

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА
им. П.А.Столыпина»**

Лапшина Г.В., Александрова Н.Р.

**УЧАСТИЕ АГРОБИЗНЕСА
УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ В
СОЦИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ СЕЛА**

Ульяновск 2013

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА
им. П.А.Столыпина»**

Лапшина Г.В., Александрова Н.Р.

**УЧАСТИЕ АГРОБИЗНЕСА
УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ В
СОЦИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ СЕЛА**

Монография

УДК 631.145
ББК 4

Лапшина Г.В. Участие агробизнеса Ульяновской области в социальном развитии села. Монография /Г.В. Лапшина, Н.Р. Александрова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. –176 с.

Рецензенты: Чутчева Юлия Викторовна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Управление и право в АПК» ФГБОУ ВПО «Московский ГАУ им. В.П.Горячкина»
Жирнов Александр Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и финансов НОУ ВПО «Институт экономики предпринимательства»

В монографии излагаются теоретические основы исследования, проведен анализ участия агробизнеса в социальном развитии села на территории Ульяновской области, его динамики, а также проанализирована законодательная база социальной ответственности, разработана методика диагностики ее сформированности у представителей агробизнеса и показаны результаты проведенного исследования. В работе представлены основные направления развития социальной ответственности агробизнеса перед жителями села. Книга предназначена научным работникам, аспирантам, магистрам и студентам экономических и управленческих специальностей, а также руководителям и специалистам.

Рекомендовано к изданию научно-техническим советом
Протокол № 2 от 16.04.2013

© Лапшина Г.В., Александрова Н.Р., 2013
© ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина, 2013.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
Раздел 1. Теоретические основы социальной ответственности бизнеса	10
1.1 Понятие и сущность социальной ответственности бизнеса	10
1.2 Основные виды, формы и модели социальной ответственности бизнеса	26
1.3 Институциональные основы социальной ответственности бизнеса	36
1.4 Социальные программы, действующие на территории Ульяновской области	55
Раздел 2. Анализ социальной ответственности агробизнеса села Ульяновской области	67
2.1 Современное состояние сельскохозяйственных организаций Ульяновской области	67
2.1.1 Динамика численного состава сельскохозяйственных организаций региона	67
2.1.2 Особенности развития предприятий АПК Ульяновской области	73
2.1.3 Уровень кадрового обеспечения сельскохозяйственных организаций области	83
2.1.4 Стимулирование работников сельскохозяйственных организаций региона	90
2.2 Программно-целевой подход к социальному развитию села	98
2.3 Исследование участия агробизнеса в социальном развитии села на территории Ульяновской области	109
2.4 Анализ участия предприятий агробизнеса в финансировании социальных программ	127
Раздел 3. Направления развития социальной ответственности агробизнеса Ульяновской области	139

3.1 Методика и результаты оценки остроты территориальной ситуации сельских населенных пунктов Ульяновской области	139
3.2 Модель взаимодействия участников социальной ответственности агробизнеса	152
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	160
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	170
ПРИЛОЖЕНИЕ	177

ВВЕДЕНИЕ

При возникновении мирового финансово-экономического кризиса в России одни организации практически мгновенно оказались на грани банкротства, другие успешно противодействовали кризисным явлениям. Это может объясняться многими причинами: наличием антикризисного потенциала предприятия, который можно охарактеризовать, прежде всего, как совокупность средств, условий, необходимых для сохранения и развития организаций в изменяющихся условиях, профессионализмом управления, экономической активностью, и даже стечением обстоятельств.

Однако среди этих причин все чаще выделяют социально-ответственное поведение организации, позволяющее избежать возникновения и обострение кризисной ситуации в масштабе отдельных организаций.

Проводимые на современном этапе социально-экономические преобразования в России направлены на структурную модернизацию и повышение эффективности экономики страны и улучшение качества жизни населения. В системе этих преобразований ведущая роль отводится агропромышленному комплексу, признанному Правительством Российской Федерации приоритетным сектором национальной экономики.

Формирование эффективного агропромышленного производства неразрывно связано с более полным и рациональным использованием трудовых ресурсов, созданием надежного механизма привлечения и закрепления на селе высококвалифицированных кадров, повышением мотивационных стимулов к качественному интенсивному труду.

Комплексное, всестороннее развитие инфраструктуры села, приближение качества жизни сельского населения к

городским стандартам – должно стать неотъемлемой частью деятельности федерального и регионального Министерства сельского хозяйства, муниципальных органов власти и непосредственно агробизнеса села.

Наиболее эффективным инструментом решения поставленной задачи повышения уровня и качества жизни на селе является программно-целевой подход, позволяющий сконцентрировать все ресурсы на решении ключевых проблем.

Это доказывает актуальность темы исследования «Проведение исследований и анализ практики участия агробизнеса в социальном развитии села Ульяновской области и разработка предложений по повышению социальной ответственности бизнеса в регионе». Конечная цель исследования состоит в разработке предложений по повышению социальной ответственности агробизнеса на основе системного и комплексного исследования практики участия агробизнеса в социальном развитии села на территории Ульяновской области.

Объектом исследования выступает система условий и факторов (экономических, психологических, правовых), определяющих участие агробизнеса в социальном развитии сельских территорий Ульяновской области.

В результате выполнения НИР получены следующие результаты:

- Разработаны на основе анализа имеющихся научных данных теоретические основы исследования, построены теоретические модели принятия субъектом агробизнеса решения об участии в социально значимых проектах;

- Рассмотрено в динамике экономическое и финансовое состояние сельскохозяйственных организаций Ульяновской области, как основных представителей агробизнеса села;

- Проведен анализ участия агробизнеса в социальном

развитии села на территории Ульяновской области, его динамики;

- Проведены эмпирические исследования (особенности и причины участия и неучастия представителей агробизнеса Ульяновской области в социальном развитии села, разработка методики диагностики сформированности социальной ответственности у представителей агробизнеса и проведение диагностического исследования на материалах анкетирования представителей агробизнеса Ульяновской области);

- Проанализирована законодательная база социальной ответственности агробизнеса.

Научная новизна и практическая значимость:

- Обобщены результаты теоретических разработок и проведенных эмпирических исследований;

- Сконструирована интегральная модель социальной ответственности агробизнеса, отражающая ее экономические, психологические и правовые факторы и механизмы;

- Разработаны предложения по повышению социальной ответственности агробизнеса на территории Ульяновской области.

При написании научной работы использованы следующие методы: монографический анализ, сравнительный, расчетно-аналитический, экономико-статистический, абстрактно-логический и метод анкетирования.

В качестве исходного материала использованы данные сводных годовых отчетов сельскохозяйственных организаций Ульяновской области за 2005 – 2011 гг., статистические ежегодники по РФ и Ульяновской области, ежегодный доклад по результатам мониторинга 2009,2010,2011гг. «Состояние социально-трудовой сферы села и предложения по ее регулированию», материалы Министерства сельского хозяйства Ульяновской области по реализации целевой программы «Социальное развитие села до 2012 года»,

другой нормативный и справочный материал, труды ученых экономистов по изучаемой проблеме.

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

1.1 ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Современный российский бизнес характеризуется устойчивым экономическим развитием, использованием инноваций, ведением эффективной конкурентной борьбы, расширением производства и зарубежных связей. Последнее во многом способствовало осознанию того, что бизнес не может существовать вне общества, следовательно, обязан реагировать не только на его экономические потребности, но и социальные. Социальная ответственность бизнеса постепенно становится обязательным элементом функционирования высокодоходного и конкурентоспособного предприятия.

В разработку теории и практики развития социальной ответственности значительный вклад внесли как зарубежные, так и российские ученые. Вопросы социальной ответственности бизнеса, социальной этики и социальных корпоративных программ рассмотрены в работах таких зарубежных ученых, как М. Фридмен, Ф. Герцберг, И. Ансофф, Ф. Котлер, Д. Муни, Э. Мэйо, М. Мескон, В. Оучи, Л. Урвик, А. Файоль, Т. Петерс, Ф. Хедоури и др. Среди российских исследователей следует отметить работы А.М. Бабича, Е.В. Белкина, В.Н. Бобкова, И.Н. Мысляевой, В.И. Пантина, Ю.Ю. Петрунина, Н.Н. Крупиной, А.А. Деревянченко, И.Ю. Беляевой, Н.А. Кричевского, С.Ф. Гончарова, А.А. Нецадина и др.

В экономической литературе проблемы социальной ответственности бизнеса поднимались еще в конце 50-х – начале 60-х гг. 20 века. Дискуссионными вопросами стали

исследования сущности и особенностей ответственности, ее необходимости, взаимосвязи корпоративного управления и социальной ответственности с показателями финансовой эффективности компаний.

Первая и наиболее традиционная концепция социально ответственного бизнеса возникла в 70-х г. и представляла собой утверждение, что единственная цель бизнеса – получение прибыли, а ответственность бизнеса перед обществом заключается в увеличении прибыли для своих акционеров. Данную точку зрения, которая получила название «теория корпоративного эгоизма», представлял М. Фридман. В дальнейшем в этом направлении работали Г. Саймон, Д. Хендерсон, Т. Левит, А. Хазин, В. Иноземцев.

Другая точка зрения, противоположная теории М. Фридмана, предполагала, что предприятия обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества жизни общества. Данная теория, представленная Комитетом по экономическому развитию США в 1970 г., получила название «теория корпоративного альтруизма».

Третью позицию представляют «центристские» теории (Д. Дэн Ули, Т. Дональдсон, Н. Боуи). Сторонники данной точки зрения полагали, что предприятия должны быть прибыльными, уважая при этом определенные моральные устои и соблюдая права человека. Раскрывая сущность «теории разумного эгоизма», можно отметить, что с точки зрения данного подхода социальная ответственность бизнеса является одним из факторов обеспечения его стабильности: реализуя социальные программы, предприятие сокращает свою текущую прибыль, но в долгосрочном периоде времени формирует благоприятную социальную среду для своих работников и благоприятное социальное окружение своей деятельности, создавая при этом условия для стабильности собственной прибыли.

Можно согласиться с авторами Доклада о социальных

инвестициях в России в 2008 г., что в настоящее время «... не существует единого общепринятого определения, и как следствие единого понимания сущности, социальной ответственности бизнеса», что не позволяет выработать эффективный механизм его реализации [17, с. 12 – 13].

Рассмотрим некоторые подходы к определению социальной ответственности бизнеса для того, чтобы получить более четкое представление о данном явлении.

В докладе «MakingGoodBusinessSense» (Создавая смысл для бизнеса), Л. Холм и Р. Уаттс, использует следующее определение: «Корпоративная социальная ответственность – это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время улучшая качество жизни своих работников и их семей, как и общества в целом» [28, с. 20].

Greenpaper Европейского союза определяет корпоративную ответственность как «концепцию, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в бизнес операции и их взаимоотношения со всем кругом, связанных с компанией организаций и людей» [28, с. 21]. Такой подход принят большинством стран Европейского союза.

Ведущее объединение корпораций США, занимающееся развитием и продвижением концепции социальной ответственности бизнеса BusinessforSocialResponsibility (Бизнес за социальную ответственность), определяет социальную ответственность бизнеса как «достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде» [68].

Международный Совет по устойчивому развитию утверждает, что социальная ответственность бизнеса – это «устойчивая приверженность бизнеса соблюдению этики и

вкладыванию в экономическое развитие и в то же время улучшение качества жизни персонала и их семей, а также помощь всему сообществу и обществу в целом» [69]. Данный подход воспринимает организации как полноценных партнеров в своих сообществах, а не как организации, которые стремятся исключительно к извлечению прибыли. Политика социальной ответственности бизнеса, согласно BusinessforSocialResponsibility, – это взаимосвязанный набор политики, практики и программ, которые интегрированы в процесс бизнеса, цепочки поставок, процедуры принятия решений на всех уровнях компании и включают ответственность за текущую и прошлую деятельность и будущее влияние деятельности компании на внешнюю среду. Корпоративная социальная ответственность понимается как «открытая и прозрачная деловая практика, базирующаяся на этических ценностях, уважении к своим сотрудникам, акционерам и потребителям, а также заботе об окружающей среде» [70].

По мнению В.Л. Романова «для того, чтобы считаться социально ответственной, организация должна, при увеличении прибыли не нарушать законов и норм государственного регулирования. Это минимальный уровень состояния ответственности. Высокий уровень социальной ответственности организации предполагает, что она обязана учитывать человеческие и социальные аспекты воздействия своей деловой активности на работников, потребителей и местные общины, в которых происходит ее деятельность, а также вносить позитивный вклад в решение социальных проблем в целом» [44, с. 38].

Е.А. Соколовская определяет социальную ответственность бизнеса как «добровольный вклад в повышение благосостояние людей и развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, который может быть напрямую связана с основной деятельностью хозяй-

ствующих субъектов или выходить за ее рамки. В это понятие также входит иная общественно полезная финансовая, в том числе благотворительная деятельность бизнеса, позволяющая улучшить и поддерживать доверие общества к его деятельности ... социальная ответственность бизнеса заключается и в поиске диалога между бизнесом и властью» [46, с. 20]. Другими словами, социальная ответственность подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные программы со стороны организации.

По мнению А.В. Гизатулина, «в расширительной трактовке корпоративная ответственность соответствует термину корпоративная социальная деятельность, которая определяется как конфигурация принципов социальной ответственности бизнес-организации, процессов социального взаимодействия, а также политик, программ и наблюдаемых результатов, которые относятся к социальным отношениям. Данная трактовка является классической и используется в качестве основной характеристики корпоративной социальной ответственности [10].

Согласно определению Ассоциации менеджеров России, корпоративная социальная ответственность – это «... философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности в целях устойчивого развития и сохранения ресурсов для будущих поколений с опорой на следующие принципы:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест, инвестиции в развитие производства и человеческого потенциала;
- неукоснительное выполнение требований законодательства: налогового, трудового, экологического и т.д.;
- построение добросовестных и взаимовыгодных от-

ношений со всеми заинтересованными сторонами;

- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и повышение национальной конкурентоспособности в интересах акционеров и общества;

- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;

- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты общественного развития» [15].

Концепция социальной ответственности бизнеса в компаниях разного уровня, различных сфер бизнеса включает разные компоненты. Но самая широкая трактовка концепции социальной ответственности бизнеса включает в себя:

- корпоративную этику,
- корпоративную социальную политику в отношении общества,
 - политику в сфере охраны окружающей среды,
 - принципы и подходы к корпоративному управлению,
 - вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом,
 - политику в отношении персонала [68].

По мнению членов Ассоциации менеджеров России, приоритетными направлениями корпоративной социальной ответственности являются:

- добросовестная деловая практика: развитие бизнеса в целях благополучия общества; минимизация социальных издержек развития бизнеса; повышение эффективности рабочих мест на территории ведения бизнеса;

- развитие персонала: предоставление конкурентных заработных плат и социального пакета; инвестиции в развитие персонала;

- безопасные условия труда и охрана здоровья: созда-

ние и поддержание дополнительных, наряду с законодательно закрепленными, безопасных условий труда и норм охраны здоровья;

- природоохранная деятельность и ресурсосбережение: реализация экологических и ресурсосберегающих программ с целью сокращения негативного воздействия на окружающую среду;

- социально-ответственная реструктуризация: ведение бизнеса и реструктуризации социально приемлемым для местного сообщества способом;

- развитие местных сообществ: содействие местным сообществам в эффективном управлении и развитии;

- поощрение благотворительности и волонтерства: создание эффективных механизмов реализации благотворительных проектов, поощрение личного вклада в благотворительность, поддержка

Следует различать экономическую и управленческую природу социально ответственного бизнеса. Первая, экономическая, природа социально ответственного бизнеса определяется сутью бизнеса как такового: получение экономического и социального эффекта от любой социально ответственной деятельности предпринимателя. Вторая, управленческая, сторона социально ответственного бизнеса характеризует содержание социально ответственного бизнеса с точки зрения объективного участия бизнеса в общественно-экономическом развитии, что было отмечено еще в 1953 г. Г. Боуеном – социальная ответственность бизнеса состоит «в реализации той политики, принятии таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны с позиций целей и ценностей общества» [67].

Сущность социальной ответственности бизнеса проявляется через реализацию функций. В экономической литературе функции социально ответственного бизнеса рас-

сматриваются в соответствии с микро-, отраслевого, макро- и мега- уровнями (рисунок 1).

Уровень	Функции
Микроуровень	Создание условий стабильного роста денежных потоков; Сохранение права собственности на качественный трудовой ресурс; Рост эффективности производства (снижение затрат на единицу выпущенной продукции)
Отраслевой уровень	Анализ внешней среды с позиции ее социальных характеристик; Создание партнерских форм бизнес-ответственности; Формирование рыночного равновесия факторов производства;
Макроуровень	Осуществлении бизнес-структурами миссии успешного общественного развития (реализация экономической идеологии социально ответственного бизнеса); Формирование гражданской ответственности всех членов общества
Мегауровень	Обеспечение конкурентоспособности национальной экономики в мировом сообществе; Создание условий вызревания партнерского сотрудничества в использовании мировых ресурсов и межнациональных ресурсов планеты

Рисунок 1 – Функции социально ответственного бизнеса

Перечисленные функции отражают степень зрелости социальной ответственности бизнеса.

Основными участниками социальной ответственности бизнеса являются работники, работодатели, власть и общество в целом. Основные цели и интересы участников соци-

альных отношений представлены на рисунке 2 и в таблице 1.

Необходимо признать, что существуют аргументы как в пользу развития социальной ответственности бизнеса, так и против этого. Первые можно свести к следующим положениям.



Рисунок 2 – Интересы участников социальной ответственности

Во-первых, социально ответственный бизнес имеет более благоприятные долгосрочные перспективы. Улучшение жизни людей в определенном регионе выгодно предприятию даже просто самим участием в общественной жизни. В более благополучном с социальной точки зрения обществе благоприятнее и условия для бизнеса. Кроме того, у поставщиков и других контрагентов формируется более привлекательный образ предприятия. Поэтому, даже если краткосрочные издержки на социальную активность высоки, в долгосрочной перспективе они могут стабилизировать прибыль.

Таблица 1 – Основные цели и интересы участников социальной ответственности бизнеса, ожидаемые результаты

Работники	Работодатели	Власть	Общество в целом
Основные цели			
Стремление к достойной жизни	Создание комфортных условий для бизнеса	Упрочнение авторитета	Устойчивое развитие
Основные интересы			
<ul style="list-style-type: none"> - улучшение условий труда - достойная оплата труда - защита жизни, здоровья, имущества - социальный пакет (медицинское, пенсионное страхование, детские сады, ясли, дома отдыха) - улучшение условий труда, морального климата в коллективе - уважение прав личности - поддержка образования - поддержка творческих 	<ul style="list-style-type: none"> - улучшение имиджа предприятия - расширение спроса на производимую продукцию - получение доступа на международные рынки - повышение привлекательности на рынке труда - улучшение условий труда, повышение заинтересованности работников - управление рисками, возникающими в соци- 	<ul style="list-style-type: none"> - получение средств контроля над социальной ситуацией в регионе - облегчение проверки выполнения работодателями региона требований трудового законодательства - стимулирование решения социальных проблем работодателями - повышение привлекательности региона на рынке труда; 	<ul style="list-style-type: none"> - создание новых рабочих мест - создание социальных объектов (детских садов, школ, больниц, спортивных сооружений) - поддержка образования - поддержка и проведение культурных и спортивных мероприятий - снятие социаль-

Продолжение таблицы 1

<p>начинай</p>	<p>альной сфере - получение «общественной лицензии» на ведение бизнеса - установление хороших отношений с властью - приобретение средства защиты собственности от недружественного поглощения - повышение инвестиционной привлекательности</p>	<p>закрепление трудоспособного населения в регионе - поощрение деятельности администрации вышестоящими органами власти - получение позитивной оценки деятельности администрации электоратом</p>	<p>ной напряженности - благоустройство населенных пунктов - снижение вредных воздействий на окружающую среду - экономное расходование невозможных ресурсов - создание инфраструктуры</p>
<p>Ожидаемые результаты</p>			
<p>Удовлетворение от работы, уверенность в завтрашнем дне</p>	<p>Стабильная прибыль, рост капитализации</p>	<p>Стабильность деятельности, рост признания</p>	<p>Благосостояние</p>

Во-вторых, проявление бизнесом социальной ответственности удовлетворяет ожидания широкой публики. Вовлеченность предприятий в решение социальных проблем становится все более ожидаемой. А поскольку бизнес располагает значительными финансовыми ресурсами, общество ждет, что он будет передавать их часть на социальные нужды.

В-третьих, важно само моральное обязательство корпорации вести себя социально ответственно. Предприятие является членом общества, поэтому нормы морали также должны управлять его поведением. Кроме того, поскольку законы не могут охватить все случаи жизни, компании должны исходить из ответственного поведения, чтобы поддерживать общество, основанное на законности.

Однако следует перечислить и ряд проблемных моментов, связанных с социальной ответственностью бизнеса.

Во-первых, это нарушение принципа максимизации прибыли. Средства, направляемые на социальные нужды, являются для предприятия издержками и уменьшают его прибыль.

Во-вторых, менеджеры, управляющие компаниями, не подотчетны непосредственно широкой публике. Рыночная система хорошо контролирует экономические показатели предприятий и плохо – их социальную вовлеченность. До тех пор, пока общество не разработает порядок прямой отчетности предприятий, последние не будут участвовать в социальных действиях, за которые не считают себя ответственными.

В-третьих, проблема кроется в недостатке умения решать социальные проблемы. Сотрудники предприятия могут быть подготовлены к деятельности в сферах экономики, рынка, техники. Однако, как правило, они лишены опыта, позволяющего решать проблемы социального ха-

рактера. Совершенствованию общества должны способствовать, прежде всего, специалисты, работающие в государственных структурах и благотворительных организациях.

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно согласиться с мнением Т. Зантарая, что корпоративная социальная ответственность – это отвечающая специфике и уровню развития корпорации, регулярно пересматриваемая и динамично изменяющаяся совокупность обязательств, добровольно и согласованно вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, принимаемых руководством компании с учетом мнений персонала и акционеров, выполняемых в основном за счет средств корпорации и нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию компании (рост объемов производства, повышение качества продукции и услуг, др.), улучшению ее репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями [19, 18].

Среди наиболее распространенных направлений социальных программ компаний можно выделить такие, как: развитие персонала, охрана здоровья и безопасные условия труда, социально ответственная реструктуризация, природоохранная деятельность и ресурсосбережение, развитие местного сообщества и добросовестная деловая практика (таблица 2).

