

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

кандидата социологических наук, доцента

Аникеевой Оксаны Петровны

на диссертационную работу Даниловой Любови Сергеевны

«Социальная ответственность предпринимателей малого бизнеса в современной России (на примере Нижегородского региона)», представленную на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.03 –

Экономическая социология и демография

Актуальность темы диссертационного исследования

Развитие концептуальных аспектов социальной ответственности связывают в научном сообществе с опубликованием «легендарной работы» Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена» (1953г.). Отправной точкой явилась полемика, касающаяся содержания категории «социальная ответственность», трактуемая, прежде всего, в нормативном смысле, то есть с позиции оценочных суждений о том, «как должно быть», но не достоверная картина того, «как это происходит на самом деле». Своей актуальности проблема не утратила и в настоящее время.

Персонифицированный характер социальной ответственности, вопросы дуальности ее ключевых категорий – целей и ценностей, «реализация такой политики, принятие таких решений либо следование такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества», источников ответственности, которые подразумевают наличие некоего «общественного договора» как условия, согласующего поведение бизнесмена с общественными ожиданиями, а также присутствие особой внутренней моральной установки у бизнесмена, способной не только отражать ценности общества, но и формировать их и др., остаются открытыми, а поиск ответов на них – нетривиальная задача.

Постановке и решению актуальной и значимой проблемы дескриптивного (наряду с нормативным) анализа социальной ответственности предпринимателей малого бизнеса в современных условиях, определения ее специфики как на уровне индивидуальной позиции предпринимателей в отношении социальной ответственности (понимание, возможные формы и проявления), так и на уровне реальных практик ее реализации посвящено диссертационное исследование. Фокус исследовательского интереса, направленный на формирование концептуального среза под названием «как это должно быть в реальности» (в диссертационной работе – концептуальные основы ответственности бизнеса в социально-экономическом контексте его деятельности) и изучение, получение достоверной картины того, «как это происходит на самом деле» (в диссертационной работе – социальная ответственность предпринимателей малого бизнеса: понимание, возможные формы и проявления, реальные практики реализации), позволяющий понять, какие закономерности здесь могут складываться (в диссертационной работе – на основе анализа эмпирических данных показано – позиция предпринимателя малого бизнеса в отношении социальной ответственности детерминирована рядом факторов, конфигурация параметров которых образует типы предпринимателей, обладающих характерными особенностями понимания и проявлений социальной ответственности,

выявление таких типов открывает возможность адресного взаимодействия государства с каждым из них) повышает значимость работы.

Достоверность и обоснованность результатов диссертационного исследования обусловлены комплексным применением теоретических разработок социологии рационального выбора, социокультурной, сетевой, неинституциональной, политико-экономической теорий, подкрепляются серьезной эмпирической базой работы, применением качественных и количественных методов социологического исследования, в частности контент-анализа и факторного анализа, проведенных с использованием специализированных программ.

В эмпирическую базу исследования вошли: анализ отечественных законодательных и правовых актов, материалов статистики в рамках изучаемой автором проблематики, репрезентативные авторские социологические исследования (анкетный опрос, N=394, 2020г.; дополненный полуформализованным интервью, N=35, 2020г.), контент-анализ материалов российских научных исследований, посвященных социальной ответственности бизнеса (2013-2018гг.); социологическое исследование в составе исследовательской группы (анкетный опрос, N=475, 2020г.); вторичный анализ баз данных (материалы «Мониторинга социально-экономического положения и состояния здоровья населения Российской Федерации», НИУ «Высшая школа экономики», N=2409, 2019г.). Интерпретация эмпирических данных корректна и позволила автору сделать ряд интересных обобщений.

