение расходных статей на реализацию общественно полезной деятельности.

Третий риск социальной эффективности малого и среднего предпринимательства – это рост закупочных цен (себестоимости). Показателем этого риска является инфляция, повышение индекса потребительских цен (в годовом исчислении в процентах) [Семенихина, Бруева: 159]. В случае повышения закупочных цен встает вопрос о целесообразности ведения деятельности, и вопрос социальной эффективности отходит на второй план, если совсем не прекращается [Grzeszczyk, Pełszyński].

Еще одним риском является дефицит или избыточность инвестиций [Рогожин: 150]. В первом случае возникают трудности с развитием принципов социальной эффективности, потому что не хватает ресурсов для расширения деятельности. В обратном случае может произойти ситуация, когда принцип максимизации прибыли возведен в абсолют, а социальная эффективность перестает быть важным вектором развития организации.

Пятый риск – это сокращение объема платежеспособного спроса. Показателем этого риска являются валовые национальные сбережения (в процентах от ВВП). Слабый спрос негативно отражается на желании малого и среднего бизнеса развивать направление социальной эффективности [Berezin, Sergi, Gorodnova: 3718].

Еще одной большой группой рисков, связанных с повышением социальной эффективности, являются риски, связанные с человеческим капиталом организаций – данная группа рисков напрямую связана с реализацией концепции кор-

поративной социальной ответственности, о которой было сказано ранее [Cao, Wang: 153-160].

### **Оценка соблюдения ESG-принципов**

Бизнес, претендующий на высокий уровень социальной эффективности, должен соответствовать стандартам развития в трех категориях ESG (экология, социальная политика и корпоративное управление). Показатели ESG используются инвесторами для оценки корпоративного поведения и потенциала компании [Арсеньев, Давыдова, Сычугов: 196]. Экологические, социальные и управленческие факторы (ESG) помогают измерить устойчивость компании, ее социальную эффективность и полезность для страны в целом.

Так, экологические принципы определяют, насколько компания заботится об окружающей среде и как пытается сократить ущерб, который наносится экологии. Например, бренд обуви Timberland сотрудничает с производителем шин Omni United и делает подошвы ботинок из переработанных шин [Cherulyanis, Vlasova: 302].

Социальные и управленческие принципы показывают отношение компании к персоналу, поставщикам, клиентам, партнерам и потребителям. Чтобы соответствовать стандартам, бизнес должен работать над качеством условий труда, следить за гендерным балансом или инвестировать в социальные проекты. Например, американский бренд верхней одежды Patagonia не владеет фабриками, которые шьют его продукцию, поэтому не может влиять на размер зарплаты рабочих. Чтобы это исправить, в рамках программы «Честная торговля» бренд направляет часть средств с продажи продукции на фабрики, чтобы поднять зарплату сотрудников до уровня прожиточного минимума [Бунковский: 69].

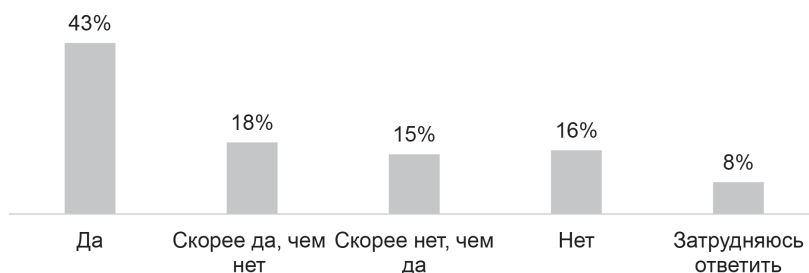
Коммуникации с потребителями выполняют роль инструмента, с помощью которого малый и средний бизнес выявляет потребности общества и на основании анализа формирует стратегию развития компании с учетом следования ESG-принципам [Хорева: 181].

### **Значение социальной эффективности (результаты опроса)**

В августе 2022 года было проведено авторское исследование, целью которого являлось изучение отношения руководителей предприятий к внедрению принципов социальной эффективности. Выборка состояла из 412 респондентов, связанных с управлением малыми и средними предприятиями. По результатам исследования были получены данные, отражающие мнение предпринимателей в области оценки рисков, которые возникают в процессе применения принципов социальной эффективности.

Так, большинство респондентов считают, что развитие социальной эффективности в периоды экономической нестабильности порождает финансовые риски (84%), административные риски (52%), а также риски, связанные с кадровой си-

туацией (34%). Таким образом, наиболее сильным фактором нежелания предпринимателей развивать социальную эффективность предприятий является неуверенность в способности осуществить необходимые мероприятия. При этом стоит отметить, что большинство респондентов (88%) отмечают важность применения механизмов социальной эффективности. Особенно важно то, что большая доля опрошенных утверждает о наличии влияния социальной эффективности на прибыльность предприятия в долгосрочной перспективе (см. рисунок 2).