Сегодня приходит понимание того, что бизнес обязан быть социально ответственным. Прежде всего, социальная ответственность бизнеса – это его активное участие в финансировании социальной сферы в дополнение к социальным затратам государства, что заключается в:

Таблица 2 – Направления социальной ответственности предприятий

Направления	Особенности	Программы, входящие в данное направление
Развитие персонала	Проводятся в рамках стратегии развития персонала с целью привлечения и удержания талантливых сотрудников	В числе социальных программ по развитию персонала могут использоваться обучение и профессиональное развитие, применение мотивационных схем оплаты труда, предоставление социального пакета, создание условий для отдыха и досуга, участие сотрудников в принятии управленческих решений и т.п.
Охрана здоровья и безопасные условия труда	Обеспечивает создание и поддержание дополнительных норм охраны здоровья и условий безопасности на рабочих местах	Программы охватывают охрану труда и технику безопасности, медицинское обслуживание персонала на предприятии, поддержание санитарно-гигиенических условий труда, поддержание материнства и детства, создание эргономичных рабочих мест, профилактику профессиональных заболеваний и т. п.
Социально ответственная реструктуризация	Призвано обеспечить проведение реструктуризации социально ответственным образом, прежде всего в интересах персонала компании	Обычно проводятся информационные кампании, освещающие предстоящие структурные изменения, мероприятия по профессиональной переподготовке, содействию в трудоустройстве, осуществляются компенсационные выплаты сотрудникам, попавшим под сокращение, и т. п.
Природоохранная деятельность и ресурсосбере-	Осуществляется по инициативе компании с целью сокращения	Проводятся программы по экономному потреблению природных ресурсов, повторному использованию и утилизации отходов, предотвращению загрязнения

Продолжение таблицы 2

жение	вредного воздействия на окружающую среду	окружающей среды, организации экологически безопасного производственного процесса, проводятся акции по озеленению и «субботники» компании и т. п.
Развитие местного сообщества	Осуществляется на добровольной основе, внося вклад в развитие местного сообщества.	Социальные программы и акции поддержки социально незащищенных слоев населения, оказание поддержки детству и юношеству, поддержка сохранения и развития жилищно-коммунального хозяйства и объектов культурно-исторического значения, спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных мероприятий, участия в благотворительных акциях и т. п.
Добросовестная деловая практика	Имеет целью содействие принятию и распространению добросовестной деловой практики между поставщиками, бизнес-партнерами и клиентами компании	Это информационная открытость в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон, в организации крупными компаниями программ содействия малому бизнесу, в программах по добровольному ограничению сфер ведения бизнеса – например, распространение табачными компаниями политики отказа от продажи сигарет несовершеннолетним, а также сотрудничество с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и другими общественными организациями.

- обеспечении выпуска качественной конкурентоспособной продукции, развитие производства, укрепление финансовой устойчивости предприятия;
- своевременной выплате достойной заработной платы;
- обеспечении охраны и безопасных условий труда работников, решении экологических задач;
- поддержании уровня занятости, участии в программах переквалификации кадров при ликвидации рабочих мест;
- софинансировании систем профессиональной подготовки кадров и повышения их квалификации;
- осуществлении социальной поддержки наемных работников (льготные кредиты и ссуды, семейные пособия);
- своевременном и полном отчислении страховых платежей по программам пенсионного, медицинского и социального страхования;
- развитию и софинансировании объектов социальной сферы;
- развитию корпоративного профессионального пенсионного страхования;
- софинансировании добровольных видов страхования работающих;
- благотворительной деятельности;
- адресной поддержке беднейших слоев населения.

Социальная ответственность предполагает некий добровольный отклик на то, что лежит вне требований, определяемых законом или регулируемыми органами, или же сверх этих требований. Это добровольная обязанность предпринимателей – проводить политику, принимать такие решения и следовать таким направлениям деятельности, которые желательны с точки зрения целей и ценностей общества. Социальная ответственность бизнеса позволяет:

1. увеличить прибыль, ускорить темпы роста;
2. получить доступ к социально ответственным инве-

стициям, при распределении которых инвесторы принимают во внимание показатели, характеризующие деятельность компании в социальной и этической сферах, в области защиты окружающей среды;

3. сократить операционные расходы, например, за счет сокращения отходов производства или их переработки, увеличения эффективности использования электроэнергии или продажи переработанных материалов;

4. «улучшить» бренд и репутацию, что поможет развить и открыть новые рынки и направления бизнеса;

5. повысить продажи, лояльность клиентов (потребители хотят знать, что продукты произведены с пониманием ответственности по отношению к окружающей среде, а также других социальных аспектов, некоторые потребители даже готовы платить больше за «ответственные» продукты);

6. увеличить производительность и качество продукта (услуги);

7. получить больше возможностей привлечь и удержать сотрудников (люди предпочитают работать в компаниях, ценности которых совпадают с их собственными);

8. сократить претензии со стороны регулирующих органов;

9. сделать более эффективным управление рисками;

10. повысить конкурентоспособность.

1.2 ОСНОВНЫЕ ВИДЫ, ФОРМЫ И МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Исследование, проведенное Ассоциацией российских менеджеров в 2004 г., показало, что в российском обществе сущность социальной ответственности по-разному понимается менеджерами, потребителями, региональными

чиновниками и СМИ.

По мнению менеджеров и населения, социальная ответственность бизнеса – это:

- выпуск качественной продукции (47,5% опрошенных менеджеров и 46% населения);
- соблюдение законов (35 и 35,5% соответственно);
- уплата налогов (29,5 и 30,4%);
- охрана окружающей среды (31,5 и 30%);
- улучшение условий труда (33,5 и 22,5%);
- выплата высоких зарплат (11,5 и 19,1%);
- вложение денег в производство (19 и 14,8%);
- помощь бедным (2,5 и 10,5%);
- помощь регионам в решении социальных вопросов (10,5 и 10,4%);
- поддержка образования (3 и 9,3%);
- честность, прозрачность отчетности (13,3 и 8,7%) [15].

Таким образом, в представлениях менеджеров и населения социальная ответственность отождествляется как с внешней, так и с внутренней социальной политикой.

К внутренней социальной ответственности относят деловую практику в отношении собственного персонала, всего, что касается развития человеческих ресурсов на предприятии или фирме.

К внутренней социальной ответственности можно отнести следующие виды деятельности компаний:

1. Безопасность труда.
2. Стабильная выплата заработной платы.

3. Поддержание социально значимой заработной платы, которая позволяет содержать семью, давать детям образование и, кроме этого, обеспечивает стабильный потребительский спрос. (Отдельные эксперты подчеркивают необходимость платить «белую заработную плату», так как это позволит обеспечить своим сотрудникам достойную

старость).

4. Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников.

5. Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации.

6. Помощь в критических ситуациях (серьёзное заболевание, требующее дорогостоящего лечения и приводящее к длительному отсутствию работника на месте, смерть или несчастный случай с родственниками и пр.).

К внешней социальной ответственности можно отнести:

1. Спонсорство и корпоративную благотворительность (все эксперты отмечают, что благотворительность является одной из составляющих социальной ответственности бизнеса).

По мнению экспертов и менеджеров, принявших участие в исследовании, данное направление наиболее характерно для большинства компаний России.

2. Экология, которая включает в себя всё то, что превосходит установленные в государстве экологические стандарты, выполнение которых, в идеале, является обязательным.

3. Взаимодействие с местным сообществом, властными структурами. Развитие местного сообщества.

Некоторые эксперты, которые выделили данную категорию, подчёркивают, что налаживание взаимоотношений с муниципальными органами власти, открытость во взаимоотношениях с ними, реализация каких-либо совместных программ, или участие в муниципальных социальных программах помогает компании оставаться устойчивой, снижает административное давление на неё.

4. Также важным считается готовность компании участвовать в кризисных ситуациях. «Например, оказание по-

мощи пострадавшим в результате стихийного бедствия – предоставление тёплых вещей, возможности связи с родственниками, предоставление транспортных средств, оказание материальной помощи через перечисление денежных средств в специальный фонд и др.».

5. Выпуск качественной продукции – ответственность перед потребителями товаров и услуг. Данное направление выделили практически все опрошенные эксперты.

В современной научной литературе существует ряд моделей социальной ответственности бизнеса, отражающих основные тенденции формирования системы корпоративной социальной ответственности в компаниях разных стран. Как правило, выделяются американская, британская, европейская (континентальная), японская и российская модели корпоративной социальной ответственности.

В ряде работ можно встретить две формы социальной ответственности бизнеса: открытую и закрытую. Открытая форма заключается в том, что компания добровольно берет на себя ответственность за решение целого ряда проблем, волнующих общество. При этом любые проекты, мероприятия и прочие действия в рамках системы корпоративной социальной ответственности определяются компанией самостоятельно.

Закрытая (или скрытая) форма предполагает установление своеобразных границ, требований или правил для корпораций со стороны официальных и неофициальных инстанций. Это касается тех областей бизнеса, которые государство и общество склонны рассматривать как неотделимую часть предпринимательской деятельности, обязанностью компании.

Рассмотрим основные модели корпоративной социальной ответственности.

1. Американская модель корпоративной социальной ответственности за более чем вековую историю своего

развития сформировала набор традиционных механизмов и форм реализации корпоративных социальных программ. В Соединенных Штатах Америки, как ни в одной другой стране мира, распространены различные филантропические инициативы, поэтому корпоративная социальная ответственность долгое время рассматривалась как исключительно американское явление.

Для американских корпораций характерны добровольные инициативы в области корпоративной социальной ответственности, финансирование различных проектов и программ, благотворительность, меценатство, спонсорство. Подобные виды деятельности выходят за рамки требований закона, более того, поощряются обществом и государством, в частности, компании, активно реализующие программы корпоративной социальной ответственности освобождаются от ряда налогов, что закреплено на законодательном уровне.

Вообще, вмешательство государственного сектора в экономику США минимально, поэтому многие сферы жизнедеятельности общества являются саморегулируемыми и не входят в круг вопросов, решаемых государством. Так, например, система высшего профессионального образования на 85% финансируется за счет корпораций.

2. Европейская модель. В отличие от американской модели корпоративной социальной ответственности, характерной чертой европейской модели корпоративной социальной ответственности является ее государственное регулирование, в следствие чего ее признают в качестве скрытой формы корпоративной социальной ответственности.

Отличия европейской модели корпоративной социальной ответственности от американской заключаются в следующем:

- экономическая ответственность как элемент корпора-

тивной социальной ответственности рассматривается как ответственность не только перед акционерами, но и перед персоналом и местными сообществами;

- юридическая база социальной ответственности основывается на государственном регулировании социальной деятельности корпораций, что в США рассматривалось бы как вмешательство в сферу свободного предпринимательства;

- участие корпораций в решении многих социальных проблем рассматривается не как «социальная ответственность бизнеса», а скорее как этическое поведение компании;

- в Европе благотворительность, как элемент корпоративной социальной ответственности, распространена не так широко, как в Америке. Это объясняется различиями в системе налогообложения: европейские компании будут заниматься благотворительностью только в том случае, если получают соответствующие законодательно закрепленные налоговые послабления.

Сравнение основных элементов моделей корпоративной социальной ответственности в Европе и США приведены в таблице 3 [16, с. 18].

3. Британская модель корпоративной социальной ответственности является по своей сути симбиозом европейской и американской моделей. Как и в европейской модели, государство активно поддерживает бизнес, с американской моделью сходство заключается в большой активности корпораций в реализации собственных социальных проектов, что получило наибольшее распространение после реформ правительства М.Тэтчер.

Для британской модели корпоративной социальной ответственности характерно:

- широкое развитие сектора независимого консалтинга в области корпоративной социальной ответственности;

Таблица 3 – Основные элементы моделей социальной ответственности

	США	Европа
Экономическая ответственность	Направленность на соответствие с передовыми принципами корпоративного управления, достойного вознаграждения и защиты потребителя	Законодательно установленные рамки поведения, например, 35-часовая рабочая неделя, МРОТ, регулирование сверхурочной работы, правила производства и тестирования медикаментов
Юридическая ответственность	Невысокий уровень законодательно закреплённых правил поведения корпораций	Глубоко проработанное законодательство о правилах ведения бизнеса
Этическая ответственность	Тенденции преобладания поддержки местного сообщества	Высокие налоги и высокий уровень государственной социальной защиты
Благотворительность (филантропия)	Спонсирование искусства, культуры и университетского образования	Высокое налоговое бремя переносит на государство ответственность за финансирование культуры, образования и т.п.

- пристальное внимание финансового сектора к проектам в области корпоративной социальной ответственности (тенденция роста количества социально-ответственных инвестиционных фондов);

- повышенный интерес СМИ;
- система бизнес-образования Великобритании однозначно превосходит континентальную Европу по количеству и разнообразию учебных курсов в области корпоративной социальной ответственности;
- участие правительства в развитии корпоративной социальной ответственности. Это проявляется в создании партнерств с частными предприятиями в образовательном секторе, поддержке инициатив в области корпоративной социальной ответственности через софинансирование проектов, налоговые льготы, продвижение инициатив по соответствию национальных стандартов принятым международным.

4. Японская модель корпоративной социальной ответственности. Как отмечают исследователи, японская модель корпоративной социальной ответственности проявляется в системе «пожизненного найма» и соответствующих условиях управления персоналом. Таким образом, можно сказать, что японская модель корпоративной социальной ответственности ориентирована на внутреннюю среду предприятия.

Следует отметить, что традиции реализации корпоративной социальной ответственности во внутренней среде законодательно никак не закреплены, «...но практически являются неким социальным императивом и широко реализуются во всех крупных японских компаниях, поэтому применительно к Японии вряд ли можно говорить о социальной ответственности корпорации как проявлении ее собственной инициативы» [13, с. 138 - 139].

Корпоративная социальная ответственность является частью экономической деятельности японских компаний. Как правило, принципы корпоративной социальной ответственности находят отражение в миссиях и целях корпораций, в соответствующих Программах, Кодексах и т.д.

5. Российская модель. Современная российская модель корпоративной социальной ответственности во многом сложилась на базе наследия социалистических предприятий, имеющих в своей структуре такие традиционно социально-направленные подразделения, как детские сады, летние лагеря и пансионаты, собственные больницы, дома культуры, клубы и т.д. В условиях экономической системы Советского союза, социальная ответственность предприятий не рассматривалась как особый вид деятельности, корпоративная социальная ответственность была государственно закрепленной формой активности производственного сектора.

За несколько лет, наиболее кризисных для страны в целом, многие предприятия были вынуждены отказаться от «социалки» как непрофильных активов, не приносящих предприятию прибыли, более того, требующей совершенно неоправданных с экономической точки зрения серьезных финансовых затрат на ее содержание и поддержание. Однако, в современных условиях хозяйствования российский бизнес, особенно крупный, уже на добровольных началах возвращается к возрождению традиций социальной ответственности: развивается социальная инфраструктура предприятий, появляются специальные программы, бизнес активно начинает участвовать в благотворительных мероприятиях и акциях.

В докладе Торгово-промышленной палаты, подготовленном к встрече ее членов с В.В. Путиным в 2003 г., готовность российского бизнеса к социально-ответственной деятельности отражается так: «В условиях, когда 80% национальной экономики принадлежит частному сектору и акционерному капиталу, логичной и естественной выглядит ситуация, при которой предпринимательский сектор разделяется государством всю полноту ответственности за социально-экономическое состояние общества, удовлетво-

рение жизненно важных потребностей населения» [50].

Российская модель корпоративной социальной ответственности еще не сформировалась, а скорее находится в стадии своего развития, демонстрируя при этом устойчивые положительные результаты. Следует отметить, что, по мнению целого ряда исследователей, институт корпоративной социальной ответственности в России прошел ряд периодов. Традиционно выделяется следующая периодизация развития российской модели корпоративной социальной ответственности:

- 1991 – 1998 гг. – реструктуризация социальной инфраструктуры компаний в ходе приватизации, возрождение традиций благотворительности и меценатства;

- 1998 г. - вследствие дефолта российские компании резко сократили вложения в социальную сферу, столько же значительно возросло их внимание к эффективности вложений;

- 1999 – 2001 гг. – постепенный переход от разовой помощи физическим лицам и организациям к финансированию целенаправленных программ; формирование представлений о корпоративной социальной ответственности в деловой среде и обществе в целом;

- 2002 – 2003 гг. – российское деловое сообщество публично заявило о своем стремлении быть социально ответственным. «Дело ЮКОСа» привлекло большое общественное внимание к ответственности компаний, вызвало открытую дискуссию по формированию правил ведения бизнеса и стимулировало интерес самого бизнеса к взаимодействию с гражданским обществом:

- 2003 г. – настоящее время — начало институционализации корпоративной филантропии, выделение корпоративных и частных фондов, развитие аутсорсинга, привлечение некоммерческих организаций к реализации корпоративных программ, профессионализация; активные дискус-

сии по вопросам социальной ответственности.

1.3 Институциональные основы социальной ответственности бизнеса

Корпоративная социальная ответственность – новое понятие для российского бизнес-сообщества. В мировую практику это понятие также появилось относительно недавно – около 20 лет назад. С конца семидесятых годов ведущие компании США и Великобритании пришли к необходимости объединить элементы корпоративной политики, связанные со взаимоотношениями компании с внешней средой, и выработать целостные подходы к взаимодействию с обществом. По сути, реализуя социальные программы, бизнес стремится с одной стороны – реабилитировать себя в глазах общества, а с другой – надеется улучшить свой имидж, укрепить репутацию брендов, увеличить конкурентоспособность продукции и, естественно, прибыль.

Как справедливо отметил американский профессор Т. Бош, основной толчок для движения корпоративной социальной ответственности дали две вещи – «социальная» природа бизнеса и юридический контекст, в котором создаются корпорации и в котором они функционируют.

В обоих случаях дело заключается в том, что корпорации в свою очередь «должны» что-то взамен обществу, которое позволяет существовать их привилегиям.

Однако еще одним существенным импульсом развития социальной ответственности компаний стал исключительно коммерческий фактор – взаимосвязь между общественным мнением и уровнем продаж. Отношение к тому или иному товару или бренду определяется теперь не только качеством самого товара, эффективностью ре-

кламы, но и общим имиджем, репутацией компании, в том числе ответственностью ее поведения в отношении партнеров, работников, окружающей среды, общества в целом. Опросы в различных европейских странах показали, что значительное число потребителей готовы бойкотировать товары компаний, практикующих безответственную политику по отношению к обществу.

Растущая социальная ответственность бизнеса обусловлена:

– интенсивным развитием мирового крупномасштабного научно-технического и производственно-инвестиционного кооперирования, стирающего грань между финансовыми, товарными, производственными, инвестиционными, инновационными потоками, требующего следования единым нормам и стандартам ведения бизнеса (макрэкономический уровень);

– социализацией целей мирового бизнеса, формирующих новые целевые установки для предприятия: осуществляя производственно-хозяйственную деятельность, оно должно ориентироваться не только на потребности рынка в высококачественных товарах и услугах, ориентированных при этом на потребительский спрос, но и на общечеловеческие ценности, реализуя концепцию социальной ответственности (микрэкономический уровень – уровень хозяйствующего субъекта);

– повышением уровня интеллектуального капитала, предъявляющего новые требования к своему существованию и развитию; возникновением нового типа потребителя, решение о совершении покупки которого основывается не только на качественных характеристиках предлагаемого товара (услуги), но и на этичном поведении компании и принятии ею во внимание социальных и экологических факторов (наноуровень – уровень индивида).

Интересно заметить, что по вопросу социальной ответ-

ственности бизнеса существуют две точки зрения. Первая состоит в том, что быть социально ответственным – значит, платить налоги и исполнять законы: «Мало что может так угрожать самим основам нашего свободного общества, как согласие лидеров корпораций взять на себя иную социальную ответственность, кроме той, которая состоит в зарабатывании денег для своих акционеров», – отмечал М. Фридман. По его мнению, социальная ответственность может быть сведена к получению компанией прибыли. Для современной компании достаточно, чтобы ее деятельность согласовывалась с общими принципами защиты окружающей среды, здоровья и безопасности, все остальные социальные программы лишь приведут к излишним расходам. В то же время другая позиция заключается в том, что уплата налогов и исполнение законодательных требований – это минимум. Несомненно, важна также позиция компании в отношении сотрудников и рабочих, важно влияние, которое она оказывает на сообщество. Развитие общества и рост компании взаимосвязаны. Достаточно четко эту позицию сформулировал в свое время Дэвид Паккард, основатель корпорации HewlettPackard: «Многие ошибочно считают, что цель существования любой компании – делать деньги. Однако, несмотря на то, что деньги – важный результат работы, мы пришли к выводу: группа людей становится тем, что мы называем компанией, чтобы получить возможность коллективно совершить то, что не по силам одиночкам, – внести вклад в жизнь общества».

История развития корпоративной социальной ответственности в России насчитывает всего около 5 лет. Еще 10 лет назад фраза «корпоративная социальная ответственность» вряд ли была бы понята кем-либо в бизнес-сообществе, а практика ограничивалась редкими заявлениями о следовании принципам этики и разовой благотворительностью. Однако в последние пять лет в связи с наметившейся

экономической и политической стабильностью и активным выходом российских компаний на международный рынок назрела необходимость в пересмотре подходов российских компаний к взаимоотношениям и своей ответственности перед обществом. Соответственно возник интерес компаний, правда, пока только крупных, к выработке продуманной политики социальной ответственности, к созданию ясной стратегии участия в жизни общества.

Достаточно концептуально к проблеме социальной ответственности подошел российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), разработавший социальную миссию российского делового сообщества. По словам вице-президента союза И. Юргенса, «социальная миссия современного делового сообщества России заключается прежде всего в достижении устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, которое отвечает долгосрочным интересам акционеров и соответствует социальным целям общества, способствует достижению социального мира, безопасности и благополучия граждан, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека».

РСПП выделяет пять принципов социальной ответственности компании:

- ответственность бизнеса перед потребителем, которая заключается в справедливом ценообразовании, качестве товаров и услуг, заботе о здоровье и безопасности потребителей, в добросовестной конкуренции и рекламе, соблюдении этических норм ведения бизнеса»;

- социальная защита работников предприятий (трудовые права и достойное вознаграждение за труд, охрана труда, безопасность и здоровье на рабочем месте, развитие и поддержка персонала);

- отношение к окружающей среде: экологическая безопасность производства, экономное потребление природ-

ных ресурсов и их повторное использование, утилизация отходов;

– партнерство с местным сообществом и властью также является обязательным условием ответственности, которая заключается в соучастии бизнеса в социально-экономическом развитии территорий по направлениям, затрагивающим основную деятельность компаний или не относящимся к основной деятельности (включая благотворительные программы социального и культурного развития), в поддержке общественных инициатив, институтов гражданского общества;

– отношение к правам человека. И. Юргенс так раскрыл содержание этого принципа: «Это соблюдение законом установленных прав работника и гражданина на рабочем месте, предотвращение любых форм дискриминации, принудительного труда, соблюдение и поддержка любых прав человека, имеющих отношение к деятельности организации».

В России также начинает внедряться концепция социальной ответственности бизнеса. Российские предприятия, с одной стороны, предпринимают попытки разработки конкретных подходов к социальной ответственности, внедрения международных принципов прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений, поддержки общества. С другой стороны, они вынуждены строить свою политику в условиях кризисного состояния социальной сферы российских регионов. В этой ситуации выходом может стать разработка таких подходов к социальной ответственности, которые были бы основаны на общепринятых международных принципах, но учитывали бы сегодняшние российские реалии.

Реализация социально ответственной политики бизнеса активно влияла бы на повышение уровня и качества жизни населения, изменение отношения потребителя к со-

циально ответственным корпорациям, а также повышение конкурентоспособности российских предприятий на мировых рынках за счет использования единых этических норм и стандартов ведения бизнеса. И, что немаловажно, на моральную легитимизацию крупных состояний, возникших в итоге «первоначального накопления».