Выводы автора как в отношении интерпретации и обобщения результатов эмпирического исследования, так и в теоретическом плане обоснованы и убедительны, а концепция и результаты его исследования могут быть использованы для совершенствования подходов к оценке, диагностике социально-экономического самочувствия предпринимателей малого бизнеса, степени его социальной вовлеченности, практик реализации социально ответственного поведения различными типами предпринимателей малого бизнеса в том числе, на региональном уровне. Полученные в ходе работы результаты согласуются с результатами российских исследований (А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин, Независимый институт социальной политики, 2005г.) – в части выделения на основе эмпирических данных таких видов/подходов со стороны бизнеса к реализации социальной ответственности как «вынужденная», «ситуативная», «социальная ответственность при условии», в зависимости от наличия/отсутствия у представителей бизнеса устойчивых ориентаций в отношении социально ответственного поведения, но не отказывающихся от социально ответственных практик и, зарубежных исследований (Leroutre J., Heene A., 2006г.) по этой проблематике – в вопросе выявления связи между социальной ответственностью малого бизнеса и характерными особенностями личности его собственника, где в результате анализа эмпирических данных было установлено, что предприниматели образуют определенный спектр с двумя крайними плюсами: «изначально» настроенные на социально ответственное поведение и «оппортунистично» настроенные предприниматели (два типа, две поведенческие стратегии). Автор диссертационной работы, что крайне важно, не рассматривает таких жестких стратегий в разработанной им по результатам анализа эмпирических данных типологии, а «растягивает» пространство, добавляет «полутона», расширяя, таким образом, палитру поведенческих моделей в социально ответственных практиках предпринимателей малого бизнеса (четыре типа, четыре стратегии –

«Предприниматель-прагматик», «Рациональный предприниматель», «Предприниматель, поддерживающий социальное окружение», «Предприниматель-социальный благотворитель»).

Считаем важным отметить, что рекомендации автора по разработке государственных (в том числе региональных) программ стимулирования социально ответственного поведения в малом предпринимательстве, решения социальных и экономических проблем функционирования и развития малого бизнеса характеризуются встроенностью в существующие меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в предложенном автором подходе к анализу социальной ответственности бизнеса с позиций социологии рационального выбора, социокультурной, сетевой, неоинституциональной, политико-экономической теорий; выявлении характеристик социальной ответственности малого бизнеса в современной России; проведении анализа и систематизации мнений предпринимателей о месте социальной ответственности в повседневной реальности малого бизнеса; выявлении и установлении факторов (детерминант) индивидуальной позиции предпринимателя малого бизнеса в отношении социальной ответственности (социально-экономические характеристики – пол, возраст, образование, семейное и материальное положение, место проживания, сфера деятельности предприятия, субъективная оценка социального самочувствия); определении ключевых характеристик «оптимистично», «пессимистично», «нейтрально» настроенных предпринимателей в отношении социальной ответственности, выделенных автором в группы по параметру социального самочувствия; разработке и создании автором типологии предпринимателей малого бизнеса на основании понимания социальной ответственности и реальной практики ее реализации (посредством факторной модели); выявлении и описании ключевых различий четырех типов предпринимателей («Предприниматель-прагматик», «Предприниматель-социальный благотворитель», «Рациональный предприниматель», «Предприниматель, поддерживающий социальное окружение»); рассмотрении возможных направлений взаимодействия государства с каждым из них в целях стимулирования социально ответственного поведения в малом предпринимательстве. Представляется, что указанные выводы вносят заметный вклад в современную экономическую социологию.

Теоретическая значимость диссертационной работы обусловлена элементами ее новизны, заключается в постановке и решении актуальной и значимой проблемы дескриптивного (наряду с нормативным) анализа социальной ответственности предпринимателей малого бизнеса в современных условиях, определения ее специфики как на уровне индивидуальной позиции предпринимателей в отношении социальной ответственности (понимание, возможные формы и проявления), так и на уровне реальных практик ее реализации; в расширении и обогащении теоретико-методологической базы исследований в области социальной ответственности малого бизнеса; в приращении знания в области эконом-социологических исследований; в установлении детерминант, новых характеристик социальной ответственности предпринимателей малого бизнеса.

Практическая значимость работы связана с возможностью использования результатов, выводов и рекомендаций, полученных в ходе исследования при

разработке государственных (в том числе региональных) программ стимулирования социально ответственного поведения в малом предпринимательстве, решения социальных и экономических проблем функционирования и развития малого бизнеса.

Материалы работы прошли достаточную апробацию. Основные выводы и положения обсуждались на международных и российских научно-практических конференциях и семинарах, изложены в 13 научных публикациях, в том числе 3 статьи опубликованы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки Российской Федерации.

Представленная Даниловой Любовью Сергеевной диссертационная работа соответствует паспорту научной специальности 22.00.03 – Экономическая социология и демография в части пунктов – п. 2, п. 8, п. 9.