**Рисунок 2.** Влияние социальной эффективности предприятия на его прибыльность / The influence of the social efficiency of the enterprise on its profitability

Важно подчеркнуть, что больше половины респондентов (64%) отметили, что развитие социальной эффективности предприятий стимулирует развитие тенденции на снижение потенциальных рисков.

Немаловажно заметить, что респондентами также отмечалось, что взаимодействие между компаниями является эффективным инструментом воздействия на социальную эффективность (59%). На заключительном этапе авторами была предпринята попытка выявить отношение респондентов (руководителей предприятий) к роли взаимодействия с потребителями в определении критериев и оценке социальной эффективности. Более трети респондентов (38%) высоко оценили роль взаимодействия с потребителями.

**Выводы.** Проведенное исследование и последующий опрос руководителей предприятий позволил установить их в целом положительное отношение к социальной эффективности (88%) в сочетании с глубокой неуверенностью в способности осуществить необходимые мероприятия по повышению социальной эффективности предприятия, в первую очередь – в связи со значительными рисками предпринимательской деятельности (административные – 52%, кадровые – 34%). Значительная часть опрошенных подтверждает влияние социальной эффективности на прибыльность предприятия в долгосрочной перспективе. Выявлено, что реализация показателей социальной эффективности увязывается руководством предприятий с коммуникацией (а) с другими организациями и (б) с кадрами, при этом треть респондентов также отметила значение коммуникации с по-



требителями. Коммуникации выступают одной из детерминант, обуславливающих повышение социальной эффективности бизнеса.

## Источники

- Адаменко А.А., Петров Д.В., Маркелов В.В. (2020). Классификация факторов риска предпринимательской деятельности // Естественно-гуманитарные исследования. № 2 (28). С. 10-15.
- Арсеньев Ю.Н., Давыдова Т.Ю., Сычугов А.А. (2018). Управление проектами и принятие решений: эффективность, надежность, качество, безопасность, риски // Вопросы управления. № 1. С. 192-201.
- Буньковский Д.В. (2019). Инструменты управления предпринимательскими рисками // Вопросы управления. № 1 (37). С. 65-76.
- Винокур И.Р. (2019). Методика анализа и управления рисками // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. № 3. С. 93-108.
- Гагаринова Н.В., Лисуненко К.Э., Цораева Э.Н. (2019). Малое и среднее предпринимательство в экономике // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. № 2. С. 167-171.
- Горьковая О.П., Петров А.В. (2019). Социально ответственный бизнес и реализация целей устойчивого развития в России как возможность снижения комплаенс-рисков // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). № 1 (50). С. 32-37.
- Костин К.Б., Кожухина К.А. (2019). Проблемы совершенствования управления рисками в предпринимательской деятельности // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». № 1. С. 171-180.
- Мусаева Л.И., Алтынбаева Л. Е. (2020). Риски предпринимательской деятельности // Вопросы устойчивого развития общества. № 7. С. 141-145.
- Поярков А.Н., Лапшов Д.А., Стефановский Д.В. (2021). Повышение экономической эффективности управления бизнес-процессами компании с использованием инструментов гиперавтоматизации // Новая наука: новые вызовы. С. 200-204.
- Рогожин Д.В. (2020). Преимущества и риски внедрения концепции КСО в России // Управление человеческими ресурсами – основа развития. С. 147-152.
- Семенихина А.В., Бруева Т.А. (2020). Формирование бизнес-модели организации как эффективного инструмента обеспечения устойчивого развития предприятия // Современные проблемы управления и технологии их решения в условиях трансформационных вызовов. С. 155-161.
- Хорева Л.В. (2019). Устойчивое развитие и корпоративная социальная ответственность: новые акценты // Реализация целей устойчивого развития: европейский и российский опыт. С. 175-183.
- Berezin A., Sergi B.S., Gorodnova N. (2018). Efficiency assessment of public-private partnership (PPP) projects: The case of Russia. *Sustainability*. Vol. 10. № 10. P. 3713-3721.
- Cao H., Wang L.F.S. Social efficiency of entry in a vertically related industry revisited. *Economics Letters*. Vol. 192. P. 109-200.
- Chepulyanis A.V., Vlasova I.E. (2022). Assessment of Economic Efficiency by Life Cycle Stages. In: International Scientific and Practical Conference "Sustainable development of environment after Covid-19" (DEC 2021). Atlantis Press. P. 299-308.
- Grzeszczyk T.A., Pełszyński J. (2020). Towards a conceptualization of a social efficiency.