Достижение этой общей цели предполагает решение ряда задач.

На макроэкономическом уровне:

а) формирование институциональной базы по вопросам социальной ответственности российских корпораций, которая позволит реализовывать их политику по единым стандартам, а также даст четкое представление российским предпринимателям о сущности социальной ответственности, ее назначении и механизме создания;

б) активное содействие развитию социальной ответственности бизнеса в российских регионах;

в) создание благоприятных условий жизнедеятельности хозяйствующих субъектов, проводящих политику социальной ответственности.

На микроэкономическом уровне (уровне хозяйствующего субъекта):

а) формирование системы корпоративной ответственности, учитывающей как опыт зарубежных корпораций, так и специфику регионов базирования;

б) использование в управлении бизнесом социально-корпоративных технологий – системы согласованного взаимодействия работодателей и наемных работников в рамках совместной производственной деятельности, представляющей собой совокупность методов управления экономическим, профессиональным и общественным поведением участников корпоративных объединений, направленным на достижение совместных общественно значимых целей.

На наноуровне (уровне индивида):

– изменение менталитета российского индивида – члена общества, заключающееся в осознании того, что его социальная защищенность обеспечивается не только личными возможностями и способностями, но и личным участием в формировании окружающей среды (бизнеса, государства, природы).

Стратегический курс на социальную ответственность бизнеса требует разработки целого комплекса финансово-экономических, государственно-правовых, образовательных, просветительских программ, из которых укажем только на некоторые.

На макроэкономическом уровне:

– разработка нормативной документации (законов, постановлений, рекомендаций, кодексов) по реализации политики социальной ответственности бизнеса;

– создание государственных и общественных институтов, деятельность которых была бы связана с освещением (продвижением) социальной ответственности предприятий как в России, так и за рубежом; координацией, контролем за деятельностью корпораций в рамках социальной ответственности перед всеми группами корпоративной аудитории; консультированием предприятий по вопросам создания и внедрения системы социальной ответственности на предприятии.

На микроэкономическом уровне (уровне хозяйствующего субъекта):

– разработка и следование принципам корпоративных кодексов, включающих положения обо всех направлениях социальной ответственности (ответственность в отношении всех групп корпоративной аудитории, экологическая ответственность, ответственность перед обществом в целом);

– повышение уровня и качества знаний (развитие ин-

теллектуального капитала) работников предприятий в области социальной ответственности;

– реализация концепции «экономики участия» (системы участия работников в прибылях, в управлении и собственности корпораций), повышающей заинтересованность работников в результатах деятельности своего предприятия и, как следствие, их социальную ответственность.

На наноуровне (уровне индивида):

– использование внутриличностного механизма повышения корпоративной социальной ответственности, реализуемого через самоорганизацию.

Сегодня корпоративная социальная ответственность как общественное явление находится только в начале пути. Хочется надеяться, что через органы власти, депутатов, политические партии, систему муниципалитетов и общественные организации удастся выработать консолидированную позицию общества по вопросам социальной ответственности. Далее возможна апробация ее на местах, на уровне отдельных предприятий. Когда же накопленный опыт позволит уклоняться от системных ошибок, возможно его закрепление в виде федерального закона.

Составной частью социальной ответственности компаний является их взаимодействие с обществом в целом. Традиционная практика благотворительности и филантропии компаний постепенно уходит в прошлое. Ведущие корпорации выходят за рамки «классической» филантропии – денежной или товарной помощи от компании благотворительным, социальным, культурным организациям. Новый подход определяется как политика участия в жизни общества и включает не только традиционную материальную и финансовую помощь из прибыли компании. В него входит и участие работников корпорации в оказании поддержки обществу, и активное вовлечение компании в обсуждение жизненно важных вопросов на территории, где

работает компания, и даже участие компании в фандрайзинге – привлечении средств других благотворителей на совместный социальный проект.

Объединение BusinessforSocialResponsibility использует термин «корпоративные общественные инвестиции» и определяет его как широкий круг действий, направленных на улучшение жизни в местных сообществах, где расположены подразделения компании.

Социальные инвестиции компании могут включать

- Прямые инвестиции в социально значимые проекты, которые могут окупиться;
- Денежные пожертвования;
- Предоставление бесплатно времени своих сотрудников, включая топ менеджмент;
- Пожертвования товаров или услуг;
- Предоставление возможности работникам жертвовать деньги на социальные проекты из своей зарплаты (многие компании добавляют корпоративные средства к пожертвованиям своих работников);
- Использование влияния компании для продвижения той или иной социально значимой программы, решения общественной проблемы.

В 2004 г. в Москве на XIV съезде Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей) одобрена Социальная хартия российского бизнеса. В Социальной хартии провозглашаются принципы экономической и финансовой устойчивости предприятий, обеспечения качества продукции, экологической безопасности, участия в развитии местного сообщества.

Социальная ответственность перед обществом определяется как выстраивание деловым сообществом, отдельными корпорациями и предприятиями своей деятельности по следующим направлениям:

- 1) производство качественной продукции и услуг для

потребителей;

2) создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат, инвестиции в развитие человеческого потенциала;

3) соблюдение требований законодательства: налогового, экологического, трудового и др.;

4) эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;

5) учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;

6) вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного общества.

Социальная хартия российского бизнеса исповедует принципы корпоративной социальной ответственности. Хотя документ излишне декларативен, его принятие имеет позитивный социальный эффект с точки зрения влияния на все деловое сообщество. Анализ практики участия российского бизнеса в социальных программах демонстрирует переход от традиционной «хаотичной» модели благотворительности к социально инвестирующему бизнеса.

Согласно выборочному опросу предпринимателей Российской Ассоциации менеджеров в России, социальные инвестиции бизнеса направлены в основном на внутренние программы. По данным исследования, от общего объема социальных инвестиций крупный бизнес направляет средства: на развитие персонала – 52,3%; на ресурсосбережение – 17%, на охрану здоровья – 12,6% и только 10% предназначаются на развитие местного сообщества.

Можно выделить следующие институциональные основы формирования современных моделей корпоративной социальной ответственности:

1. Институты законодательно-правового регулирова-

ния: законодательные акты, постановления, указы федерального, регионального и местного уровня.

2. Налоговая система: стимулирование социальной ответственности бизнеса с помощью налоговых льгот и привилегий.

3. Гражданское право, которое предусматривает соответствующее наказание за невыполнение соответствующих социально-направленных мероприятий (нанесение экологического вреда и пр.).

4. Этические и профессиональные кодексы, в которых прописаны нормы этичного, социального поведения представителей бизнеса той или иной отрасли. Регулирование профессиональной деятельности осуществляется посредством не только общих трудовых, административных и прочих норм, но и специфическими для определенного вида деятельности, характерными для соответствующего профессионального сообщества, в силу чего не могут рассматриваться в качестве правовых. Такие нормы находят отражение в соответствующих Хартиях, Декларациях, Кодексах, принимаемых профессиональными ассоциациями, или отдельными корпорациями. «Кодекс этики и стандарты профессиональной практики выражают добровольное принятие членами ассоциации обязательства соблюдать строгую дисциплину в большей, чем это предусмотрено законом, степени»— гласит Кодекс американской Ассоциации фирм по управленческому консультированию АСМЕ, созданной в 1929 г.

Родиной первых этических кодексов являются США, именно там в начале XX века появились первые корпоративные этические кодексы, в которых, как правило, фиксировались кредо компании, а также обозначались наказания для сотрудников (преимущественно, менеджеров среднего звена, а не рядовых сотрудников) за те, или иные нарушения: взятки, принятие дорогих подарков, действия, нано-

сящие вред имиджу компании, негибкость в работе с партнерами и клиентами, использование служебной информации в личных целях, фальсификация служебной информации и прочее. Инициаторами подобных документов выступали, как правило, руководители высшего управленческого звена и Советы директоров.

В настоящее время в практике российского бизнеса существует несколько этических кодексов. В качестве примеров можно привести Кодекс чести банкира (1992 г.), Российский Национальный кодекс деятельности в области и информатики и телекоммуникации (1996 г.), Кодекс чести международных автомобильных перевозчиков России (1996 г., а также более поздние. В рамках Национальной программы «Российская деловая культура» были разработаны «Принципы ведения дел в России» и принят ряд отраслевых кодексов. В сентябре 2000 г. Был принят Кодекс профессиональной этики оценочных компаний РФ. В июле 2002 г. Был принят Кодекс корпоративного поведения и этики ведения бизнеса группой компаний «Тройка диалог». В декабре 2002 г. Российский союз промышленников и предпринимателей принял Хартию деловой и корпоративной этики.

Как отмечает в своей работе Ю.Ю.Петрунин, «задача деловой этики - координация, гармонизация интересов предпринимательства и общества, а также формирования таких принципов делового общения, которые не противоречили бы общим нравственным принципам поведения» [36].

5. Стандарты. Широкое распространение концепции корпоративной социальной ответственности в практике крупных мировых компаний инициировало необходимость разработки унифицирующих стандартов, в которых отражаются те, или иные составляющие социальной ответственности, например, защите работников и пр. Например,

в стандарте SA 8000:2001 отражены параметры оценки социально-ответственного подхода к использованию детского и принудительного труда, вопросы охраны труда, составление и соблюдение коллективных договоров, определение нормирования рабочего времени и параметров заработной платы.

Впервые стандарты корпоративной социальной ответственности были разработаны Международной организацией по стандартизации по инициативе израильских коллег. В настоящее время существует целый ряд стандартов корпоративной социальной ответственности, в том числе, и разработанных неправительственными организациями, которые, однако, не являясь официальными, тем не менее получили широкое распространение в практике крупных международных компаний. Среди них:

- стандарт «Ответственность» (AA 1000:1999), разработанный Институтом социальной и этической ответственности Великобритании и позволяет измерить результаты деятельности компании с помощью набора критериев, на основе которых может быть проведен аудит деятельности предприятия в социальной сфере;

- стандарт «Социальная ответственность» (SA 8000:2001), разработан Международной организацией по социальной ответственности, определяет требования по охране труда, регламентации детского труда и соблюдению прав работника;

- стандарт «Система оценки профессиональной безопасности и здоровья» (OHSAS 18001:1999) предусматривает целевую установку и процесс ее достижения в области промышленной безопасности и здоровья персонала организации. Разработан Британской, Испанской, Норвежской, Южно-Африканской и некоторыми другими национальными организациями по стандартизации.

По мнению Т.Л. Зантарая, «помимо признаваемых в

качестве официальных стандартов корпоративной социальной ответственности в мировой практике существует ряд неформальных нормативных документов, разработчиками которых являются бизнес - ассоциации, некоммерческие объединения и отдельные граждане. Приведем несколько примеров:

- хартия «Кейданрен» о достойном корпоративном поведении, разработанная в 1991 г. «Японской федерацией предприятий», объединяющей более 100 промышленных групп Японии. Хартия определяет, что корпорации кроме получения прибыли через участие честной конкурентной борьбе должны приносить пользу обществу.

- стандарты «Саншайн» по предоставлению корпоративных отчетов для заинтересованных сторон, принятые в 1996 г. некоммерческой ассоциацией, объединяющей природоохранные, религиозные организации и общества защиты прав потребителей. Согласно стандартам «Саншайн» в корпоративных отчетах должны содержаться сведения о продукции и услугах, о гарантиях занятости, безопасности, здравоохранения и равных возможностях при найме, о структуре собственности, финансовых показателях и воздействии на внешнюю среду, количестве созданных рабочих мест, о выполняемых государственных заказах, штрафах, которые были взысканы с компании;

- глобальные принципы Салливана, разработанные Леоном Салливаном, принятые в 1999 г. и представляющие собой расширенную версию добровольного кодекса поведения для компаний, ведущих бизнес в ЮАР. К глобальным принципам Салливана относятся поддержка экономической, социальной и политической справедливости, соблюдение прав человека, равные возможности при приеме персонала, поддержание терпимости, обучение и продвижение социально-уязвимых категорий работников» [19, с. 17 - 19]

6. Целевые программы, принятые в качестве стратегических на какой-то территории. Так, например, в Санкт-Петербурге действует городская Программа «Этичный бизнес Санкт-Петербурга», инициатором которой выступили администрация города и инициативная группа предпринимателей. Особенностью Программы является то, что она определяет ориентиры в установлении добросовестных партнёрских отношений как между предпринимателями и потребителями, так и между предпринимателями, которые являются залогом успешного развития бизнеса и социального здоровья общества.

Для реализации этой цели Программа предусматривает для государственных органов:

1. развитие правового потребительского образования;
2. развитие правового образования для субъектов малого бизнеса;
3. информирование горожан о некачественных товарах и услугах, о текущей судебной практике и практике разрешения конфликтов;
4. информирование населения о функциях контролирующих органов, и результатах их деятельности.

Для предпринимателей:

1. реализацию норм и правил этичного бизнеса, определяемых Программой, критериями участия в Программе и «Кодексом Чести предпринимателя Санкт-Петербурга».
2. обязательство обеспечения публичной прозрачности своей деятельности для государства и потребителей.

Для потребителей: активизацию позиции в отстаивании своих прав на рынке.

По мнению Стрижова С.А. можно выделить «...различные уровни развития корпоративной социальной ответственности, одни из которых лежат в основе построения моделей социальной ответственности бизнеса во взаимо-

действию с властными и общественными структурами, используемых в российской практике, другие призваны служить ориентирами для построения таких моделей в будущем» [54, с. 27 - 28]. Автор выделяет несколько уровней развития корпоративной социальной ответственности (таблица 4).

Корпоративная социальная ответственность реализуется компаниями через соответствующие социальные проекты и программы, которые по своему содержанию можно разделить на две большие группы:

1. Программы, направленные во внешнюю среду предприятия, в которых непосредственным адресатом не является персонал компании.

2. Программы, направленные на развитие внутренней среды предприятия, социальную поддержку собственного персонала, работников.

Реализуя корпоративную социальную ответственность внешней среде, компании, как правило, ориентируются на следующие направления:

1. Экологические программы
2. Образовательные программы и поддержка научных исследований.
3. Программы по взаимодействию с органами местного самоуправления.
4. Программы по поддержке культуры и искусств
5. Филантропические программы

Помимо экологических, образовательных, филантропических и прочих программ, оказываемых компаниями, как правило, во внешней среде, для многих предприятий элементом корпоративной социальной ответственности является поддержка собственной внутренней среды - сотрудников предприятия

Среди наиболее распространенных направлений внутренней КСО-активности можно выделить следующие:

1. Программы развития персонала:

Таблица 4 – Уровни корпоративной социальной ответственности

Уровни КСО	Основной принцип социальной ответственности бизнеса	Деловая мотивация бизнеса	Координация процесса КСО в компании	Взаимодействие с заинтересованными сторонами	Взаимоотношения с властью
Либеральный (добровольная благотворительность)	Бизнес ответственен только за увеличение доходов своих акционеров	В рамках нормативных требований	Отделы по связям с общественностью	Филантропия	Соблюдение законодательства и уплата налогов
Традиционный (принудительная благотворительность)	Бизнес осуществляет социальную поддержку работников предприятий	Снижение рисков взаимодействия с органами власти	Комитеты по социальной ответственности при Советах директоров	Односторонний характер взаимодействия	Благотворительные пожертвования по проектам, инициированным властью
Партнерский (равноправное взаимодействие)	Бизнес осуществляет социальное инвестирование, участвует в реализации национальных проектах	Упреждающее управление рисками, построение деловой репутации и совместные решения	Комитеты или комиссии по управлению нефинансовыми рисками	Двусторонний диалог	Формирование партнерских отношений с властными структурами

Продолжение таблицы 4

Интеграционный (корпоративное гражданство)	Встраивание социальных программ компании в ее основные направления деятельности	Увязка между собой долгосрочны корпоративных целей и проблем общества	Департаменты по корпоративным отношениям	Корпоративное гражданство	Конгруэнтная система интересов власти, бизнеса и общества
Инновационный (прогрессивные альянсы)	Участие бизнеса в реализации стратегии инновационного прорыва в экономическом и социальном развитии страны	Смещение внимания КСО на системные изменения, обращение к будущим рынкам, структурами моделям бизнеса	Участие высшего руководства компаний в формировании общественных отношений	Прогрессивные альянсы, ориентированные на регулирование общественных отношений	Взаимодействие с властными структурами в прогрессивных альянсах

- обучающие курсы и программы;
- комплексные социальные пакеты.

2. Программы по охране здоровья и внедрению здоровьесберегающих технологий;

- мероприятия по соблюдению техники безопасности;
- мероприятия по соблюдению санитарно-гигиенических условий труда;
- медицинское обслуживание сотрудников на предприятии.

3. Социально-культурный сервис:

- предоставление жилья, или «дешевых» кредитов и субсидий на его приобретение;
- создание и поддержка собственных творческих и научных коллективов из числа рабочих;
- создание сети социальных учреждений: детский сад, дом культуры, пансионат и др.;
- формирование программ отдыха персонала: финансирование путевок, проведение экскурсий и т.д.

Таким образом, вслед за своими зарубежными коллегами, российские предприниматели начали осознавать, что бизнес не может существовать вне общества, а, значит, обязан реагировать на его потребности не только созданием качественного продукта, но через дополнительные мероприятия, которые не являются прямой обязанностью коммерческого предприятия. Так, идея социально-ответственного предприятия синтезирует в себе понятия и экономически-ориентированной компании, и компании, реагирующей на социальные запросы внешней и внутренней среды.

Корпоративная социальная ответственность, которая является воплощением социальной ответственности бизнеса, становится обязательным элементом функционирования крупных российских предприятий. Быть социально ответственным – не просто «модно», но и полезно, так как

благотворительная, спонсорская деятельность, меценатство, дополнительное социальное обеспечение сотрудников и прочие формы корпоративной социальной ответственности повышают рейтинг, имиджевое восприятие предприятия, улучшают ее репутацию, эффективно дифференцируют от конкурентов. Эффективно управляя коммерческой и социально-ориентированной деятельностью, максимально используя преимущества корпоративной социальной ответственности, компания может обеспечить себе в стратегическом плане устойчивое развитие, при котором происходит эффективное слияние экономически-направленных и социальных мероприятий на благо общество и на пользу компании.

1.4 СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ТЕРРИТОРИИ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Для развития экономического потенциала аграрного сектора и реализации приоритетного национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса» требуется системный подход, важнейшей частью которого является осуществление мер по повышению уровня и качества жизни на селе, преодолению дефицита специалистов и квалифицированных рабочих в сельском хозяйстве и других отраслях экономики села.

Для обеспечения устойчивого социально-экономического развития сельских муниципальных образований и эффективного функционирования агропромышленного производства на территории Ульяновской области реализуется ряд целевых программ, предусматривающих государственную поддержку социального и инженерного обустройства сельских поселений, развития несельскохозяйственных видов деятельности в сельской местности, рас-

ширения рынка труда, развития процессов самоуправления и на этой основе повысить качество и активизацию человеческого потенциала.

Так, в рамках Областной целевой программой «Развитие сельского хозяйства Ульяновской области» на 2008-2012 годы (утверждена Постановлением Правительства Ульяновской области от 22.01.2008 № 2/8-П) предусматриваются следующие мероприятия социальной направленности:

1. Выплаты, предусмотренные Правительством Ульяновской области, для закрепления молодых специалистов в АПК региона:

Оказание единовременной материальной помощи и ежемесячная доплата к заработной плате молодым специалистам, проживающим в сельской местности, в посёлках городского типа Ульяновской области, заключившим трудовой договор на срок не менее трёх лет с руководителем юридического лица, главой крестьянского (фермерского) хозяйства, индивидуальным предпринимателем, осуществляющим деятельность в сельском хозяйстве (на работах, непосредственно связанных с сельскохозяйственным производством) в Ульяновской области.

Для молодых специалистов на селе предусмотрена единовременная материальная помощь (таблица 5).

Для поощрения студентов 4-5 курсов агрономических специальностей, достигших высоких результатов в учёбе, за высокие результаты в научно-исследовательской и инновационной деятельности, принимающих активное участие в общественной жизни учреждены три персональные стипендии имени академика Российской академии сельскохозяйственных наук Н.С. Немцева, выплачиваемые за счёт областного бюджета, в размере 1500 руб. в месяц.

2. Доплата к назначенной трудовой пенсии бывшим руководителям сельскохозяйственных предприятий АПК

Таблица 5 – Размеры единовременной материальной помощи для молодых специалистов на селе

Виды материальной помощи	Размер материальной помощи
Единовременная материальная помощь, тыс. руб. - отработавшим один год	40
- отработавшим два года	60
- отработавшим три года	100
Ежемесячная доплата к заработной плате, руб. - для выпускников высших профессиональных образовательных учреждений	5000
- для выпускников средних профессиональных образовательных учреждений	3000

Ульяновской области:

Ежемесячная доплата к трудовой пенсии лицам, ранее замещавшим должности руководителей сельскохозяйственных организаций, составляет: при стаже работы в указанной должности от 15 до 20 лет - 1150 руб. в месяц; от 20 до 25 лет - 1450 руб. в месяц; от 25 до 30 лет - 1750 руб. в месяц; от 30 до 35 лет - 2050 руб. в месяц; свыше 35 лет - 2300 руб. в месяц.

Ежемесячная доплата к пенсии руководителей сельскохозяйственных организаций в случае назначения трудовой пенсии по инвалидности в соответствии с законодательством Российской Федерации о пенсионном обеспечении при стаже работы в указанной должности менее 15 лет составляет 1150 руб. в месяц. При стаже работы в указанной должности свыше 15 лет размер ежемесячной доплаты к трудовой пенсии по инвалидности определяется так же, как и размер ежемесячной доплаты к трудовой пенсии по

достижении старости.

Существенное значение в аспекте социальной ответственности имеет реализация Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года», основными целями которой являются:

- повышение уровня и качества жизни сельского населения на основе повышения уровня развития социальной инфраструктуры и инженерного обустройства населенных пунктов, расположенных в сельской местности;

- создание правовых, административных и экономических условий для перехода к устойчивому социально-экономическому развитию сельских территорий и реализации Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;

- создание условий для улучшения социально-демографической ситуации в сельской местности, расширение рынка труда в сельской местности и обеспечение его привлекательности;

- повышение престижности проживания в сельской местности.

Основными задачами Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года» являются:

- улучшение жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, и обеспечение доступным жильем молодых семей и молодых специалистов на селе;

- улучшение состояния здоровья сельского населения, в том числе на основе повышения роли физкультуры и спорта;

- улучшение материально-технического состояния общеобразовательных учреждений в сельской местности;

- активизация культурной деятельности на селе;

- развитие и расширение информационно-консультационного и правового обслуживания сельского населения;

- повышение уровня и качества электро-, водо- и газоснабжения в сельской местности, обеспечение развития телефонной и телекоммуникационной связи в сельской местности;

- расширение сети автомобильных дорог с твердым покрытием в сельской местности и их благоустройство;

- повышение уровня занятости сельского населения, сохранение и создание новых рабочих мест

Мероприятия данной программы сгруппированы по следующим направлениям: обеспечение жильем, образование, здравоохранение, культура, торгово-бытовое обслуживание, информационно-консультационное обеспечение сельского населения, электрификация, газификация, водоснабжение, телекоммуникационная связь, комплексная компактная застройка, дорожное строительство.