Основные замечания к представленному диссертационному исследованию заключаются в следующем: 1) при формировании категориального поля социальной ответственности бизнеса автором допущен ряд упущений – в структуру социальной ответственности не введены такие ключевые понятия, как цели (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные); источники (текущие расходы, валовой/чистый доход, прибыль, специально создаваемые для целей социально ответственной деятельности фонды); направления реализации (перечень мероприятий в разрезе – социальная ответственность перед персоналом, перед клиентами, перед конкурентами, перед партнерами, перед местным сообществом, экологическая ответственность, добросовестная деловая практика, социально ответственная реструктуризация); инструменты (социальные инвестиции, социальные отчеты, социальные коммуникации, социальный аудит); количественный уровень социальной ответственности (масштаб социальных инвестиций); ожидания основных заинтересованных сторон/стейкхолдеров (перечень, в разрезе – персонал, акционеры, партнеры, клиенты, потребители, местное сообщество, государство, общество); удовлетворенность взаимных социальных ожиданий бизнеса и общества. Такая структура позволила бы изучить встроенность социальной ответственности в систему экономической деятельности предприятия, провести операционализацию и формализацию категорий, произвести соответствующие замеры (разные шкалы), выйти на социальную и экономическую эффективность экономических решений исследователю, получить реальный масштаб социальных расходов (интервальные значения, ден.выражение, либо удельный вес, % от прибыли, дохода, др.). Предпринимателю – не относиться к расходам на социальную ответственность как к нежелательным издержкам, вычетами, но как к социальным инвестициям, способным приносить выгоды, положительные социально-экономические эффекты не только обществу, но и бизнесу (отложены во времени, не всегда принимают материальную форму), расширить понимание ими возможностей социально ориентированных практик и повысить социальную активность; 2) на стр. 60 работы автор фиксирует наличие методологической сложности в определении непосредственных акторов, образующих поле социальной ответственности малого бизнеса. Позволим себе не согласиться с данным утверждением. Для решения этой задачи достаточно в вопросы анкеты включить стандартный перечень субъектов взаимодействия (стейкхолдеров) и попросить предпринимателей сначала оценить (по шкале от 0 до 10 баллов, например) степень влияния каждого субъекта на функционирование бизнеса, затем в аналогичном перечне оценить степень влияния принимаемых предпринимателем решений на деятельность (состояние, положение) каждого субъекта. Результаты

позволяют проранжировать субъектов взаимодействия и выявить приоритетных из них (в т.ч. на сопоставлении тесноты и силы влияния). Это объективно и будут те, по отношению к которым предприниматель в первую очередь и максимально интенсивно должен реализовывать социально ответственное поведение, управляя тем самым социальными условиями ведения своего бизнеса, оптимизируя, либо ухудшая их, возможна разработка на этой основе стратегии адресной социально ответственной деятельности; кроме того в работе отсутствует трактовка понятия «стейкхолдер», на стр. 77 приводится довольно вольная ее интерпретация; автор не ставит в работе задачу изучения ожиданий (социальных интересов) ключевых субъектов внутренней и внешней социальной среды малого бизнеса; 3) автор не связывает на концептуальном, теоретическом и практическом уровне реализацию социальной ответственности с получением преференций, эффектов и выгод для ее субъекта. Не нашел отражение этот важный аспект и в вопросах авторского анкетного опроса и интервью, как следствие, в результатах исследования. Предприниматели, таким образом, не получили возможность воспринимать, связывать и соотносить в своем понимании, отношении к социальной ответственности реализуемые ими практики, либо намерение/отказ от таковых с выгодами, эффектами и эффективностью/потерями (в т.ч. имиджевые, репутационные и др.).

Сформулированные замечания не снижают научной и практической значимости полученных в работе результатов и общей положительной оценки работы.

Диссертационная работа Даниловой Любови Сергеевны «Социальная ответственность предпринимателей малого бизнеса в современной России (на примере Нижегородского региона)» представляет собой полноценную логически завершенную научно-квалификационную работу. Диссертационное исследование полностью соответствует требованиям п. 9 Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013г. № 842 (в редакции Постановления Правительства Российской Федерации от 21.04.2016г. № 335, от 01.10.2018г. № 1168), предъявляемым к кандидатским диссертациям, а соискатель Данилова Любовь Сергеевна заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.03 – Экономическая социология и демография.

Официальный оппонент:

кандидат социологических наук (22.00.03), доцент
кафедры экономики и финансов

Финансово-экономического института

Федерального государственного автономного
образовательного учреждения

высшего образования

«Тюменский государственный университет»

«31» _____ 2022г.

Адрес: 625003, г. Тюмень, ул. Володарского, 6;
e-mail: o.p.anikeeva@utmn.ru телефон 89323261276



**Аникеева
Оксана Петровна**