## ■ ■ ■ Social Efficiency of Small and Medium Business: communication aspect

**Kameneva T.N., Kubikova N.V.**

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

**Abstract.** The authors propose an approach to assessing the social efficiency of small and medium businesses relevant in the context of the current risks of entrepreneurial activity. The article gives the author's interpretation of the concept of social efficiency of business, where considerable role is assigned to corporate social responsibility as an element of social efficiency. The authors analyze the key risks of entrepreneurial activity that affect social efficiency and describe the connection of such risks with communication with various actors in business environment. In the final part of the work, the authors represent the results of a study (survey of business executives, N=412) devoted to the analysis of the relationship between the social efficiency of small and medium-sized businesses and communication with key audiences. It has been found that small and medium business representatives are aware of the impact of social efficiency on the profitability of the enterprise in the long term. Besides, it was revealed that the implementation of social performance indicators is linked by the management of enterprises with communication with other organizations and with personnel, though a significant part of the respondents also noted the importance of communication with consumers.

**Keywords:** social efficiency, corporate social responsibility, small and medium business, risks of entrepreneurial activity, communication, business environment

*For citation:* Kameneva T.N., Kubikova N.V. (2022). Social efficiency of small and medium business: communication aspect. *Communicology (Russia)*. Vol. 10. No. 4. P. 120-129. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-4-120-129.

*Inf. about the authors:* Kameneva Tatyana Nikolaevna – DSc, Associate Professor, Professor at the Department of Sociology of the Financial University under the Government of the Russian Federation; Kubikova Natalia Vladimirovna – postgraduate student at the Department of Sociology of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Director of Medical Technologies+, LLC. Address: 123001, Russia, Moscow, Leningradsky ave, 49/2. E-mail: kalibri0304@yandex.ru, nata-kubikova@mail.ru.

*Received:* 20.09.2022. *Accepted:* 12.12.2022.

## References

- Adamenko A.A., Petrov D.V., Markelov V.V. (2020). Classification of business risk factors. *Natural Humanitarian Research*. No. 2 (28). P. 10-15 (In Rus.).
- Arseniev Y.N., Davydova T.Yu., Sychugov A.A. (2018). Project Management and Decision Making: Efficiency, Reliability, Quality, Safety, Risks. *Management Issues*. No. 1. P. 192-201 (In Rus.).
- Berezin A., Sergi B.S., Gorodnova N. (2018). Efficiency assessment of public-private partnership (PPP) projects: The case of Russia. *Sustainability*. Vol. 10. № 10. P. 3713-3721.
- Bunkovsky D.V. (2019). Business Risk Management Tools. *Management Issues*. No. 1 (37). P. 65-76 (In Rus.).

Cao H., Wang L.F.S. Social efficiency of entry in a vertically related industry revisited. *Economics Letters*. Vol. 192. P. 109-200.

Chepulyanis A.V., Vlasova I.E. (2022). Assessment of Economic Efficiency by Life Cycle Stages. In: International Scientific and Practical Conference "Sustainable development of environment after Covid-19" (DEC 2021). Atlantis Press. P. 299-308.

Gagarinova N.V., Lisunen K.E., Tsoraeva E.N. (2019). Small and medium business in the economy. *Bulletin of the Kursk State Agricultural Academy*. No. 2. P. 167-171 (In Rus.).

Gorkovaya O.P., Petrov A.V. (2019). Socially responsible business and the implementation of sustainable development goals in Russia as an opportunity to reduce compliance risks. *Society. Environment. Development (Terra Humana)*. No. 1 (50). P. 32-37 (In Rus.).

Grzeszczyk T.A., Pełszyński J. (2020). Towards a conceptualization of a social efficiency.

Khoreva L.V. (2019). Sustainable development and corporate social responsibility: new accents. In: Implementation of sustainable development goals: European and Russian experience. P. 175-183 (In Rus.).

Kostin K.B., Kozhukhina K.A. (2019). Problems of Improving Risk Management in Entrepreneurship. *Scientific Journal of NRU ITMO. Series "Economics and Environmental Management"*. No. 1. P. 171-180 (In Rus.).

Musaeva L.I., Altynbaeva L.E. (2020). Risks of entrepreneurial activity. *Issues of sustainable development of society*. No. 7. P. 141-145 (In Rus.).

Poyarkov A.N., Lapshov D.A., Stefanovsky D.V. (2021). Increasing the economic efficiency of managing a company's business processes using hyperautomation tools. *New Science: New Challenges*. P. 200-204 (In Rus.).

Rogozhin D.V. (2020). Benefits and risks of implementing the concept of CSR in Russia. In: Human resource management as a basis for development. P. 147-152 (In Rus.).

Semenikhina A.V., Brueva T.A. (2020). Formation of an organization's business model as an effective tool for ensuring the sustainable development of an enterprise. In: Modern problems of management and technologies for their solution in the context of transformational challenges. P. 155-161 (In Rus.).

Vinokur I.R. (2019). Methods of risk analysis and management. *Bulletin of the Perm National Research Polytechnic University. Socio-economic sciences*. No. 3. P. 93-108 (In Rus.).