В рамках Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года» важное значение для устойчивого развития сельских территорий и закрепления кадров играют мероприятия по улучшению жилищных условий сельского населения, повышения уровня развития социальной инфраструктуры и инженерного обустройства сельских поселений.

Одним из мероприятий этой программы является улучшение жилищных условий сельского населения посредством строительства (приобретения) жилья гражданами, проживающими в сельской местности и нуждающимися в улучшении жилищных условий. В целях реализации данной Программы ежегодно подписывается Соглашение между Правительством Ульяновской области и Минсельхозом России, где предусмотрены порядок и условия предоставления субсидий из федерального бюджета на мероприятия по улучшению жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности, в том числе молодых семей и молодых специалистов, в рамках Федераль-

ной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года».

Доля субсидий из бюджетов различных уровней составляет 70% от расчётной стоимости жилья и 30,0 % - доля собственных средств участников жилищной программы.

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 31 января 2009 года № 83 «О внесении изменений в федеральную целевую программу «Социальное развитие села до 2012 года» 20 мая 2009 года принято постановление Правительства Ульяновской области № 211-П «О некоторых мерах по реализации федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2012 года».

Для получения социальных выплат молодыми семьями и молодыми специалистами необходимо соблюдать в совокупности следующие условия:

1. Работа или изъявление желания работать по трудовому договору не менее 5 лет в организации агропромышленного комплекса или социальной сферы в сельской местности в соответствии полученной квалификацией.

2. Постоянное проживание или изъявление желания постоянно проживать в сельской местности.

3. Признание нуждающимся в улучшении жилищных условий либо не имеющим жилья в сельской местности, в которой работает или изъявил желание работать по трудовому договору не менее 5 лет в организации агропромышленного комплекса или социальной сферы.

4. Наличие у молодой семьи и молодого специалиста собственных и (или) заёмных средств в размере части стоимости строительства (приобретения) жилья, не обеспеченной за счёт средств социальной выплаты.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 31 января 2009 года № 83 внесены изменения в федеральную целевую программу «Социальное развитие села

до 2012 года» и утверждены размеры общей площади жилого помещения, установленного для семей разной численности:

- 33 кв.м – для одиноко проживающих молодых специалистов;
- 42 кв.м – на семью из 2 человек;
- по 18 кв. м на каждого члена семьи при численности семьи, составляющей 3 и более человек.

В 2011 г. в ходе реализации Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года», направленной на развитие инфраструктуры сельской местности Ульяновской области, из федерального бюджета были направлены субсидии в размере 132,337 млн. руб.

- на мероприятия по развитию жилищного строительства в сельской местности и обеспечению жильём молодых семей и специалистов на селе – 91,237 млн. руб., что позволит обеспечить жильём 203 участника программы, ввести и приобрести 14088 кв. м жилья в сельской местности,- на мероприятия по развитию газификации в сельской местности – 21,1 млн. руб., что позволило ввести 53 км газопроводных путей,

- на мероприятия по развитию водоснабжения в сельской местности – 20 млн. руб., что позволило ввести 27,9 км водопровода. В целях решения одной из самых острых социальных проблем – обеспечение доступным жильём граждан

- на территории Ульяновской области реализовывались 2 подпрограммы Федеральной целевой программы «Жилище» на 2011-2015 годы. По подпрограмме «Выполнение государственных обязательств по обеспечению жильём категорий граждан, установленных законодательством» в 2011 году выдано 18 государственных жилищных сертификатов гражданам – участникам подпрограммы на общую сумму 21,051 млн.руб. из бюджета РФ.

По итогам проведённого конкурсного отбора заявок субъектов РФ на участие регионов в 2011 году в подпрограмме «Обеспечение жильём молодых семей» для Ульяновской области были определены средства федерального бюджета в размере 31,957 млн. руб. Во второй половине 2011 года Министерством образования Ульяновской области проведено заключение соглашений с муниципальными образованияами по реализации данной подпрограммы (подписано 21 соглашение). За счёт бюджетных средств 277 семей получили возможность улучшить свои жилищные условия: за отчётный период выданы свидетельства на право получения социальной выплаты 277 молодым семьям, из них оплачено – 173 свидетельства. Так как срок действия свидетельства о праве на получение социальной выплаты составляет 9 месяцев, то остальные 104 семьи будут улучшать свои жилищные условия в 2012 г.

Одним из важнейших механизмов социальной политики, как в организациях, так и в обществе в целом является социальное партнёрство. Политика должна быть социальной, то есть общественно признанной и взаимоприемлемой, а социальное партнёрство – это фактор политической и социальной стабильности в обществе, формирования новых цивилизованных отношений между органами власти субъекта, бизнес-сектором и населением, основанных на консенсусе интересов, недопущения социальной напряженности.

Для реализации социальной политики в рамках социального партнёрства в июне 2012 г. на территории Ульяновской области был подписан меморандум о социальной ответственности организаций. Соглашение подписано Правительством региона, профсоюзами и объединениями работодателей. Целью документа является развитие социального диалога, обеспечение социальной стабильности и общественного согласия в отраслях реального сектора эко-

номики Ульяновской области.

Меморандум предусматривает повышение заработной платы работников реального сектора экономики, поддержку семей с детьми, меры по обеспечению трудовых прав и социальных гарантий работников.

Организации-участники меморандума обязались в течение 2012 года повысить работникам заработную плату не менее чем на 15% к достигнутому уровню 2011 года. При этом заработная плата на этих предприятиях должна быть не ниже двух минимальных размеров оплаты труда. Также соглашением предусмотрены единовременные выплаты работникам при рождении детей, ежемесячные пособия женщинам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком до трёх лет, и оказание материальной помощи родителям (опекунам, попечителям) при поступлении ребёнка в первый класс. Каждому из родителей в многодетных семьях будет предоставляться дополнительный ежегодный оплачиваемый отпуск. Также предприятия, участвующие в соглашении, обязались материально и морально поощрять работников за высокое профессиональное мастерство.

Меморандум о социальной ответственности и взаимном сотрудничестве между Правительством Ульяновской области, профсоюзами и объединениями работодателей Ульяновской области предусматривает следующие обязательства Правительства области:

- обеспечение согласований позиций Сторон социального партнёрства по основным направлениям трудовой и социально-экономической политики;
- выработка рекомендации по вопросам заключения отраслевых соглашений, коллективных договоров;
- ведение мониторинга и принятие меры с целью повышения эффективности работы по соблюдению законодательства о труде, включая своевременность выплаты зара-

ботной платы и обеспечение повышения уровня реального содержания заработной платы;

- совершенствование нормативной правовой базы в целях расширения сферы применения и совершенствования инструментов социального партнёрства по вопросам охраны и оплаты труда;

- проведение мероприятия и мониторинг по внедрению отечественного и зарубежного опыта корпоративной социальной ответственности в организациях Ульяновской области совместно с социальными партнёрами;

- инициирование участия в областном этапе всероссийского конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности» не менее 15 организаций по каждому виду экономической деятельности, курируемому исполнительным органом государственной власти;

- инициирование заключения Меморандумов между исполнительными органами государственной власти Ульяновской области и руководителями организаций курируемых видов деятельности о социальной ответственности и взаимном сотрудничестве по обеспечению трудовых прав и социальных гарантий работников, с определением конкретных параметров темпа роста заработной платы и определением минимальной заработной платы;

- реализация мер материального и морального поощрения к организациям за достижение высоких показателей социальной эффективности, к работникам организаций – за высокое профессиональное мастерство.

Основными обязанностями Объединения работодателей и Профсоюзов являются:

- инициирование разработки и заключения отраслевых соглашений в соответствии с Трудовым кодексом Российской Федерации и представление их для рассмотрения в исполнительные органы государственной власти Ульяновской области и областную трёхстороннюю комиссию по

регулированию социально-трудовых отношений;

- принятие мер по подписанию в 2012 году Соглашения между Федерацией организаций профсоюзов Ульяновской области, объединениями работодателей Ульяновской области, Правительством Ульяновской области на 2013-2015 гг. на основе равноправия и уважения взаимных интересов сторон социального партнёрства;

- проведение мероприятия по заключению (пересмотру) коллективных договоров в организациях, в которых созданы профсоюзы или входящих в объединение работодателей;

- проведение мероприятий и мониторинга по внедрению отечественного и зарубежного опыта корпоративной социальной ответственности в организациях Ульяновской области совместно с социальными партнёрами;

- инициирование участия в областном этапе всероссийского конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности» не менее 20 организаций от каждой территориальной организации профсоюза или объединения работодателей;

- заключение Меморандумов с руководителями организаций, в которой создан профсоюз или входящих в объединение работодателей, о социальной ответственности и взаимном сотрудничестве по обеспечению трудовых прав и социальных гарантий работников, с определением конкретных параметров темпа роста заработной платы в течение 2012 года не менее, чем на 15% к достигнутому уровню 2011 года, и определением минимальной заработной платы в организациях в размере не ниже двух минимальных размеров оплаты труда;

- соблюдение в Меморандумах о социальной ответственности и взаимном сотрудничестве мер по поддержке семей с детьми:

- осуществление за счёт собственных средств органи-

заций единовременных выплат работникам при рождении первого ребёнка, увеличение суммы выплат при рождении второго и каждого последующего ребёнка, осуществление выплат ежемесячных пособий женщинам, находящимся в отпуске по уходу за ребёнком до трёх лет, оказание материальной помощи родителям (опекунам, попечителям) при поступлении ребёнка в первый класс;

- предоставление дополнительного ежегодного оплачиваемого отпуска каждому из родителей (опекуну, попечителю) многодетной семьи, имеющему троих и более детей, из расчёта один день за третьего ребёнка и по одному дню за каждого последующего ребёнка, в возрасте до 14 лет.

- осуществлять меры материального и морального поощрения к организациям за достижение высоких показателей социальной эффективности, к работникам организаций – за высокое профессиональное мастерство.

Таким образом, Ульяновская область имеет достаточный опыт в реализации социальных программ, предусматривающих государственную поддержку социального и инженерного обустройства сельских поселений, развития несельскохозяйственных видов деятельности в сельской местности, расширения рынка труда, развития процессов самоуправления и на этой основе повышение качества и активизации человеческого потенциала.

Однако для повышения социальной ответственности агробизнеса требуется системный подход, где одну из ключевых ролей будут играть сельскохозяйственные товаропроизводители. В настоящее время число предприятий, осуществляющих корпоративную социальную ответственность в АПК региона, невелико.

РАЗДЕЛ 2. АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АГРОБИЗНЕСА СЕЛА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Развитие аграрного сектора экономики в настоящее время признано одним из основных приоритетов социально-экономической политики государства. В свою очередь развитие аграрного сектора невозможно без прогрессивных сдвигов в социальной инфраструктуре села, которую в прежние времена формировали сельскохозяйственные организации. На современном этапе развития агробизнеса села, основным представителем которого являются сельскохозяйственные организации различных организационно-правовых форм хозяйствования, они в значительной степени утратили социальную ответственность перед жителями села в силу сложного экономического и финансового состояния. Поэтому с целью изучения условий и факторов, определяющих участие сельскохозяйственных организаций Ульяновской области в социальном развитии села, необходимо вначале проанализировать их экономическое и финансовое состояние.

2.1 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1.1 Динамика численного состава сельскохозяйственных организаций региона

Сельское хозяйство является основой функционирования АПК, поскольку именно оно определяет эффективность функционирования других его сфер. Определенный вклад в сельскохозяйственное производство страны вносит Ульяновская область.

Ульяновская область образована 19 января 1943 года. Областным центром является город Ульяновск. Ульяновская область входит в состав Приволжского федерального округа. По административному устройству область делится на 21 район, 6 городов, 33 поселка городского типа и более 100 сельских поселений. Численность постоянного населения области составляет 1млн. 483 тыс. человек (средняя плотность 40 чел./ км²).

Ульяновская область занимает 0,22% площади РФ. Территория Ульяновской области расположена на востоке Европейской части России, в бассейне среднего течения реки Волги. Протяженность области с севера на юг – 250 км, с запада на восток – 290 км. Площадь области составляет 37181 км². На юге она граничит с Саратовской областью, на севере – с Чувашией и Татарстаном, на востоке – с Самарской областью и на западе – с Пензенской областью и Республикой Мордовия. Географическое положение делает область привлекательным центром логистических и транспортных схем федерального и международного уровня. Через область проходят важные авиационные, железнодорожные и автомобильные коммуникации, обеспечивая надежные и тесные связи как внутри федерального округа, так и с соседними экономически развитыми регионами.

Агропромышленный комплекс Ульяновской области – многоотраслевая система, в которой создается более 15% валового регионального продукта. Определяющее влияние на результаты производства в области оказывают природные факторы. Климат области отличается выраженной континентальностью и преобладанием ясных малооблачных дней за вегетационный период, холодной зимой и сравнительно жарким летом. Поздние весна, а иногда и летние заморозки (в начале июня) – одна из характерных особенностей климата. Безморозный период длится в цен-

тральных и северо-западных районах 120 – 130 дней, в южных и восточных 130 – 140 дней. Годовая сумма осадков колеблется в среднем соответственно от 400 до 450 мм. Характерной особенностью климата области является повторяющиеся засухи и недостаточность атмосферных осадков. Продолжительность вегетационного периода колеблется от 173 до 185 дней. С увеличением к востоку суточных условий возрастает и общая континентальность климата, которая характеризуется повышением годовой амплитуды средних месячных температур от 38° С на северо-западе, до 33° С на юго-востоке.

Область богата водными ресурсами. На ее территории полностью или частично протекают 2030 больших и малых рек и речек. Река Волга делит область на две части: правобережье и левобережье. Рельеф правобережья, изрезанный балками и оврагами, а также долинами рек, имеет большие запасы леса. Рельеф левобережья представляет собой равнинную часть без значительных перепадов высот.

Одним из главных природных богатств Ульяновской области являются плодородные почвы, среди которых преобладают черноземы различных типов (25,6%) и серые лесные земли (44,5%). Оценка сельскохозяйственных угодий области составляет от 43 до 75 баллов. По почвенно-климатическим условиям область подразделяется на четыре земельнооценочных района:

1. Западная зона – Сурский, Карсунский, Инзенский, Базарносызганский, Вешкаймский, Барышский районы;
2. Центральная зона – Цильнинский, Майнский, Тереньгульский, Ульяновский, Сенгилеевский, Кузоватовский районы;
3. Южная зона – Николаевский, Новоспасский, Павловский, Старокулаткинский, Радищевский районы;
4. Восточная зона – Чердаклинский, Мелекесский, Новомалыклинский, Старомайнский районы.

Наиболее благоприятные условия для ведения сельскохозяйственного производства сложились в центральной и восточной зонах области.

Традиционно Ульяновская область специализируется на многоотраслевом сельском хозяйстве. В животноводстве преобладает мясо-молочное направление, в растениеводстве – посевы зерновых (пшеница, рожь, просо, гречиха); среди технических культур – подсолнечник и сахарная свекла.

Важным условием формирования и развития рыночных отношений является становление многоукладной экономики. Многоукладность в сельском хозяйстве предполагает функционирование предприятий различных форм хозяйствования с таким расчетом, чтобы каждое из них имело все условия для максимального использования своего ресурсного потенциала и эффективного ведения производства.

Практика показала, что выбор той или иной формы хозяйствования зависит от экономических, социальных, политических и других факторов той среды, в которой функционируют предприятия. Основным критерием выбора формы собственности и соответствующей ей формы хозяйствования является возможность производить наибольшее количество продукции на единицу совокупного труда. Поэтому в каждом регионе должна получить развитие такая организационная структура, которая обеспечит не только стабилизацию в сельском хозяйстве, но и дальнейшее наращивание объемов производства, повышение его экономической эффективности.

Для экономики важно не выделение и развитие отдельной формы собственности, какой бы эффективной она ни казалась, а создание и поддержание многоукладной предпринимательской деятельности.

За годы реформ в Ульяновской области сложилась м-

ногоукладная структура сельскохозяйственного производства. В первые годы экономических реформ создавались преимущественно общества с ограниченной ответственностью (ООО) и акционерные общества (АО). Новые сельскохозяйственные предприятия образовывались на базе бывших колхозов и совхозов.

С середины 1990-х годов большинство из них были преобразованы в сельскохозяйственные производственные кооперативы (СХПК). Но данная форма оказалась наименее эффективной, вследствие чего в последние годы наблюдается обратная тенденция: СХПК преобразовываются в ООО и АО.

В 1999г. в Ульяновской области функционировало 395 сельскохозяйственных предприятий, в том числе 223 колхоза и 172 совхоза. После реорганизации с 2003г. наибольший удельный вес стали занимать СХПК. Их количество в 2011г. составило 61, ООО – в 2,7 раза больше (167), АО – 11, государственных предприятий – 3 (таблица 6 и рис. 3).

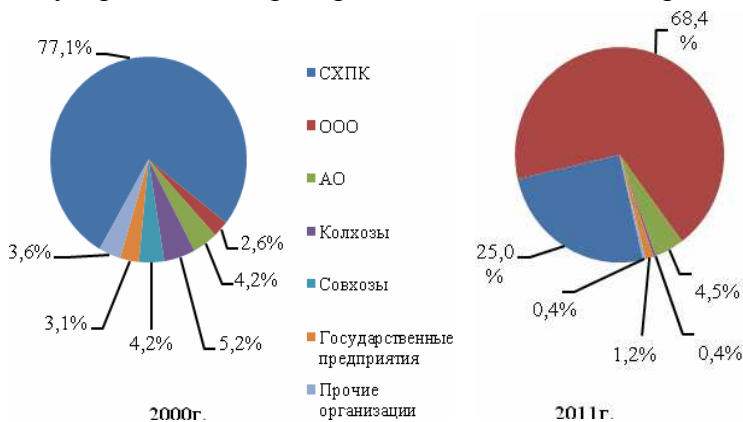


Рисунок 3 – Структура сельскохозяйственных предприятий Ульяновской области по организационно-правовым формам хозяйствования

Таблица 6 – Динамика количества сельскохозяйственных предприятий по организационно-правовым формам за 2000 – 2011 гг.

Организационно-правовые формы предприятий	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2000г.
Сельскохозяйственные предприятия всех ОПФ – всего	385	320	278	263	245	248	244	63,4
в том числе.								
Открытые акционерные общества	10	10	9	7	8	8	8	80,0
Закрытые акционерные общества	6	4	3	3	3	3	3	50,0
Общества с ограниченной ответственностью	10	143	154	157	148	153	167	в16,7 р.
Сельскохозяйственные производственные кооперативы	297	145	100	87	78	76	61	20,5
Коллективные предприятия	20	2	2	1	1	1	1	5,0
Совхозы	16	-	-	-	-	-	-	0,0
Государственные унитарные предприятия	12	12	6	4	5	5	3	25,0
Прочие организации	14	4	4	4	2	2	1	7,1

2.1.2 Особенности развития предприятий АПК Ульяновской области

В последние годы наметилась тенденция к увеличению посевных площадей сельскохозяйственных культур, однако, они пока далеки от показателей дореформенного периода. Так, посевная площадь зерновых культур в 2011 г. составила 88,4% от уровня 2000 г. (таблица 7). Среди зерновых культур, наибольший клин приходится на пшеницу, посевы которой за период 2000 – 2011 гг. увеличились на 40,2%. Увеличились площади посева технических культур, в структуре которых можно отметить появление и значительное распространение новой для сельскохозяйственных предприятий области культуры – сои.

В 2011 г. наблюдается значительное повышение объемов производства сельскохозяйственных культур по сравнению с 2010 г., что было вызвано тяжелыми погодными условиями весны – лета 2010 г. (аномальная жара). Это привело к тому, что валовой сбор зерна по сравнению с 2000 и 2010 гг. увеличился на 39,8% и в 4,8 раза соответственно (таблица 8). Расширение посевных площадей под соей, привело к увеличению ее валовых сборов.

Значительно увеличилось производство картофеля и овощей, валовой сбор которых в 2011г. составил 282,9 тыс. тонн и 132,4 тыс. тонн, что в 3,1 и 1,7 раза выше уровня 2000 г.

Повышению объемов производства основных видов сельскохозяйственных культур в 2011г., по сравнению с 2000 г. и 2010 г., способствовал рост урожайности (таблица 9). Так, урожайность зерновых в 2011 г. составила 22,8 ц/га, что выше уровня 2000 г. на 39,2%, а по сравнению с 2010 г. урожайность выросла в 2,8 раза. Урожайность сои увеличилась по сравнению с 2010 г. в 3,5 раза,

Таблица 7 – Посевные площади сельскохозяйственных культур в Ульяновской области в хозяйствах всех категорий, тыс. га

Показатели	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2000г.
Вся посевная площадь	1121,8	775,6	735,9	878,9	963,0	950,2	991,2	88,4
Зерновые культуры	650,8	460,9	450,7	576,5	670,2	595,7	590,1	90,7
в том числе: пшеница	278,1	233,9	251,6	344,1	447,0	399,3	390,0	140,2
Технические культуры:	85,1	74,7	77,4	105,2	105,6	161,6	197,0	в 2,3 р.
в том числе: подсолнечник	73,3	57,0	44,1	74,4	67,4	120,2	151,9	в 2,1 р.
соя	0,4	6,1	5,8	8,2	10,5	18,8	12,3	в 30,7 р.
Картофель	31,5	25,8	22,6	23,1	23,0	24,0	24,1	76,5
Овощи	7,9	5,8	4,9	5,0	5,1	5,8	6,6	83,5
Кормовые культуры	346,5	208,3	180,3	168,9	159,1	163,1	173,4	50,0

Таблица 8 – Валовые сборы основных сельскохозяйственных культур
в Ульяновской области в хозяйствах всех категорий, тыс. тонн

Культуры	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2000г.
Зерновые	928,1	726,6	765,9	1128,6	1144,3	272,9	1297,7	139,8
Соя	0,07	3,9	4,6	7,2	3,5	2,1	5,7	в 81,4 р.
Семена подсолнечника	44,9	33,1	27,9	54,1	50,9	44,5	154,1	в 3,4 р.
Картофель	203,7	195,0	184,8	228,6	248,5	89,9	282,9	138,9
Овощи (включая овощи закрытого грунта)	95,8	80,9	63,3	73,0	77,8	76,3	132,4	138,2

Таблица 9 – Урожайность основных сельскохозяйственных культур
в хозяйствах всех категорий Ульяновской области, ц/га

Культуры	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2000г.
Зерновые	14,3	16,3	20,0	19,9	19,9	8,9	22,8	159,4
Соя	1,7	5,8	7,5	7,5	3,3	1,3	4,6	в 2,7 р.
Семена подсолнечника	6,1	5,9	7,4	7,5	8,8	8,6	10,9	178,7
Картофель	64,8	75,0	81,3	98,9	108,1	44,0	122,1	188,4
Овощи (включая овощи закрытого грунта)	113,3	124,8	115,6	126,1	133,8	118,9	177,5	156,7

картофеля – в 2,8 раза.

Однако, урожайность основных сельскохозяйственных культур остается на достаточно низком уровне по сравнению с соседними регионами (Самарская область, Республика Татарстан), что связано с использованием в процессе производства изношенной техники, с применением старых технологий, при невысоком уровне плодородия почв, вызванным сокращением содержания питательных веществ в ней.

В животноводческой отрасли сельского хозяйства области сложилась более тяжелая ситуация, чем в растениеводстве. Так, за одиннадцать прошедших лет поголовье КРС сократилось на 48,5%, в том числе коров на 54% (таблица 10). Поголовье свиней в 2011 г. составило 145,5 тыс. голов, что составляет 87,9% от уровня 2000 г. Наименьшие потери в динамике 2000 – 2011 гг. понесло птицеводство, поголовье птицы, без учета хозяйств населения, по сравнению с 2000 г. увеличилось в 2,1 раза.

Следует отметить тот факт, что в последние годы в области отмечается стабилизация и некоторый рост поголовья КРС в 2011 г. на 1,0%, свиней – 6,5%, но особенно быстрыми темпами развивается птицеводство, за 2011 г. рост поголовья птицы составил 8,3%.

Сокращение поголовья скота не могло не отразиться на объемах производства продукции животноводческой отрасли (таблица 11). В 2011 г. было произведено 261 тыс. тонн молока, что составляет 73,5% от уровня 2000 г. За счет роста птицеводческой отрасли, производство мяса в убойном весе увеличилось на 16,7%. Данное обстоятельство также повлияло на рост производства яиц, в 2011 г. было произведено 456,8 млн. штук, что больше уровня 2000 г. на 9,4%.

Производство зерновых культур в Ульяновской обла-

Таблица 10 – поголовье скота в Ульяновской области на конец года, тыс. голов

Вид скота	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2000г.
Крупный рогатый скот	300,3	166,1	160,2	151,9	149,0	153,2	154,8	51,5
в том числе коровы	146,4	76,7	73,1	68,7	65,5	66,2	67,4	46,0
Свиньи	165,6	126,4	123,9	112,0	127,0	136,6	145,5	87,9
Овцы и козы	71,5	54,7	53,1	55,5	56,4	64,0	66,4	92,9
Птица (без населения)	1470,9	978,7	956,8	1646,2	1945,2	2907,2	3147,2	в 2,1 раза

Таблица 11 – Производство основных продуктов животноводства в Ульяновской области в хозяйствах всех категорий

Показатели	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2000г.
Мясо (в убойном весе), тыс. тонн	40,6	35,7	35,1	36,6	38,8	43,0	47,4	116,7
Молоко, тыс. тонн	354,9	289,9	290,4	287,0	271,8	260,4	261,0	73,5
Яйца, млн. штук	417,4	399,2	372,7	386,9	421,7	433,8	456,8	109,4
Шерсть, тонн	210,0	166,0	163,0	167,0	173,0	194,0	165,0	78,6

стиглавным образом сосредоточено в сельскохозяйственных организациях (таблица 12), однако их доля в динамике 2000 – 2011 гг. сократилась на 10 п.п. и в 2011 г. составила

86% от общего объема производства зерна в регионе. Сельскохозяйственные предприятия производят 87,3% сои, 81,5% семян подсолнечника, а также 68% яиц. Вместе с тем, основными производителями картофеля (89%), овощей (68%), мяса (59%), молока (64%) и шерсти (90,9%) являются личные подсобные хозяйства населения.

Крестьянские (фермерские) хозяйства в динамике 2000 – 2011 гг. не играют основной роли в производстве сельскохозяйственной продукции. Следует отметить лишь то, что они стали производить 13,8 % зерна в 2011г. по сравнению с 3,9% в 2000 г.

Снижение объемов сельскохозяйственного производства, с одновременным увеличением затрат на производимую продукцию, которые не покрываются сложившимися закупочными ценами, негативно отразились на результатах финансовой деятельности сельскохозяйственных организаций, а также рентабельности сельскохозяйственного производства в целом (таблица 13).

Анализируя данные таблицы 13, следует отметить, что количество прибыльных предприятий в Ульяновской области за период с 2006 г. по 2011 г. увеличилось со 161 до 212 хозяйств, их удельный вес увеличился на 35,2 процентных пункта и составил 86,9%.

Установление благоприятных природно-климатических условий в период весны – лета 2011 г., повлекло за собой увеличение объемов производства сельскохозяйственной продукции, что привело к получению сельскохозяйственными предприятиями прибыли до налогообложения в размере 1037,9 млн. руб. Значительное влияние на уровень рентабельность производства оказывают субсидии, поступающие из бюджетов различных уровней. Так

Таблица 12 – Структура производства сельскохозяйственной продукции
в Ульяновской области по категориям хозяйств, %

Показатели	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.
Сельскохозяйственные организации							
Зерновые	96,0	81,2	84,2	84,6	84,5	87,5	86,0
Соя	65,2	96,5	93,6	90,2	69,1	95,1	87,3
Семена подсолнечника	96,5	76,5	82,7	83,3	79,5	91,2	81,5
Картофель	3,2	5,0	5,2	6,7	10,5	9,2	9,0
Овощи (включая овощи закрытого грунта)	24,0	30,8	26,2	32,0	27,9	26,3	26,0
Мясо (в убойном весе), тыс. тонн	36,7	19,4	17,7	21,9	31,7	31,2	39,0
Молоко	45,0	30,0	22,0	27,4	29,8	29,9	30,0
Яйца	46,7	45,2	41,3	46,3	59,4	64,2	68,0
Шерсть	11,9	6,0	6,7	6,0	6,4	3,6	2,4
Хозяйства населения							
Зерновые	0,1	0,1	0,1	0,1	0,4	0,2	0,1
Соя	-	-	-	-	-	-	-
Семена подсолнечника	0,2	0,1	0,1	0,1	1,0	0,2	0,1
Картофель	96,6	93,8	91,7	89,6	85,5	89,2	89,0

Продолжение таблицы 12

Овощи (включая овощи закрытого грунта)	75,7	68,4	72,6	66,2	70,3	71,5	68,0
Мясо (в убойном весе), тыс. тонн	62,2	79,6	80,5	76,5	67,1	67,2	59,0
Молоко	54,2	68,3	69,0	69,7	66,9	65,3	64,0
Яйца	53,2	54,7	58,6	53,6	39,4	33,3	28,0
Шерсть	87,6	90,4	90,2	90,4	94,2	92,8	90,9
Крестьянские (фермерские) хозяйства							
Зерновые	3,9	18,7	15,7	15,3	15,1	12,3	13,8
Соя	34,8	3,5	6,4	9,8	30,9	4,9	12,7
Семена подсолнечника	3,3	23,4	17,2	16,6	19,5	8,6	18,4
Картофель	0,2	1,2	3,1	3,7	4,0	1,6	2,0
Овощи (включая овощи закрытого грунта)	0,3	0,8	1,2	1,8	1,8	2,2	6,0
Мясо (в убойном весе)	0,1	1,0	1,8	1,6	1,2	1,6	2,0
Молоко	0,8	1,7	9,0	2,9	3,3	4,8	6,0
Яйца	0,1	0,1	0,1	0,1	1,2	2,5	4,0
Шерсть	0,5	3,6	3,1	3,6	1,7	3,6	6,7

Таблица 13 – Результаты финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий Ульяновской области

Показатели	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2007г.
Количество прибыльных хозяйств, ед.	201	211	177	143	212	105,5
Удельный вес прибыльных предприятий, %	72,5	82,5	72,2	57,7	86,9	+14,4 п.п.
Количество убыточных хозяйств, ед.	77	52	68	105	32	41,6
Удельный вес убыточных предприятий, %	27,5	17,5	27,8	42,3	13,1	-14,4 п.п.
Получено прибыли (убытка) до налогообложения, млн. руб.	745,3	691,7	208,8	-592,4	1037,9	139,3
Уровень рентабельности (убыточности) по всей деятельности хозяйств, включая субсидии, %	16,2	11,3	3,5	-11,1	13,4	-2,8 п.п.
Уровень рентабельности (убыточности) по всей деятельности хозяйств, без субсидий, %	11,4	0,2	(8,4)	-41,8	0,8	-10,6 п.п.

уровень рентабельности в 2011 г. без учета субсидий составил 0,8 %, а тот же показатель с учетом поддержки из бюджетов всех уровней выше на 12,6 процентных пункта (рисунок 4).

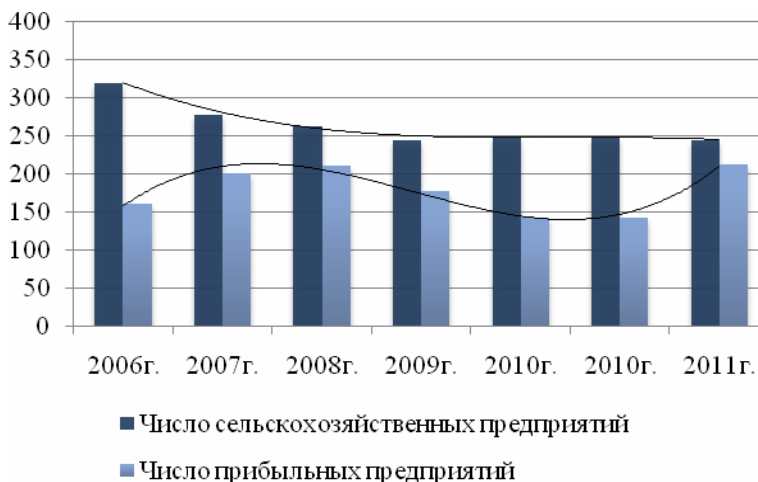


Рисунок 4 – Динамика количества прибыльных предприятий сельского хозяйства Ульяновской области

С целью выявления связи и зависимости между размером прибыли (убытка) приходящейся на 100 га пашни и уровнем материальных и трудовых затрат, а также фондовооруженностью предприятия используем метод аналитических группировок. Все хозяйства выбранной совокупности были разделены на 6 групп по нарастающей величине группировочного показателя (I группа - отстающие хозяйства, VI группа – хозяйства-лидеры).

Как свидетельствуют данные аналитической группировки, размер прибыли (убытка) приходящийся на 100 га пашни находится в зависимости от количества материальных и трудовых затрат на ту же единицу площади. Так, у хозяйств, получающих большой размер прибыли в расчете

на 100 га пашни, производственные затраты и затраты труда, на ту же единицу площади, в 2,5 и 2 раза выше, чем у хозяйств I группы.

2.1.3 Уровень кадрового обеспечения сельскохозяйственных организаций области

Инновационное развитие аграрной экономики, как и любого другого сектора народного хозяйства, должно опираться на нормальную обеспеченность организаций квалифицированными кадрами.

В годы реформ общая численность занятых в сельском хозяйстве стала быстро сокращаться, причем в первую очередь за счет квалифицированного персонала, имеющего специальную профессиональную подготовку (таблица 14).

По данным таблицы видно, что общая численность работающих в сельскохозяйственных организациях Ульяновской области сократилась в 2011 г. по сравнению с 2000 г. почти в 5 раз и по сравнению с 2006г. более чем в 1,5 раза.

Наибольшее снижение затронуло такие категории работников как операторы машинного доения (17,4% от уровня 2000 г.), скотники КРС (17,5% от уровня 2000 г.) и работники свиноводства (15,6%). Следует отметить, что лишь в птицеводстве начиная с 2006 г. установилась тенденция по росту численности работников, что за 6 последних лет составил 2,6 раза. Это обусловлено реализацией областной программы по поддержке и развитию данной отрасли в регионе.

Снижение численности отдельных категорий работников отчасти может быть обусловлено внедрением современных технологий. Но, на наш взгляд, это не является ос-

Таблица 14 – Среднегодовая численность работающих
в сельскохозяйственных организациях Ульяновской области

Категории работников	2000г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2000г.
Среднегодовая численность работающих, чел., в том числе	64941	21249	16710	16331	15365	13593	13534	20,8
руководители	2717	1183	951	839	780	730	926	34,1
главные специалисты	4627	1953	1692	1713	1528	1481	1528	33,0
Механизаторы	9548	3338	2650	2659	2669	2219	2269	23,8
Операторы машинного доения	4652	1530	1200	1050	902	838	805	17,4
Скотники КРС	4333	1487	1138	972	786	715	758	17,5
Работники свиноводства	1064	366	266	219	190	171	166	15,6
Работники птицеводства	544	135	322	585	880	890	1404	в 2,6 раза

новной причиной. Необходимым условием достижения успеха от использования современной техники и технологий является способность принятия грамотных управленческих решений со стороны руководства. Поэтому профессионально-квалификационная структура и качество кадрового потенциала руководителей и специалистов играет важную роль (таблица 15).

За период с 2006 по 2011 г. не удалось приостановить спад численности руководителей сельскохозяйственных организаций. Так, число руководителей в 2011 г. по сравнению с 2006г. сократилась на 25,2 %. Это в первую очередь связано с сокращением численности организаций действующих в АПК региона. Снижение общей численности дипломированных специалистов за 6 лет на 26,2% повлияло на снижение их удельного веса в 2011 г по сравнению с 2006 г на 1,3 п.п., и составило 94,8%. Доля руководителей с высшим образованием практически не изменилась и в 2011 г составила 74,2%.

Среди руководителей сельскохозяйственных организаций области отмечается невысокая доля руководителей в возрасте до 30 лет. Так, в 2006 г. их насчитывалось 4 человека, а в 2011 г. – 6. Тогда как численность руководителей пенсионного возраста в 2011 г. по сравнению с 2006г. увеличилась на 15 человек и составила – 25 человек или 9,4% от общей численности руководителей.

Инновационный путь развития сельскохозяйственного производства накладывает новые требования к функциональным руководителям – главным специалистам (таблица 16).

Обеспеченность сельскохозяйственных организаций региона данной категорией работников в 2011 г. составила 85,7% от штатной численности. Доля дипломированных специалистов за 2006 – 2011 гг. увеличилась на 0,3% и в 2011г. составила 97,8 %. Также возросла доля молодых

Таблица 15 – Численность и состав руководителей сельскохозяйственных организаций Ульяновской области

Показатели	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2006 г.
Численность руководителей, чел.:							
- всего по штату	357	307	330	273	264	267	74,8
-фактически работает	357	305	329	265	247	267	74,8
Обеспеченность,%	100,0	99,3	99,7	97,1	93,6	100,0	-
в том числе дипломирован- ные специалисты	343	288	321	258	241	253	73,8
в %	96,1	94,4	97,6	97,4	97,6	94,8	-
с высшим образованием	262	219	240	193	181	198	75,6
в %	73,4	71,8	72,9	72,8	73,3	74,2	-
со средним образованием	81	69	81	65	60	55	67,9
в %	22,7	22,6	24,7	24,6	24,3	20,6	-
в возрасте до 30 лет	3	2	6	8	4	6	в 2 п.
в %	0,8	0,7	1,8	3,0	1,6	2,2	-
пенсионного возраста	10	30	22	18	22	25	в 2,5 п.
в %	2,8	9,8	6,7	6,8	8,9	9,4	-
сменилось руководителей	27	14	17	9	17	12	44,5
в %	7,6	4,6	5,2	3,4	6,9	4,5	-

Таблица 16 – Численность и состав главных специалистов сельскохозяйственных организаций Ульяновской области

Показатели	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2006 г.
Численность главных специалистов, чел.:							
- всего по штату	1117	916	841	760	688	715	64,0
- фактически работает	979	823	759	713	601	673	68,7
Обеспеченность,%	87,6	89,8	90,2	93,8	87,4	85,7	-
в том числе дипломированные специалисты	955	798	737	702	591	658	68,9
в %	97,5	97,0	97,1	98,5	98,3	97,8	-
с высшим образованием	614	492	479	473	412	455	74,1
в %	62,7	59,8	63,1	66,3	68,6	67,6	-
со средним образованием	341	306	258	229	179	203	59,5
в %	34,8	37,2	34,0	32,2	29,7	30,2	-
в возрасте до 30 лет	31	30	26	56	36	47	151,6
в %	3,2	3,6	3,4	7,9	6,0	7,0	-
пенсионного возраста	66	66	38	57	60	67	101,5
в %	6,7	8,0	5,0	8,0	10,0	9,9	-

специалистов с 3,2% в 2006 г. до 7% в 2011 г. Но, несмотря на это, количество специалистов пенсионного возраста увеличилась и в 2011 г. составила 9,9%.

На современном этапе развития АПК области не менее важен и уровень профессиональной подготовки руководителей среднего звена (таблица 17).

Анализируя данные таблицы 17, можно отметить, что обеспеченность сельскохозяйственных организаций области руководителями среднего звена в 2011 г. составила 99,1%. За период исследования доля дипломированных специалистов увеличилась на 7,8 п.п. Также следует отметить, что происходит уменьшение численности специалистов как в возрасте до 30 лет, так и пенсионного возраста.

Кадровый потенциал АПК региона снижается еще и потому, что сельскохозяйственное производство малопривлекательно для выпускников ВУЗов. В результате отмечаются низкие темпы обновления работников сельскохозяйственных организаций области.

В заключении следует отметить, что в годы реформ общая численность занятых в сельском хозяйстве стала быстро сокращаться, при чем в первую очередь за счет квалифицированного персонала, имеющего специальную профессиональную подготовку. Одна из главных причин этого состоит в том, что многие предприятия агробизнеса не в состоянии повышать заработную плату своих работников в соответствии с темпами инфляции.

Это привело к резкому отставанию средней оплаты труда в сельском хозяйстве от аналогичных показателей в других, более эффективных отраслях и от ее среднего уровня в целом по экономике и вместе с другими негативными факторами вызвало отток работников из отрасли.

Таблица 17 – Численность и состав руководителей среднего звена сельскохозяйственных организаций Ульяновской области

Показатели	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2001г. в % к 2006 г.
Численность руководителей, чел.:	690	484	468	516	418	422	61,2
- всего по штату							
- фактически работает	634	474	468	516	381	418	65,9
Обеспеченность,%	91,9	97,9	100,0	100,0	91,1	99,1	-
в том числе дипломирован- ные специалисты	493	375	392	445	330	358	72,6
в %	77,8	79,1	83,8	86,2	86,6	85,6	-
с высшим образованием	138	114	114	134	136	107	77,5
в %	21,8	24,1	24,4	26,0	35,7	25,5	-
со средним образованием	355	261	278	311	194	251	60,0
в %	56,0	55,0	59,4	60,2	50,9	70,7	-
в возрасте до 30 лет	27	14	14	10	22	23	85,2
в %	4,3	3,0	3,0	1,9	5,8	5,5	-
пенсионного возраста	29	24	21	12	21	21	72,4
в %	4,6	5,1	4,5	2,3	5,5	5,0	-

2.1.4 Стимулирование работников сельскохозяйственных организаций региона

Реформирование аграрного сектора на основе создания многоукладной экономики, развития новых организационно-правовых форм хозяйствования направлено на повышение заинтересованности работников в результатах своего труда.

Наибольшее влияние на мотивацию труда работающих, оказывают экономические факторы. Удовлетворение материальных потребностей через доходы, в том числе трудовые – наиболее важный рычаг стимулирования трудовой активности людей.

Основными видами трудовых доходов являются: доход от непосредственно трудовой деятельности, выплаты и компенсации за работу в неблагоприятных условиях, доходы от собственности, доплаты, компенсирующие различия в климатических условиях (районные доплаты, северные надбавки и т.п.).

В сельском хозяйстве в годовой доход от трудовой деятельности, кроме того, включаются натуральная оплата и доходы от личного подсобного хозяйства.

Особую роль в системе материального стимулирования играет оплата труда. Через оплату труда производится оценка трудового вклада, определяется доля каждого работающего в полученном доходе. Поэтому без разработки и внедрения рациональной системы материального стимулирования труда невозможно решить проблему повышения эффективности производства в целом.

Для большинства работников оплата труда – основной источник поддержания определенного уровня жизни, средство обеспечения воспроизводства рабочей силы – неотъемлемая статья расходов при осуществлении процесса производства.

Средний уровень заработной платы и выплат социального характера на 1 работника сельскохозяйственных организаций Ульяновской области за 2009 – 2011 гг. представлен в таблице 18, из которой следует что оплата труда у всех категорий работающих в сельском хозяйстве за 3 последних года увеличивается.

В целом по всем сельскохозяйственным организациям региона рост составил 31,6%, в том числе у постоянных рабочих – 30,4%, у служащих – 26,1%. В то же время выплаты социального характера по данным областных годовых отчетов товаропроизводителей агропромышленного комплекса незначительны. Поэтому уровень оплаты труда работников сельскохозяйственных организаций продолжает играть важную роль в формировании удовлетворенности от выполняемой работы.

Анализируя динамику роста средней заработной платы за три года, можно отметить, что в относительном выражении рост практически наибольший – 31,6% (только в целом по всем отраслям экономики РФ – 32%) (таблица 19), но в абсолютном – сумма наименьшая (таблица 20) и в 2,5 раза меньше чем в среднем по всем отраслям экономики РФ и в 1,5 раза в целом по региону.

На рисунке 5 представлена графическая интерпретация динамики изменения средней заработной платы по всем отраслям региона, сельскому хозяйству и прожиточному минимуму Ульяновской области за последние 3 года.

Как следует из результатов анализа, размер заработной платы в сельском хозяйстве области значительно меньшее областного уровня в целом по всем отраслям экономики.

С целью дополнительного стимулирования работников на предприятиях АПК применяется также натуральная оплата производимыми в хозяйствах продуктами. Это позволяет гарантировать определенный уровень жизни сель-

Таблица 18 – Средний уровень заработной платы одного работника сельскохозяйственных организаций

Показатели	2009 г.			2010 г.			2011 г.		
	Оплата туда		Социальные выплаты, тыс. руб.	Оплата туда		Социальные выплаты, тыс. руб.	Оплата туда		Социальные выплаты, тыс. руб.
	в год, тыс. руб.	в месяц, руб.		в год, тыс. руб.	в месяц, руб.		в год, тыс. руб.	в месяц, руб.	
Всего по сельскохозяйственных организациям	89,6	7468	161	97,6	8132	365	118,0	9831	266
в том числе работники занятые в сельскохозяйственном производстве	91,0	7583	193	98,4	8199	376	119,6	9967	250
Рабочие постоянные	91,7	7646	200	98,9	8239	336	119,6	9968	243
Служащие	103,1	8590	239	110,2	9180	684	130,0	10834	368
из них руководители	129,2	10768	412	145,2	12103	1104	139,2	11602	519
специалисты	93,8	7814	195	95,6	7968	469	115,5	9627	263

Таблица 19 – Размеры средней заработной платы (руб.)

Показатели	2009г.	2010г.	2011г.	2011г. в % к 2009г.
Средняя заработная плата по всем отраслям: РФ	18638	21193	24601	132,0
Ульяновская область	11731	13496	15199	129,6
Средняя заработная плата в сельском хозяйстве: РФ	9619	10573	10668	110,9
Ульяновская область	7468	8132	9831	131,6
Средний прожиточный минимум: РФ	5153	5688	6367	123,6
Ульяновская область	4877	5164	5963	122,3

Таблица 20 – Сравнение средней заработной платы в сельском хозяйстве Ульяновской области

Показатели	2011г.	в % к зар- плате в с.- х. области
Средняя заработная плата по всем отраслям РФ	24601	250,2
Средняя заработная плата по всем отраслям Ульяновской области	15199	154,6
Средняя заработная плата в сельском хозяйстве РФ, руб.	10668	108,5
Средняя заработная плата в сельском хозяйстве Ульяновской области, руб.	9831	100,0
Средний прожиточный минимум по Ульяновской области, руб.	5963	60,7

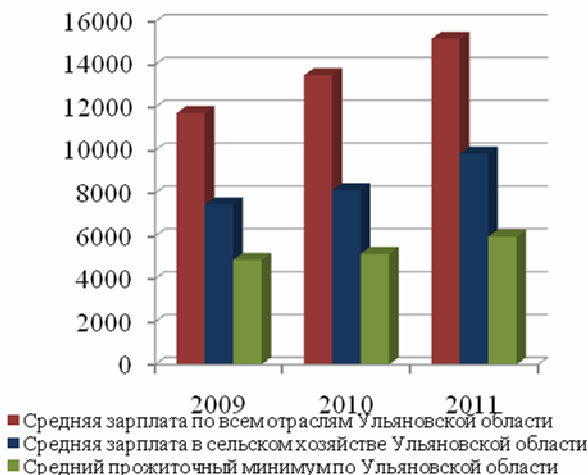


Рисунок 5 – Динамика изменения средней заработной платы в регионе

ских жителей за счет продажи продукции на рынке или использования ее для личного потребления; способствует развитию личного подсобного хозяйства, что повышает трудовую занятость и снижает безработицу на селе, уменьшает задолженность по заработной плате. При этом пересчет денежной оплаты в натуральную может осуществляться по различным ценам: на уровне себестоимости, выше себестоимости, по средним рыночным ценам реализации. Следует отметить, что за последние три года (таблица 21) размер натуральной формы оплаты труда уменьшился более чем в 2 раза.

Анализируя издержки сельскохозяйственных организаций области на содержание рабочей силы, отметим, что по всем показателям (кроме оплаты отпусков) происходит снижение затрат. Различные надбавки (за выслугу лет, стаж работы) уменьшились 33,4%, оплату стоимости питания на 38,1%, а материальная помощь составляет всего

около 150 рублей на одного работника сельскохозяйственного предприятия.

Повышение экономических результатов работы организаций невозможно при низкой мотивации труда на предприятиях сельского хозяйства, в частности, низкой заработной платы и плохого социального пакета.

Наличие социального пакета, как гарантии социальной защищенности, становится все более определяющим при выборе места работы, и при двух равных предложениях, сотрудник выберет организацию, гарантирующую получение льгот.

«Социальный пакет» как понятие законодательно не закреплен. Под ним зачастую понимаются любые выплаты сотрудникам дополнительно к заработной плате, что совершенно неверно. Трудовой кодекс РФ достаточно четко регламентирует, какие социальные блага работодатель обязан предоставлять своим сотрудникам. Организация должна осуществлять обязательное страхование сотрудника (статья 22, глава 2 Трудового кодекса РФ), тогда оплачиваемый больничный лист нельзя считать привилегией; ежегодный оплачиваемый отпуск также нельзя считать привилегией; отчисления в Пенсионный фонд являются обязательными для руководителей всех организаций независимо от форм собственности. Поэтому все, что полагается по законам РФ, нельзя расценивать как особую заботу работодателя о сотруднике.

Однако страховые взносы, уплаченные сельскохозяйственными организациями Ульяновской области на исследуемый период в государственные внебюджетные фонды, уменьшились почти на 10% (таблица 22); увеличились выплаты в фонд медицинского страхования (14,8) и страхования по травматизму (6,3%).

Таблица 21 – Издержки предприятий на содержание рабочей силы

Показатели	2009 г.		2010 г.		2011 г.		2011г в % к 2009г
	всего	на 1 работ- ника	всего	на 1 работ- ника	всего	на 1 работ- ника	
Отчисления на социальные нужды, тыс. руб.	187,8	12,2	205,5	15,1	нет дан- ных	-	-
Из общей суммы начисленной заработной платы: оплата по тарифным ставкам, окладам, сдельным расценкам (без отпускных, доплат и надбавок), тыс. руб.	1178,9	76,7	1099,9	80,9	1376,6	101,7	132,6
из нее по натуральной форме оплаты, руб.	22147	1441	12746	938	9435	697	48,4
премии за счет всех источников, включая вознаграждения по итогам работы за год, тыс. руб.	89,5	5,8	115,5	8,3	103,3	7,6	131,0
Оплата отпусков, тыс. руб.	84,7	5,5	95,0	7,0	103,0	7,6	138,0
Оплата стоимости питания работников, руб.	5437	354	5539	407	2969	219	61,9
Районные коэффициенты и процентные надбавки, руб.	14255	928	5517	406	8370	618	66,6
Материальная помощь, руб.	2293	149	2623	193	2141	158	106,0

Таблица 22 – Страховые взносы, уплаченные за отчетный период

Показатели	2009 г.		2010 г.		2011 г.		2011 г. в % к 2009 г
	Всего, тыс.ру б.	в том числе. штра- фы и пени	Всего, тыс. руб.	в том числе штра- фы и пени	Всего, тыс.ру б.	в том числе штра- фы и пени	
Страховые взносы в государственные внебюджетные фонды – всего	205189	8188	284851	6086	185211	2922	90,3
Из них:							
фонды социального страхования	14266	313	36372	397	12682	167	88,9
пенсионный фонд	165431	7643	218708	5275	163081	2570	98,6
фонд медицинского страхования	8230	171	29771	414	9448	185	114,8
Взносы на страхование по травматизму	17172	61	18806	81	18259	162	106,3

Исходя из вышеизложенного, мы считаем, что социальным пакетом правильнее называть блага, предоставляемые сотрудникам сверх того, что установлено законами РФ.

Проанализировав современное состояние сельскохозяйственных организаций Ульяновской области, можно сделать следующие выводы:

1. На современном этапе развития АПК, агробизнес в значительной степени утратил свою социальную ответственность перед жителями села. Это явилось следствием сложного экономического и финансового состояния сельскохозяйственных предприятий региона.

2. Причинами сложного экономического и финансового состояния сельскохозяйственных предприятий региона являются низкая производительность труда, совершенно неудовлетворительная урожайность всех без исключения культур, не позволяющая получать необходимую прибыль, часть которой можно было бы направить на социально значимые проекты и мероприятия.

2.2 ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД К СОЦИАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ СЕЛА

В настоящее время наиболее эффективным инструментом решения задачи повышения уровня и качества жизни на селе является программно-целевой подход, позволяющий сконцентрировать все ресурсы на решении ключевых проблем.

В этой связи Правительством Российской Федерации была принята федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2010 года», в рамках которой осуществлялись мероприятия по устойчивому развитию сельских территорий. Она является неотъемлемой частью Гос-

ударственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 гг. На основе взаимодействия органов власти всех уровней, с использованием бюджетных средств, а также с привлечением внебюджетных источников Программа призвана реально изменить социальную жизнь села.

Мероприятия социальной направленности предусмотрены областной целевой программой «Развитие сельского хозяйства Ульяновской области» на 2008 – 2012 гг. (утверждена Постановлением Правительства Ульяновской области от 22.01.2008 № 2/8-П).

Подводя промежуточные итоги реализации Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2013 года» в Ульяновской области, можно отметить, что правительством Ульяновской области в течение последних лет выработана политика государственной поддержки развития сельскохозяйственного производства на основе комплексного планирования развития сельских территорий.

Итоги реализации Программы в 2003 – 2009 гг. представлены в приложении А и Б.

Только за 2003 – 2010 гг. с привлечением средств федерального бюджета газифицировано 98 сёл, улучшено обеспечение питьевой водой населения 49 сёл, построена школа, улучшили свои жилищные условия 1747 семей, проживающих в сельской местности, в том числе 660 – молодые семьи и молодые специалисты.

В начале 2011 г. подписано Соглашение между Правительством Ульяновской области и Минсельхозом России о совместном финансировании мероприятий Федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2012 года» с объёмами, представленными в таблице 23.

Реализация мероприятий федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2012 года» позво-

Таблица 23 – Объемы финансирования мероприятий по социальному развитию села на 2011 г., млн. руб.

Наименование мероприятия	Стоимость программы на 2011 г.	в том числе			Зада-ние по вводу мощностей
		Феде-раль-ный бюд-жет	Об-ласт-ной бюд-жет	Вне-бюд-ный ис-точ-ник	
Улучшение жилищных условий граждан, всего	166,8	68,7	41,0	57,1	12095 кв. м
в том числе молодых семей и молодых специалистов	85,8	39,8	16,	30,0	6420 кв. м
Газификация в сельской местности	71,1	21,1	50,0	-	53,0 км
Водоснабжение в сельской местности	73,5	20,0	43,0	10,5	27,9 км
Итого	311,4	109,8	134,0	67,6	

лила в определённой степени улучшить социальную обстановку на селе. Люди, проживающие в сельской местности, поверили, что власть стала заниматься социальными проблемами села.

Необходимо отметить что, несмотря на продолжающийся финансовый кризис, объёмы финансирования мероприятий данной федеральной целевой программы не сокращаются.

Постановлением Правительства Ульяновской области

на 2011 г. утверждена следующая доля финансирования (с учётом уровней софинансирования на 2011 г. за счёт средств федерального бюджета и областных бюджетов 73 на 27% соответственно):

- 50,4 % расчётной стоимости жилья – федеральный бюджет;

- 19,1 % расчётной стоимости жилья – областной бюджет;

- 0,5 % расчётной стоимости жилья – местный бюджет;

- 30,0 % расчётной стоимости жилья – собственные или заёмные средства участников программы.

Таким образом, размер социальной выплаты за счёт бюджетов различных уровней составляет 70 % от расчётной стоимости строительства (приобретения) жилья в сельской местности.

Администрациями муниципальных образований были представлены на 2011 г. списки граждан, проживающих в сельской местности в количестве 700 семей, в том числе 157 – молодые семьи и молодые специалисты, изъявивших желание улучшить жилищные условия в рамках федеральной целевой программы «Социальное развитие села до 2012 года».

Ориентировочная стоимость программы строительства (приобретения) жилья в сельской местности для 700 семей составляет 570 млн.руб., из них 400 млн.руб. (70 %) – социальные выплаты за счёт бюджетов различных уровней.

Программа предусматривает оказание единовременной материальной помощи для молодых специалистов на селе, заключившим соглашение с Министерством сельского хозяйства области на работу по специальности на срок не менее трёх лет, отработавшим один год – 40 тыс. руб., отработавшим два года – 60 тыс. руб., отработавшим три года – 100 тыс. руб.

Ежемесячная доплата в течение 3-х лет к заработной

плате молодым специалистам составляет 5000 руб. в месяц для выпускников высших профессиональных образовательных учреждений и 3000 руб. месяц – для выпускников средних профессиональных образовательных учреждений.

Для поощрения студентов агрономических специальностей, достигших высоких результатов в учёбе, принимающих активное участие в общественной жизни учреждены три персональные именные стипендии, выплачиваемые за счёт областного бюджета, в размере 1500 руб. в месяц.

Проводимые Правительством Ульяновской области меры позволили ежегодно привлекать для работы на селе в среднем более 60 молодых специалистов. За период с 2002 г. по настоящее время в АПК региона в целом привлечено 513 молодых специалистов, из них в 2011 г. уже подписано 54 соглашения с участниками программы. Более 70% – это выпускники Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии, 20% – выпускники средних специальных учебных заведений, 10% – из других учебных заведений.

В соответствии с планом кадрового обеспечения сельскохозяйственного производства высококвалифицированными кадрами 75 молодых людей получили все причитающиеся доплаты и по итогам 3-х лет работы 100 тыс. руб. Анализ закрепляемости из этой категории специалистов показал, что осталось работать 65 молодых специалистов, что составляет 65 %.

На 2012 г. подписано соглашение между Правительством Ульяновской области и Минсельхозом России с объёмами финансирования, представленными в таблице 24.

По состоянию на 1.09.12 из Минсельхоза России поступили средства федерального бюджета в сумме 68,4 млн. руб. (58,6 % к лимиту на год), в том числе на финансирование мероприятий:

Таблица 24 – Объемы финансирования мероприятий по социальному развитию села на 2012 г., млн. руб.

Наименование мероприятий	источники финансирования				
	Все-го	в том числе			
		Феде-ральный бюджет	Об-ластной бюджет	Ме-стные й бюджет	Вне-бюд-жет-ный источник
Улучшение жилищных условий, всего	119,4	52,4	31,0	-	36,0
в том числе молодых семей и молодых специалистов	41,5	18,3	10,8	-	12,5
Строительство школы в с.БольшойЧирк лей	147,7	20,0	126,7	1,0	-
Газификация в сельской мест-ности	76,0	22,8	50,0	-	3,2
Водоснабжение всельской мест-ности	71,7	21,5	43,0	-	7,2
Итого	414,8	116,7	250,7	1,0	46,4

- 26,2 млн. руб. на улучшение жилищных условий граждан, проживающих в сельской местности (50 % лимита на год), из них 9,2 млн. руб. для молодых семей и молодых специалистов. В список на 2012 г. на получение социальной выплаты включено 181 семья, в том числе 62 – молодые семьи и молодые специалисты. Из областного

бюджета на счета участников программы перечислено 21,7 млн. руб. (70,1 % лимита на год);

- 20,0 млн. руб. на строительство школы в селе Большой Чирклей (100 % лимита на год). Из областного бюджета перечислено 22,3 млн. руб.:

- 11,5 млн. руб. на газификацию в сельской местности (50 %);

- 10,8 млн. руб. на водоснабжение в сельской местности (50 %). Из областного бюджета профинансировано 6,5 млн. руб.

В сентябре 2012 г. из федерального бюджета поступило 26,2 млн. руб. на улучшение жилищных условий граждан, в том числе 9,2 млн. руб. для молодых семей и молодых специалистов, что составит 100 % финансирования на 2012 г. В 2012 г. ожидается ввод в эксплуатацию школы на 224 ученических места в селе Большой Чирклей Николаевского района (на сегодняшний день завершаются работы по устройству кровли).

Таким образом, в 2003 – 2012 гг. на финансирование мероприятий программы «Социальное развитие села» в общей сложности направлено 1896,9 млн. руб. (таблица 25), из них в 2005 – 2012 гг. 1812,5 млн. руб., что составляет 95,5 % от общего объема финансирования, из них получено средств федерального бюджета в сумме 1007,6 млн. руб., в том числе на следующие мероприятия:

- 293,9 млн. руб. на газификацию более 110 сёл;

- 205,0 млн. руб. на улучшение водоснабжения более 60 сёл;

- 477,9 млн. руб. на улучшение жилищных условий граждан, молодых семей и молодых специалистов (в 2003– 2012 гг. участниками сельской жилищной программы стали 2168 семей, в том числе 840 – молодые семьи и молодые специалисты);

- 23,6 млн. руб. на строительство школ в сёлах Старая

Таблица 25 - Сводная информация об объёмах финансирования из федерального и областного бюджетов мероприятий программы «Социальное развитие села до 2013 года» в 2003 – 2012 годах (млн.руб.)

№ п/п	Наименование мероприятий	2003 – 2012гг., всего	в том числе по годам:		
			2003 – 2004гг.	2011г.	2012г.
	Программа, всего	1896,94	84,49	276,3	326,95
	в том числе – федеральный бюджет	1007,63	84,49	132,34	116,74
	– областной бюджет	889,31	-	143,96	250,66
	из них:				
1.	Газификация на селе, всего	584,63	46,4	73,14	72,8
	в том числе – федеральный бюджет	293,86	46,4	21,1	22,8
	– областной бюджет	290,77	-	52,04	50,0
2.	Водоснабжение на селе, всего	478,12	17,59	73,27	63,5
	в том числе – федеральный бюджет	204,99	17,59	20,0	21,5
	– областной бюджет	273,13	-	53,27	43,0
3.	Улучшение жилищных условий граждан, молодых семей и молодых специалистов на селе, всего	662,13	20,5	129,89	83,2
	в том числе – федеральный бюджет	477,94	20,5	91,24	52,44
	– областной бюджет	184,19	-	38,65	31,0

Продолжение таблицы 25

	– количество семей	2187	217	268	170
3.1.	Молодые семьи и молодые специалисты, всего	308,2	-	55,33	29,08
	в том числе – федеральный бюджет	194,85	-	39,77	18,32
	– областной бюджет	113,35	-	15,56	10,76
	– количество семей	840	-	120	60
3.2.	Граждане, проживающие в сельской местности, всего	353,93	20,5	74,56	54,36
	в том числе – федеральный бюджет	283,09	20,5	51,47	34,12
	– областной бюджет	70,84	-	23,09	20,24
	– количество семей	1347	217	148	110
4.	Строительство школ в сёлах Старая Тюгальбуга и Большой Чирклей, всего	162,85	-	-	146,66
	в том числе – федеральный бюджет	23,63	-	-	20,0
	– областной бюджет	139,22	-	-	126,66
5.	Реконструкция линии электропередачи, всего	3,01	-	-	-
	в той числе – федеральный бюджет	1,01	-	-	-
	– областной бюджет	2,0	-	-	-
6.	Приобретение пожарных автомашин, всего	6,2	-	-	-
	в том числе – федеральный бюджет	6,2	-	-	-
	– областной бюджет	-	-	-	-

Тюгальбуга (100 ученических места - построена) и Большой Чирклей (строится на 224 ученических места с вводом в эксплуатацию в 2012 г.);

- 6,2 млн. руб. на приобретение пожарных автомашин;
- 1,0 млн. руб. на реконструкцию линии электропередачи.

Из областного бюджета в 2005 – 2012 гг. на финансирование вышеперечисленных мероприятий направлено 889,3 млн. руб. (в 2003 – 2005 гг. финансирования из областного бюджета не проводилось).

С 2014 г. Федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2013 года» будет реализовываться в составе Государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы» (утверждено постановлением Правительства Российской Федерации от 14 июля 2012 года № 717) под новым названием Федеральная целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 – 2017 годы и на период до 2020 года».

Целями политики Правительства Ульяновской области в направлении сельского развития на период до 2020 г. являются:

- создание благоприятных социально-экономических условий для выполнения селом его производственной и других общеобластных функций и задач территориального развития;
- устойчивый рост сельской экономики, повышение эффективности сельского хозяйства и вклада села в экономику Ульяновской области и благосостояние граждан;
- повышение занятости, уровня и качества жизни сельского населения, а также приближение села к городским жизненным стандартам;
- замедление процесса депопуляции, стабилизация

численности сельского населения и увеличение ожидаемой продолжительности жизни;

- сокращение межрегиональной и внутрирегиональной дифференциации в уровне и качестве жизни сельского населения;

- рационализация использования природных ресурсов и сохранение природной среды;

- сохранение и приумножение культурного потенциала села.

В соответствии с Концепцией устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 г. в Ульяновской области разработана аналогичная областная Концепция. Целью разработки Концепции является определение ключевых проблем развития сельских территорий и выработка необходимых мер социально-экономического, правового и административно-управленческого характера.

Механизмы реализации политики устойчивого развития сельских территорий:

- диверсификация сельской экономики, повышение занятости и доходов сельского населения;

- развитие малого бизнеса, в том числе в альтернативных сферах занятости;

- улучшение жилищных условий сельского населения, повышение уровня социального и инженерного обустройства сельских территорий, в том числе развитие и модернизация учреждений образования, здравоохранения, культуры, спорта и других учреждений;

- комплексная компактная застройка сельских поселений;

- поощрение гражданских инициатив, направленных на создание условий для устойчивого развития сельских территорий, путем предоставления грантов, включая грантовую поддержку социально значимых проектов;

- развитие информационно-консультационного обеспечения сельскохозяйственных товаропроизводителей и сельского населения;
- создание позитивного отношения к сельскому образу жизни;
- проведение научно-исследовательских работ, разработка системы и проведение мониторинга в сфере развития сельских территорий.

2.3 ИССЛЕДОВАНИЕ УЧАСТИЯ АГРОБИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНОМ РАЗВИТИИ СЕЛА НА ТЕРРИТОРИИ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

С целью оценки участия агробизнеса в социальном развитии села на территории Ульяновской области было проведено социологическое исследование. Для проведения социологического исследования разработана методика анкетного опроса, включающая две анкеты (приложение В и Г). Первая анкета, содержащая 21 вопрос, предназначена для руководителей сельскохозяйственных организаций. Вторая анкета, включающая в себя 12 вопросов, разработана для остальных работников (служащих, рабочих) исследуемых организаций.

На первом этапе социологического исследования из 21 сельскохозяйственного района области методом случайной выборки с применением генератора случайных чисел выбрано предварительно 12 районов (Чердаклинский, Николаевский, Барышский, Павловский, Старомайнский, Тереньгульский, Вешкаймский, Карсунский, Кузоватовский, Новоспасский, Сурский, Цильнинский). На втором этапе в этих районах также методом случайной выборки определены сельскохозяйственные организации различных организационно-правовых форм (приложение Д), в которых

работает в общей сложности необходимое число подлежащих тестированию респондентов. (Для сравнения анкетирование было проведено в двух хозяйствах Татарстана и одном – Самарской области).

В исследовании участвовало 23 сельскохозяйственных организаций, в том числе по четырем организационно-правовым формам хозяйствования (рисунок 6). В ходе анкетирования было опрошено 873 респондента, в том числе 850 работников и 23 руководителя сельскохозяйственных организаций, из них 63% мужчин и 38 % женщин.



Рисунок 6 – Количество организаций, участвовавших в анкетировании по организационно-правовым формам

Часть анкет была адресована только руководителям, часть – только работникам, и на вопросы нескольких анкет отвечали все респонденты, что позволило сопоставить ответы со стороны работодателей с ответами со стороны работников.

На вопрос анкеты «Что Вы понимаете под социальной ответственностью?», который был задан руководителям исследуемых сельскохозяйственных организаций области, большинство из них (56,5%) отметило здоровье работни-

ков и охрану труда (таблица 26 и рисунок 7).

Таблица 26 – Что Вы понимаете под социальной ответственностью

Виды социальной ответственности	человек	%
развитие персонала	10	43,5
природоохранная деятельность и ресурсосбережение	3	13,0
здоровье работников, охрана труда	13	56,5
добросовестная деловая практика в отношении потребителя	10	43,5
добросовестная деловая практика в отношении партнеров	2	8,7



Рисунок 7 – Понимание социальной ответственности руководителями сельскохозяйственных предприятий

Такие виды социальной ответственности, как развитие

персонала и добросовестная деловая практика в отношении потребителя назвало одинаковое количество респондентов (43,5%). Из этого следует, что менее половины опрошенных руководителей не считают важным вкладывать ресурсы в развитие персонала (поддержка учебы, повышение квалификации сотрудников и др.) Как показывают исследования, большинство руководителей не считает, что необходимы добросовестные отношения с партнерами, природоохранная деятельность и ресурсосбережение, в то время как российское сельскохозяйственное производство является чрезвычайно энергоемким и в силу чего малоэффективным.

Основные виды внешней и внутренней социальной активности, которые можно отнести к исследуемым сельскохозяйственным организациям, представлены в таблицах 27– 28 и на рисунках 8 и 9 (можно было отметить не более трех позиций).

Таблица 27 – Виды внешней социальной ответственности бизнеса

Виды	человек	%
спонсорство и корпоративная благотворительность	11	48,0
содействие охране окружающей среды	5	21,7
взаимодействие с местным сообществом и местной властью	10	43,5
готовность участвовать в кризисных ситуациях	1	4,3
ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров)	11	48,0



Рисунок 8 – Понимание внешней социальной ответственности руководителями сельскохозяйственных предприятий

Таблица 28 – Виды внутренней социальной ответственности бизнеса

Виды	человек	%
безопасность труда	11	48,0
стабильность заработной платы	16	69,6
поддержание социально значимой заработной платы	8	34,8
дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников	2	8,7
развитие человеческих ресурсов через программы подготовки и повышения квалификации	1	4,3
оказание помощи работникам в критических ситуациях	1	4,3
другие (укажите какие)	16	69,6

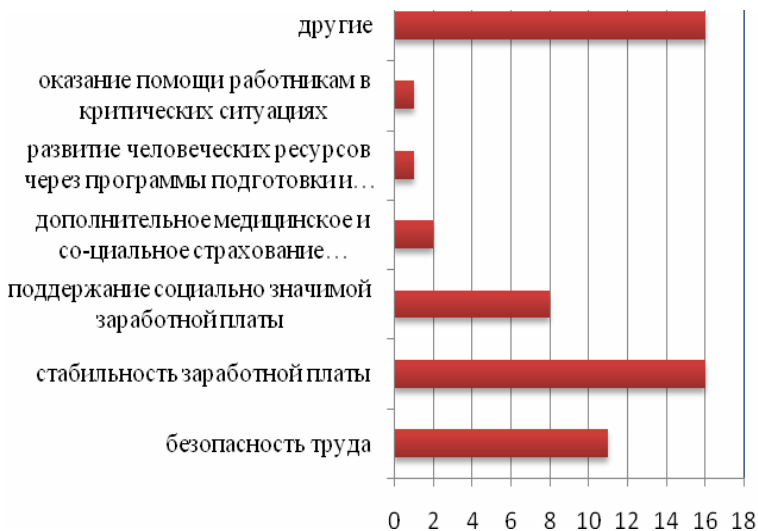


Рисунок 9 – Понимание внешней социальной ответственности руководителями сельскохозяйственных предприятий

К видам внутренней социальной ответственности респонденты относят стабильность заработной платы (69,6%) и безопасность труда (48%). Однако этого далеко недостаточно. Отсутствует дополнительное медицинское и социальное страхование, в критических ситуациях работодатели не считают себя обязанными оказывать работникам поддержку, не считают важным вкладывать ресурсы в развитие персонала (поддержка учебы, повышение квалификации сотрудников и др.).

Сами работники отмечают, что организации оказывают им помощь в тяжелых жизненных ситуациях (58,7%) и в связи со стихийными бедствиями (50%) (таблица 29).

Основной формой социальной помощи, применяемой на предприятии, является материальная (таблица 30), на что указало 79,2% респондентов. 10 % респондентов указало доплату к государственным пособиям по уходу за ре-

Таблица 29 – Виды материальной помощи, оказываемые предприятием

Виды	человек	%
в связи со стихийными бедствиями, пожарами, хищением имущества и иными чрезвычайными ситуациями	423	50,0
на приобретение дорогостоящих лекарств по рецепту врача	48	5,6
на приобретение дорогостоящих медицинских материалов, необходимых по жизненным показателям	42	5,0
на проведение дорогостоящих видов лечения, необходимых по жизненным показателям	27	3,2
в связи с рождением ребенка	260	30,6
в связи с вступлением в брак	179	21,0
в связи со смертью близких родственников	499	58,7
в связи с увольнением по сокращению численности штатов	43	5,0
иное (укажите что именно)	37	4,3

Таблица 30 – Формы социальной помощи, применяемые на предприятии

Формы	человек	%
материальная помощь	673	79,2
доплата к государственным пенсиям по обязательному пенсионному страхованию	35	4,1
доплата к государственным пособиям по уходу за ребенком до размера среднемесячной заработной платы	85	10,0
иное (укажите что именно)	30	3,5

бенком до размера среднемесячной заработной платы.

Как руководители, так и работники отметили, что основные социальные программы, реализуемые на предприятии – это «Забота» и «Здоровье» (таблица 31 и рисунок 10). Мероприятиям по адаптации молодежи, образовательным проектам работодателями должного внимания не уделяется.

Таблица 31 – Социальные программы, реализуемые на предприятии

Программы	Работники	%	Руководители	%
«Здоровье», включающая медосмотры работников, их отдых и лечение в профилакториях, амбулаторное лечение	414	48,7	10	43,5
«Спорт», в рамках которой проводятся корпоративные первенства, содержание и аренда спортивных сооружений	116	13,6	5	21,7
«Культура» – проведение конкурсов, КВН, обеспечение развития любительского творчества	157	18,5	5	21,7
«Молодежь» – мероприятия по адаптации молодежи, конференции молодых специалистов, образовательные проекты	95	11,2	3	13,0
«Забота» – материальная поддержка ветеранов	313	36,8	13	56,5

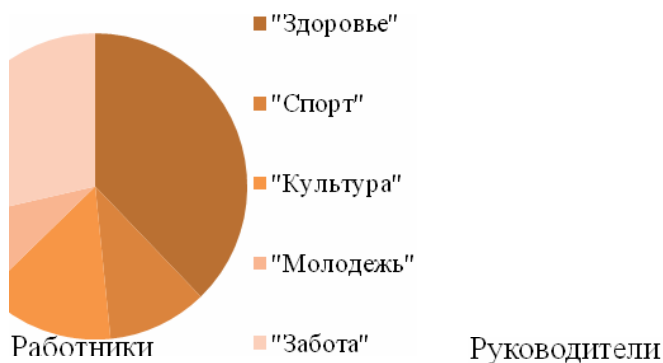


Рисунок 10 – Социальные программы, реализуемые на предприятиях по мнению работников и руководителей

Кроме того руководители отмечают, что кроме ветеранов ВОВ помощь оказывается многодетным семьям (65,2%), малообеспеченным (43,5%) и другим категориям работников (таблица 32).

Таблица 32 – Оказание помощи различным категориям населения

Варианты ответов	человек	%
многодетным семьям	15	65,2
матерям-одиночкам	4	17,4
ветеранов ВОВ	16	69,6
людям с ограниченными возможностями	4	17,4
малообеспеченным	10	43,5

Выше было отмечено, что повышение экономических результатов работы предприятия невозможно при низкой мотивации труда на предприятиях сельского хозяйства, в частности, низкой заработной платы и плохого социаль-

ного пакета.

Наиболее значимые для всех категорий работников компоненты социального пакета представлены в таблице 33.

Таблица 33 – Наиболее значимые компоненты социального пакета

№ п/п	Компоненты социального пакета	Работники	%	Руководители	%
1	обязательное медицинское страхование	436	51,3	15	65,2
2	оплата больничных листов	653	76,8	15	65,2
3	пособия по государственному социальному страхованию	255	30,0	8	34,8
4	оплата питания	173	20,3	3	13,0
5	путевки на санаторно-курортное лечение	202	23,8	6	26,1
6	путевки в детский оздоровительный лагерь	85	10,0	6	26,1
7	материальная помощь при рождении ребенка	134	15,8	4	17,4
8	оплата мобильного телефона	68	8,0	2	8,7
9	частичная оплата процентов по кредиту банка на покупку жилья молодым специалистам	84	10,0	5	21,7

На первом месте, как у руководителей, так и работников стоит оплата больничных листов, затем пособия по государственному социальному страхованию и т.д.

Но в разделе 2.1.4 было отмечено, что социальным пакетом правильнее называть блага, предоставляемые сотрудникам сверх того, что установлено законами РФ, то есть это пункты 4,5,6,8,9, а другие только частично.

Решение этих социальных проблем должно быть предусмотрено коллективным договором организации, который имеется лишь у 59% анализируемых организаций (по ответам руководителей) (рисунок 11).

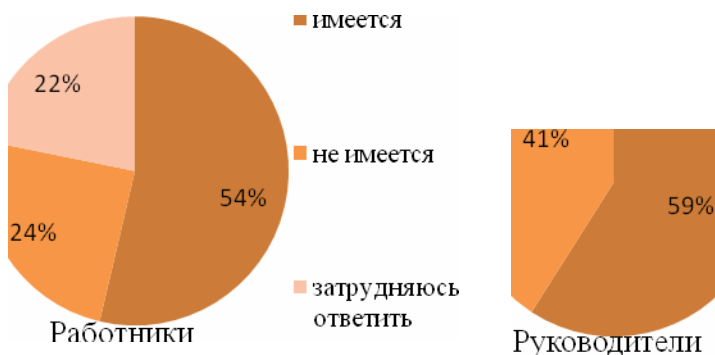


Рисунок 11 – Ответы на вопрос о наличии в организации коллективного договора

22% респондентов вообще затрудняются ответить о наличии в их организации этого документа. Согласно данным, полученным по результатам проведенного социологического опроса, на вопрос «Отражает ли коллективный договор ваши интересы?» 66,7% отметили, что отражает в оплате труда, еще 11,1% – в ведении личного подсобного хозяйства, 7,4% – в обеспечении продовольствием.

Таким образом, из анализа следует, что на предприя-

тиях, в основном, удовлетворяются только материальные потребности. Именно поэтому роль социальных льгот и выплат как части совокупного дохода работников, заметно возрастает в последнее время. Они превратились в жизненную потребность не только самих работников, но и их семей.

Как следствие лишь 21,7% руководителей могут назвать свою организацию социальноответственной (рисунок 12). Три руководителя затруднились ответить и два из 23 ответили «скорее нет»

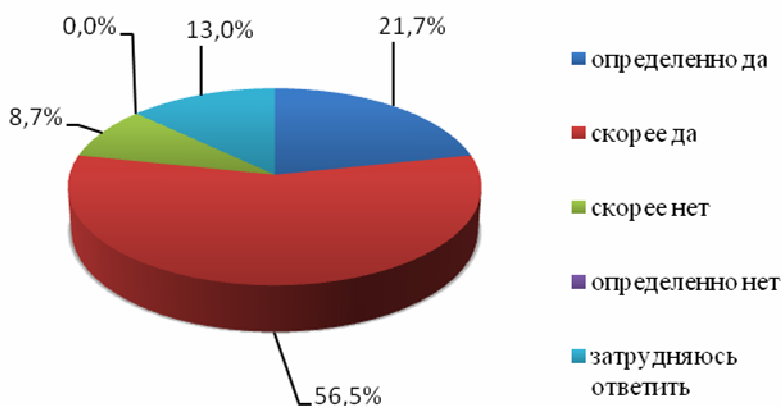


Рисунок 12 – Ответы руководителей на вопрос «Можно ли назвать ваше предприятие социально ответственным?»

Основные причины отсутствия социальной ответственности агробизнеса на территории села были высказаны в разделе 2.1, главная из которых – низкий уровень эффективности сельскохозяйственных предприятий, а также отсутствие государственной системы поощрений (налоговые и другие льготы) и несовершенство законодательной базы социальной деятельности бизнеса. То же самое отмечают и респонденты (таблица 34).

Таблица 34 – Факторы, мешающие социальной ответственности бизнеса

Факторы	человек	%
несовершенство законодательной базы социальной деятельности бизнеса	6	26,1
отсутствие государственной системы поощрений (налоговые и другие льготы)	8	34,8
низкий уровень эффективности сельскохозяйственных предприятий	16	69,6
другие причины (укажите какие)	-	-

Эти же причины (низкий уровень оплаты труда в сельском хозяйстве, финансовое состояние сельскохозяйственных товаропроизводителей, отсутствие рабочих мест для эффективной занятости, включая несельскохозяйственную деятельность, недостаточность государственной поддержки строительства (приобретения) жилья) сдерживают, по мнению респондентов, и развитие сельских территорий (таблица 35).

Таблица 35 – Факторы, сдерживающие развитие сельских территорий

Факторы	Работ--		Руко-	
	ники	%	водители	%
низкий уровень оплаты труда в сельском хозяйстве	726	85,4	17	74,0
финансовое состояние товаропроизводителей	185	21,8	11	48,0
недостаток средств для поддержки и развития социальной инфраструктуры	260	30,6	6	26,1
слабое развитие дорожной сети	210	24,7	5	21,7

Продолжение таблицы 35

недостаток средств для развития инженерной инфраструктуры	78	9,2	-	-
недостаточность государственной поддержки строительства (приобретения) жилья	248	29,2	11	48,0
отсутствие рабочих мест для эффективной занятости, включая несельскохозяйственную деятельность	226	26,6	11	48,0
прочие	34	4,0	-	-

Основные приоритеты в социальной политике сельскохозяйственных предприятий представлены в таблице 36.

Несмотря на сложное финансовое состояние сельскохозяйственных товаропроизводителей, одним из социальных приоритетов, решаемых организациями агробизнеса, является их участие в решении отдельных социальных вопросов в населенном пункте по месту деятельности предприятия, прежде всего создание рабочих мест, обеспечение достойных условий труда и уровня оплаты работников участие в решении отдельных социальных вопросов в городе, населенном пункте по месту деятельности предприятия (поддержка учреждений образования, культуры, благоустройство территории, развитие или содержание социальной инфраструктуры).

По мнению рядовых работников, социальные вопросы, решаемые в селе сельскохозяйственной организацией – это оказание материальной помощи школе (отметили 40% респондентов), ремонт дорог (17,6%) и др. (таблица 37).

Таблица 36 – Основные приоритеты в социальной политике предприятия

Варианты ответов	человек	%
создание рабочих мест, обеспечение достойных условий труда и уровня оплаты работников	18	78,3
повышение квалификации и профессиональная подготовка кадров на предприятии	6	26,1
участие в решении отдельных социальных вопросов работников предприятия (лечение, отдых)	7	30,4
осуществление благотворительной и спонсорской деятельности в интересах отдельных граждан	7	30,4
участие в решении отдельных социальных вопросов в городе, населенном пункте по месту деятельности предприятия (поддержка учреждений образования, культуры, содержание социальной инфраструктуры)	11	48,0
помощь органам власти в решении различных проблем на территории населенных пунктов	6	26,1

Таблица 37 – Социальные вопросы, решаемые в селе сельскохозяйственной организацией

Варианты ответов	человек	%
ремонт дорог	150	17,6
оказывает материальную помощь школе	338	40,0
оказывает материальную помощь медицинскому пункту	48	5,6
затрудняюсь ответить	419	49,3

Основная часть сельского населения в настоящее время имеет личное подсобное хозяйство (ЛПХ), как один из способов обеспечения дешевыми продуктами питания свою семью и как средство дополнительного заработка.

Согласно опросу, за счет личного подсобного хозяйства полностью удовлетворяется потребность в следующих продуктах питания: картофеле (100%), молоке (56,3%) и мясе (62,5%). Низкий процент удовлетворения потребности в мясе и молоке обусловлен тем, что почти все выращиваемое на подворье поголовье скота идет на продажу. Это является основным способом получения денежного дохода значительной части сельского населения.

В качестве основных каналов реализации можно выделить: продажа частным скупщикам – 47,0%, на городском рынке – 26,3% и на деревенском рынке – 6,9%. Как видно, большая часть сельского населения предпочитает продавать мясо частным скупщикам, так как здесь цена закупки несколько выше, чем на перерабатывающем предприятии, и оплата производится, как правило, во время реализации.

Как показали исследования, происходит заметное уменьшение дохода от личного подсобного хозяйства. Это связано с резким повышением цен на корма, горючие смазочные материалы, электроэнергию и т.д. В этой ситуации помощь могли бы оказать организации агробизнеса села.

Так как содержать личное подсобное хозяйство в настоящее время достаточно тяжело, то логично задать вопросы «Какие виды помощи оказывает предприятие в ведении личного подсобного хозяйства?» и «При каких условиях Вы будете расширять личное подсобное хозяйство?» (таблица 38, 39).

Из таблицы 42 видно, что основная помощь работникам в ведении личного подсобного хозяйства приходится на обработку приусадебных участков (81,8%), обеспечение кормами (63,6%).

При этом важно отметить, что, в основном, вся помощь оказывается за полную стоимость, исключение составляет обеспечение кормами: здесь на 50% идет либо безвозмездная помощь, либо по льготным ценам и на 13,6% – за полную стоимость.

Таблица 38 – Помощь предприятия работникам в ведении личного подсобного хозяйства(в % к общему числу опрошенных)

Виды помощи	Оказывают помощь	в том числе	
		за полную стоимость	бесплатно и по льготным ценам
Обработка приусадебных участков	81,8	59,1	22,7
Обеспечение кормами	63,6	13,6	50,0
Обеспечение топливом	18,2	18,2	-
Транспортные услуги	22,7	9,1	13,6
Другая помощь	13,6	13,6	-

Таблица 39 – Распределение ответов респондентов на вопрос об условиях расширения личного подсобного хозяйства

Варианты ответов	в % к числу опрошенных
При предоставлении дополнительной земли	13,6
При улучшении: обеспечения посадочным материалом и молодняком скота	9,1
технического обслуживания	22,7
условий сбыта продукции	31,8
ветеринарного обслуживания	18,2
При потере работы	68,2

Как видно из данных таблицы 39 варианты ответов

распределились более менее равномерно, исключение составляет «при потере работы» – 68,2%. Это объясняется тем, что в современных условиях с трудностями при трудоустройстве сталкивается не только городское, но сельское население.

Ведение личного подсобного хозяйства является одним из способов снижения безработицы на селе. При анализе данных выявляются проблемные стороны ведения личного подсобного хозяйства:

нет достаточного ветеринарного обслуживания,
недостаточно сельскохозяйственной техники и инвентаря,

отсутствует сельскохозяйственная потребительская кооперация, позволяющая доставлять продукцию от производителя непосредственно к потребителю

необходимы более выгодные каналы реализации продукции.

Отсюда вытекает вполне закономерный ответ работников различных квалификационно-должностных групп на вопрос: «Удовлетворены ли Вы работой администрации?». Здесь только 18,5% респондентов ответили «да», большая же часть работников предприятия не совсем удовлетворена работой администрации – 64,8%.

Таким образом, анализ социологических исследований показывает, что условия проживания сельских жителей не изменились в лучшую сторону за последнее десятилетие при общей положительной динамике изменения уровня жизни в стране. В связи с этим организациям агробизнеса необходимо находить возможности для социальной поддержки своих работников и членов их семей, что в свою очередь будет способствовать развитию сельских территорий и создавать базу для эффективного развития агробизнеса.

2.4 АНАЛИЗ УЧАСТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОБИЗНЕСА В ФИНАНСИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Средства, затраченные организациями агробизнеса (участвующими в анкетировании) на социальную помощь своим работникам и населенному пункту в котором они функционируют, представлены в таблицах 40 и 41.

Таблица 40 – Денежные средства, выделенные организацией на социальную поддержку своих работников, руб. (по ответам руководителей)

Показатели		2009г.	2010г.	2011г.
СПК «Свияга» Кузоватовский район				
1	обучение персонала	12000	14000	17000
2	предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу	-	-	-
3	переобучение сотрудников	-	-	-
4	содействие трудоустройству высвобождаемых сотрудников	3000	5000	7000
5	выходные пособия	-	10000	15000
6	охрана здоровья и безопасные условия труда	3000	5000	11000
7	охрана труда и техника безопасности	40000	45000	60000
8	медицинское обслуживание работников	7000	11000	20000
9	поддержка материнства и детства	2000	4000	5000

Продолжение таблицы 40

10	программы и акции поддержки социально незащищенных слоев населения	10000	15000	15000
11	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	3000	4000	5000
12	благотворительные акции	30000	20000	20000
СХПК «Волга» Цильнинский район				
1	медицинское обслуживание работников	4000	4000	4000
2	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	2000	2000	2000
ООО «Дружба» Чердаклинский район				
1	обучение персонала	30000	40000	15000
2	предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу	200000	500000	500000
КФХ «Буинцев» Карсунский район				
1	медицинское обслуживание работников	3200	3600	4000
Свинокомплекс ООО «Волжский» Чердаклинский район				
1	выходные пособия	20000	50000	50000
2	медицинское обслужи-	30000	40000	40000

Продолжение таблицы 40

	вание работников			
3	благотворительные акции	10000	20000	20000
ООО «Птицефабрика Симбирская» Чердаклинский район				
1	обучение персонала	30000	50000	60000
2	предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу	120000	150000	200000
3	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	30000	30000	40000
4	благотворительные акции	45000	40000	50000
СПК «Победа» Павловский район				
1	обучение персонала	4000	4000	6000
2	предоставление социального пакета и премиальные выплаты персонала	110000	130000	150000
3	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	25000	25000	25000
4	благотворительные акции	40000	40000	40000

Продолжение таблицы 40

ООО «Магнит» Чердаклинский район				
1	охрана здоровья и безопасные условия труда	20000	15000	10000
ООО «Руми» Барышский район				
1	охрана труда и техника безопасности	18000	20000	20000
2	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	10000	10000	-
ООО «Лесное» Николаевский район				
1	предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу	11200	12800	-
2	поддержка материнства и детства	8900	7200	10600
3	программы и акции поддержки социально незащищенных слоев населения	3700	4720	5200
КФХ «Союз» Барышский район				
1	переобучение сотрудников	5000	5000	7000
2	медицинское обслуживание работников	60000	65000	68000
3	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	40000	50000	60000

Продолжение таблицы 40

ОАО «Тепличное»г. Ульяновск				
1	охрана труда и техника безопасности	-	-	12000
2	медицинское обслуживание работников	-	-	12000
3	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	-	-	2000
СПК «Маяк» Сурский район				
1	предоставление социального пакета и премиальные выплаты персоналу	50000	40000	35000
2	выходные пособия	48000	52000	55000
3	охрана труда и техника безопасности	12000	16000	22000
4	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	3000	4000	4500
ООО «Зерновая компания «Поволжье» Тереньгульский район				
1	обучение персонала	7000	-	12000
2	медицинское обслуживание работников	15100	22594	-
ОАО «Агрофирма «Старомайнская» Старомайнский район				
1	медицинское обслуживание работников	80000	88000	97000

Продолжение таблицы 44

2	спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий	30000	33000	35000
---	---	-------	-------	-------

Таблица 41 – Денежные средства, выделенные организацией на оказание социальной помощи селу, руб. (по ответам руководителей)

Показатели		2009г.	2010г.	2011г.
СПК «Свияга» Кузovatовский район				
1	оказание услуг школе	10000	10000	15000
2	оказание услуг детскому дошкольному учреждению	-	-	-
3	оказание услуг медицинскому пункту	5000	5000	5000
4	ремонт дорог	-	-	-
5	другое (что именно) газификация села	300000	200000	300000
СХПК «Волга» Цильнинский район				
1	оказание услуг школе	3000	3000	4000
ООО «Дружба» Чердаклинский район				
1	оказание услуг школе	200000	100000	200000
2	оказание услуг детскому дошкольному учреждению	200000	50000	150000
КФХ «Буинцев» Карсунский район				
1	оказание услуг детскому дошкольному учреждению	-	3000	5000

Продолжение таблицы 41

Свинокомплекс ООО «Волжский» Чердаклинский район				
1	оказание услуг школе	10000	20000	
2	оказание услуг детскому дошкольному учреждению	-	-	50000
ООО «Птицефабрика Симбирская» Чердаклинский район				
1	оказание услуг детскому дошкольному учреждению	-	15000	10000
СПК «Победа» Павловский район				
1	оказание услуг детскому дошкольному учреждению	-	10000	10000
ООО «Магнит» Чердаклинский район				
1	оказание услуг школе	10000	-	-
ООО «Руми» Барышский район				
1	оказание услуг школе	9000		
2	ремонт дорог		15000	20000
КФХ «Союз» Барышский район				
1	оказание услуг школе	6000	15000	15000
2	оказание услуг медицинскому пункту	-	2000	2000
3	ремонт дорог	-	12000	80000
ОАО «Тепличное» г. Ульяновск				
1	оказание услуг школе	-	-	2000
СПК «Маяк» Сурский район				
1	оказание услуг школе	3000	4000	4500
2	оказание услуг детскому дошкольному учреждению	1000	1000	1000
3.	оказание услуг медицинскому пункту	1000	1000	1000

Продолжение таблицы 41

ОАО «Агрофирма «Старомайнская» Старомайнский район				
1	оказание услуг школе	60000	65000	70000
2	оказание услуг медицинскому пункту	20000	20000	20000

Данные таблиц 40 и 41 еще раз доказывают, что причины участия или неучастия представителей агробизнеса Ульяновской области в социальном развитии села состоят в их финансово-экономическом положении.

Так анализируя социальную ответственность К(Ф)Х «Дубенки» Майнского района Ульяновской области, можно отметить, что имея такие экономические показатели (за 2011 г.) как рентабельность в целом 11,5%, урожайность зерновых – 31 ц/га, надой на корову – 5160 кг, среднесуточный привес КРС – 860 г, прибыль – 9029 тыс.руб., оно затратило на поддержание социальной сферы села 6193 тыс.руб. В расчете на одного работающего эта сумма составила 42,1 тыс.руб. в год. Т.е. при средней заработной плате по хозяйству 8,7 тыс.руб. (хотя доярки получают 12 тыс.руб., а механизаторы – 18 тыс.руб.), дополнительно за счет поддержания социальной сферы на каждого работающего приходится еще 3,5 тыс. руб. В частности из общей суммы 6193 тыс. руб. в 2011 году было затрачено на:

1. Питание работников – 5200 тыс.руб.,
2. Подарки:
 - детям на Новый год – 42,5 тыс.руб.
 - женщинам на 8 Марта – 28,4 тыс.руб.
 - ветеранам на День Победы – 36,0 тыс.руб.
 - в связи с выходом на пенсию – 18,0 тыс.руб.
 - на день пожилых людей – 43,0 тыс. руб.
 - празднование Сабантуя – 250 тыс.руб.
3. Похороны: 15,5 тыс.руб. * 10 чел. – 155 тыс. руб.,

в т. ч. на одного человека:

- помощь – 10,0 тыс. руб.

- пособие – 4,0 тыс. руб.

- продукты – 1,5 тыс. руб.

4. Оказание помощи детскому дому – 15,0 тыс. руб.

5. Лечение (приобретение лекарств) – 30,0 тыс. руб.

6. Содержание амбулатории – 360 тыс. руб.

Руководитель хозяйства приглашает из районной поликлиники трех ведущих врачей (заклучив с ними договор на год). В основном по субботам на автотранспорте хозяйства их доставляют в амбулаторию. Прием ведется всех жителей села. При необходимости периодически приглашаются и другие «узкие» специалисты. Оплата содержания кабинета амбулатории, медикаменты, заработная плата врачей и т.д. производится за счет средств хозяйства. Исходя из вышесказанного агробизнес К(Ф)Х «Дубенки» можно назвать социально-ответственным.

В заключении отметим, что региональным Правительством и Законодательным собранием не раз ставился вопрос: должен ли аграрный бизнес нести социальную ответственность. Для ответа на этот вопрос вспомним недалекое прошлое. В своё время село держалось за счёт предприятий, которые там находились, это, прежде всего, колхозы и совхозы. Они строили школы, детские сады, тянули водопроводы, линии электропередач, ремонтировали дороги. Потом был принят ФЗ-131 «О местном самоуправлении». Тарифы на воду, газ, электроэнергию выросли многократно. Более того, для предприятий они были одними, для бюджетной сферы – другими, для населения – третьими. Но, так или иначе, социальную сферу надо было передавать в муниципалитеты. Её и передали, чтобы вскоре убедиться, что в руках нищих органов местного самоуправления она попросту «сыплется». Тогда-то и пошли разговоры о социальной ответственности агробизнеса.

Но каждый должен заниматься своим делом. Объекты бюджетной сферы должно содержать государство. Вспомним примеры недавнего прошлого. ОПХ «Тимирязевское» было одним из ведущих хозяйств Ульяновского района. Но когда возросли тарифы, оно «упало» на коммерческих ценах. Суть дела такова. Предприятие содержало котельную, которая отапливала жилой фонд и каждый год только на ней несло ежегодно убытков на 9 млн. руб. На пенсионные отчисления и налоги средств уже не хватало. Долгов скопилось на 49 млн. и предприятие обанкротилось. И не из-за того, что плохо работало, а потому, что заработанные деньги вынуждено было перечислять на «социалку».

Или другой, ещё более печальный пример. Долгие годы СПК «Сызранский» был у всех на слуху. Здесь не только получали отменные урожаи, но и строили жильё, не уступавшее по комфортности городскому, учреждения культуры и даже имели свой собственный плавательный бассейн. Сегодня оно разорилось. Говоря иначе, хозяйства, не имевшие социальной сферы, оказались в несравненно лучшем положении, чем те, которые тащили на себе «социалку».

Высказывание о том, что аграрии должны строить клубы, ремонтировать дороги, возводить школы и детские сады, в корне неверно. Пусть аграрии сначала выполнят свою основную миссию – обработают землю. А когда «накачают мышцы», крепко встанут на ноги, станут получать прибыль – обязательно помогут. И уже помогают. В Сурском районе несколько лет простаивал районный дом культуры. Неизвестно, сколько бы это продолжалось, но к решению проблемы подключилось ОАО «Мордовцемент», которое вложило в очаг культуры около 10 млн. руб. Не остался в стороне «Мордовзерноресурс», другие инвесторы, в том числе и местные хозяйства. Провели в РДК ремонт, навели порядок, и он стал работать.

Можно привести великое множество примеров, когда местным поселениям приходят на помощь фермеры и даже владельцы личных подсобных хозяйств. Александр Вашурин из села Бекетовка Вешкаймского района снабжает школьников молоком, дорогу ремонтирует, транспорт на любые нужды выделяет. У Александра Михайловича на всё один ответ: «Это моя родина, моё село, я здесь живу». Нет сомнения, его готовы поддержать сотни таких же сельчан, которые никогда не расставались с землёй.

Не будем забывать, что у помощи есть и ещё одна сторона. Если сельхозпроизводители своевременно и в полном объёме платят налоги, достойную зарплату, обеспечивают хорошие условия труда, это тоже является стимулом к улучшению социальных условий жизни на селе.

Предприятие «Ульяновскстройпластмасс» открыло в селе Полдомасово социальный магазин «Ветеран». Цены там на 30 % ниже, чем в других торговых точках. В магазине есть своего рода досуговый центр для пожилых людей. Здесь они могут посидеть за столиками, поговорить за чашкой чая, посмотреть телевизор. На предприятии считают так: надо постоянно поднимать производство, увеличивать зарплаты, устанавливать приемлемые цены на продукты. Будет так, значит со временем получит развитие и социальная сфера на селе.

Проведенное исследование участия агробизнеса в социальном развитии села на территории Ульяновской области позволяет сделать следующие выводы:

1. С переходом на рыночные отношения резко упал жизненный уровень сельских жителей, не всегда реализуются функции социальных гарантий.

2. В настоящее время действующие сельскохозяйственные предприятия и фермерские хозяйства за небольшим исключением уже не являются градообразующими предприятиями для сел, так как при резком снижении ко-

личества работающих в них, доля работников предприятия в общем количестве проживающих на территории поселений становится незначительной. В силу чего работодатель мало заинтересован в реализации социальных проектов для села, в котором только небольшая часть жителей являются работниками предприятия. Поэтому работодатель при наличии средств будет выполнять социально значимые мероприятия внутри своего корпоратива, лишь частично охватывая поселение в целом, считая это обязанностью государства.

3. В сложившихся условиях необходимо создать гарантии социальной справедливости, обеспечивающие выравнивание уровня жизни сельского и городского населения. При решении задачи ускоренного развития социальной сферы села необходимо исходить как из общих требований благосостояния, так и обеспечения сельскохозяйственного производства квалифицированными кадрами и закрепления их на селе. Иными словами, сегодня агробизнесу очень важно быть социально ответственным.

РАЗДЕЛ 3. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АГРОБИЗНЕСА УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 МЕТОДИКА И РЕЗУЛЬТАТЫ ОЦЕНКИ ОСТРОТЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ СЕЛЬСКИХ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

На любом этапе экономического развития общество стремится к максимальному удовлетворению человеческих потребностей. Не являются исключением и социально-бытовые потребности. Особенность их удовлетворения заключается в том, что сам этот процесс носит комплексный характер, т.е. человек чувствует себя комфортно, когда удовлетворены не только наиболее важные потребности – в жилье, медицинском обслуживании, в образовании, но и бытовом обслуживании, информационном обеспечении, юридической помощи и т.д.

Неудовлетворение хотя бы одной из этих потребностей создает чувство неудовлетворенности жизненными условиями и «средой обитания». В конечном итоге это приводит к снижению производительности труда и финансовых результатов деятельности предприятия. Как было доказано выше (раздел 2), следствием этого является утрата агробизнесом своей социальной ответственности перед жителями села.

Прежде чем говорить о социальной ответственности агробизнеса на территории того или иного населенного пункта, необходимо знать уровень развития социально-производственной инфраструктуры.

Среди прочих индикаторов уровня развития социально-производственной большой интерес вызывает оценка территориальной остроты ситуации (ТОС) или уровень «депрессивности» [39, с.360]. Впервые такая оценка пред-

ложена Б.П.Панковым при разработке проектов и схем районных планировок и проектов застройки сельских населенных пунктов. Формула для расчета показателя ТОС может быть представлена следующим образом:

$$K_{ТЮj} = Ч \cdot P \cdot K_{КД} \cdot K_{АД} \cdot K_{МО} \cdot K_{НУ}, \text{ где}$$

$K_{ТЮj}$ – коэффициент остроты ситуации по конкретному виду обслуживания; $ч$ – численность населения, которое нуждается в этой услуге; p – расстояние до объекта, в котором может быть представлена данная услуга; $K_{КД}$ – коэффициент качества дороги (без твердого покрытия – 1,5; с твердым покрытием – 1); $K_{АД}$ – коэффициент наличия регулярного автобусного движения (нет – 1; есть – 0,5); $K_{МО}$ – коэффициент наличия мобильной формы обслуживания (есть – 0,7; нет – 1); $K_{НУ}$ – коэффициент насыщенности услуги [7, с. 31 – 32].

Построение различного рода рейтингов является знаковым для современного этапа развития экономики. По сути, составление рейтинга – это ранжирование некоторых однородных объектов по объектам ранжирования. Объект ранжирования – показатель или коэффициент, определяемый в соответствии с выбранной методикой. Первому месту в рейтинге может соответствовать минимальное или максимальное значение объекта ранжирования (в зависимости от показателя), и далее по увеличению (убыванию) объекта рейтинговое место возрастает.

Чтобы определить уровень социально-экономической устойчивости сельского района, произведём расчёт основных показателей социально-экономического развития муниципальных районов Ульяновской области за четыре года (2007 – 2010 гг.). Совокупная оценка развития территорий сформирована по суммам набранных мест в разрезе 6 секторов: промышленно-строительный, сельскохозяйст-

венный,потребительский рынок, доходы населения,социальная сфера, финансово-инвестиционный.

Детальный анализ динамики социально-экономического положения муниципальных районов проводился с использованием данных Ульяновска и отраслевых министерств Ульяновской области. Все расчётные относительные значения по динамике рассматриваемых в рейтинге показателей представлены по отношению к соответствующему периоду (дате) предыдущего года.

Объектами ранжирования послужат следующие показатели материального и социального секторов:

- Производство молока на душу населения, кг
- Производство мяса на душу населения, кг
- Инвестиции в основной капитал, млн. руб.
- Объем промышленного производства на душу населения, руб.
- Сумма прибыли предприятий и организаций, тыс. руб.
- Сумма основных фондов, включая скот, тыс. руб.
- Ввод в действие жилых домов тыс.кв.м
- Коэффициент рождаемости
- Коэффициент смертности
- Младенческая смертность до 1 года на 1000 родившихся
- Численность безработных в % к экономически активному населению
- Число зарегистрированных преступлений на 10000 населения
- Среднемесячная заработная плата, руб.
- Объем платных услуг на душу населения, руб.
- Оборот розничной торговли на душу населения, руб.
- Оборот общественного питания на душу населения, руб.

В приложении Е представлены исходные данные, за 2007 – 2010 гг. всем районам Ульяновской области.

Полученные значения интегрального показателя социально-экономической устойчивости, позволяют распределить районы области по местам, в зависимости от величины самого значения (таблица 42).

Таблица 42– Ранжированный ряд сельских районов по социально-экономической устойчивости

Место в рейтинге	Район	Значение интегрального показателя социально-экономической устойчивости
1	Ульяновский	35,03
2	Новоспасский	18,36
3	Мелекесский	13,73
4	Сенгилеевский	11,19
5	Чердаклинский	10,88
6	Новомалыклинский	9,35
7	Цильнинский	7,32
8	Старомайнский	7,2
9	Инзенский	6,24
10	Майнский	5,98
11	Николаевский	4,94
12	Сурский	4,89
13	Радищевский	4,51
14	Кузоватовский	4,32
15	Павловский	3,77
16	Карсунский	3,34
17	Тереньгульский	3,15
18	Барышский	3,06
19	Старокулаткинский	2,61
20	Базарносызганский	1,63
21	Вешкаймский	-5,45

Первое место в рейтинге занимает Ульяновский район (35,03), второе – Новоспасский район (18,36), третье – Мелекесский (13,73).

Для примера возьмем Сенгилеевский район, который по значению показателя социально-экономической устойчивости занимает 4 место (11,19).

«Острота социальной ситуации» рассчитывается по каждому объекту инфраструктуры. Для сводной ситуации в том или ином населенном пункте K_{TJOj} по отдельным объектам суммируется. Исследование уровня «депрессивности» производится в разрезе отдельных сельских и поселковых администраций. Всего по Сенгилеевскому району их 30 (таблица 43).

Проведенный анализ позволяет констатировать, что исследуемые населенные пункты находятся в различных социально-экономических условиях. В районе наблюдаются «депрессивные» территории, где показатель территориальной остроты ситуации достиг наибольших значений (таблица 44).

Наиболее остро в районе стоит вопрос с детскими садами, школами, клубами, библиотеками. Кроме того, проведенный анализ еще раз подтверждает то, что чем дальше населенный пункт находится от города или другого населенного пункта, где имеется необходимый набор объектов социальной инфраструктуры, тем выше значение «депрессивности», тем острее социально-бытовые проблемы.

Потребности, удовлетворяемые указанными видами объектов социальной инфраструктуры, могут быть удовлетворены жителями села самостоятельно. Но это неизбежно ведет к отвлечению работников от трудовой деятельности, что отразится на производительности труда и конечных финансовых результатах деятельности организаций.

Таблица 43 – Расчет территориальной остроты ситуации по Сенгилеевскому району Ульяновской области

№ п/п	Наименование населённых пунктов, входящих в состав поселения	Дополнительная потребность в конкретном виде обслуживания (j)	$ч$, чел.	P , км.	$K_{КД}$	$K_{АД}$	$K_{мо}$	$K_{ТОj}$	$n \sum_{I=1} K_{ТОj}$
1	пос.Цемзавод	Почта	1239	15	1	0,5	1	18585,5	18585,5
2	пос.Силикатный	-	3286	41	1	0,5	0,7	47154,1	47154,1
3	пос.Кучуры	Школы, детсада, клуба, библиотеки	169	53	1	1	1	8957	35828
4	ст.Кучуры	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	226	49	1	1	1	11074	77518
5	пос.Красный Гуляй	-	3193	35	1	1	0,7	78228,5	78228,5
6	пос.Красный Гуляйчик	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	5	38	1	1	1	190	1330
7	Разъезд 35-ый километр	ФАП, библиотеки, клуба, по-	3	36	1	1	1	108	756

		жарной части, почты, детсада, школы							
8	с.Тушна	-	1197	22	1	1	1	26334	26334
9	с.Екатериновка	Библиотеки, школы	653	26	1	1	1	16978	33956
10	с.Потапиха	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	5	29	1	1	1	145	1015
11	с.Артюшкино	детсада	914	32	1	1	1	29248	29248
12	с.Смородино	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	47	34	1	1	1	1598	11186
13	с.Шиловка	Почты, пожарной части	1030	26	1	1	1	26780	53560
14	с.Новая Слобода	-	895	1	1	1	1	895	895
15	с.Каранино	Школы, детсада, почты, пожарной части	259	7	1	1	1	1813	7252
16	пос. Лесной	ФАП, библио-	281	8	1	1	1	2248	15736

		теки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы							
17	с. Алёшкино	-	706	10	1	1	1	7060	7060
18	с. Вырыстайкино	Школы, детсада, почты	310	15	1	1	1	4650	13950
19	с. Буераки	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	5	17	1	1	1	85	595
20	с. Елаур	-	1025	14	1	1	0,7	10045	10045
21	с. Русская Бектяшка	-	571	25	1	0,5	1	7137,5	7137,5
22	с. Мордово	Средней школы, почты	339	19	1	1	1	6441	12882
23	с. Мордовская Бектяшка	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	41	30	1	1	1	1230	8610
24	с.Бекетовка	Почты, детсада	515	28	1	1	1	14420	28840
25	пос.Новые Донцы	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части,	3	32	1	1	1	96	672

		почты, детсада, школы							
26	с.Головка	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	36	35	1	1	1	1260	8820
27	с.Утяжино	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	3	37	1	1	1	111	777
28	с.Кротково	-	509	33	1	1	1	16797	16797
29	с.Никольское	Школы, детсада, почты, библиотеки, клуба, пожарной части	93	42	1	1	1	3906	23436
30	с.Каменный Брод	ФАП, библиотеки, клуба, пожарной части, почты, детсада, школы	23	37	1	1	1	851	5957

Таблица 44 – Ранжированный ряд населённых пунктов Сенгилеевского района Ульяновской области в зависимости от уровня значения коэффициента территориальной остроты ситуации по Л.В. Бондаренко и И.Т. Шаяхметову

№ п/п	Наименование населённого пункта	Значение коэффициента территориальной остроты ситуации
1	с. Буераки	595
2	пос. Новые Донцы	672
3	Разъезд 35-ый километр	756
4	с. Утяжкино	777
5	с. Потапиха	1015
6	пос. Красный Гуляйчик	1330
7	с. Новая Слобода	1895
8	с. Каменный Брод	5957
9	с. Алёшкино	7060
10	с. Русская Бектяшка	7137,5
11	с. Каранино	7252
12	с. Мордовская Бектяшка	8610
13	с. Головка	8820
14	с. Ел аур	10045
15	с. Смородино	11186
16	с. Мордово	12882
17	с. Вырыстайкино	13950
18	пос. Лесной	15736
19	с. Кротково	16797
20	пос. Цементзавод	18585,5
21	с. Никольское	23436
22	с. Тушна	26334
23	с. Бекетовка	28840
24	с. Артюшкино	29248
25	с. Екатериновка	33956
26	пос. Кучуры	35828

27	пос. Силикатный	47154,1
28	с. Шиловка	53560
29	ст. Кучуры	77518
30	пос. Красный Гуляй	78228,5

Конечно, сегодня в разрезе сельских администраций организовать и содержать необходимые объекты социальной сферы агробизнесу невозможно. Поэтому наиболее приемлемым вариантом по бытовому обслуживанию является организация выездных форм обслуживания. На проведение и оплату подобных мероприятий у многих (особенно прибыльных) сельскохозяйственных организаций имеются материальные средства.

Проблемы развития социальной ответственности бизнеса являются актуальными не только для регионов, но и для хозяйствующих субъектов экономики. Многие российские предприятия реализуют политику социальной ответственности бизнеса, стараясь, тем самым, повысить свой деловой имидж, инвестиционную привлекательность, завоевать доверие различных групп корпоративной аудитории (потребителей, персонала, общества и т.д.). Однако, политика социальной ответственности, как правило, реализуется фрагментарно, а на предприятиях отсутствует единая концепция осуществления социально-ответственного бизнеса. На современном этапе развития экономики отдельные российские предприятия предпринимают попытки разработки индивидуальных подходов к социальной ответственности, внедрения международных принципов прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений, поддержки общества и т.д., но они вынуждены строить свою социальную ответственность в условиях кризисного состояния социальной сферы российских регионов.

В этой ситуации выходом может послужить разра-

ботка таких направлений развития социальной ответственности бизнеса, которые были бы основаны, с одной стороны, на общепринятых международных принципах социальной ответственности, а, с другой – предлагали бы формы осуществления политики социальной ответственности с учетом особенностей России, что будет способствовать повышению эффективности функционирования региона в целом.

Особенности развития социальной ответственности бизнеса в Ульяновской области заключаются в следующем:

- недооценка руководителями большинства коммерческих предприятий региона роли и экономической эффективности реализации социальных программ для своих работников. Количество предприятий в регионе, имеющих первичные профсоюзные организации, за 2001-2009 гг. сократилось с 2917 до 1403 ед.;

- ежегодное уменьшение числа работников, охваченных действием коллективных договоров. За 2007 – 2009 гг. в Ульяновской области число работников, охваченных действием коллективных договоров, на предприятиях образовательной сферы и науки сократилось на 47 %, агропромышленного комплекса – на 45,1 %, машиностроения – на 34,2 %, торговли – на 22,2 %;

- отсутствие в регионе целевых программ поддержки социально-ориентированных предприятий;

- непроработанность регионального соглашения Ульяновской области в части оценки эффективности реализации принципов социального партнерства. В региональном соглашении Ульяновской области на 2010 – 2012 гг. в качестве основных индикаторов реализации принципов социального партнерства в регионе выступают лишь три показателя: уровень общей безработицы, темп роста реальных доходов населения, удельный вес граждан с доходами

ниже прожиточного минимума.

В результате низкой активности и эффективности взаимодействия участников социальной ответственности бизнеса, состояние развития социально-трудовых отношений в Ульяновской области характеризуют следующие тенденции:

- среднемесячная заработная плата соответствует уровню минимального потребительского бюджета населения, обеспечивающего лишь простое воспроизводство рабочей силы. В 2011 г. среднемесячная заработная плата в регионе составляла 165 % от уровня минимального потребительского бюджета населения, а в 2005 – 2006 гг. данный показатель не превышал 105 %. Однако по уровню среднемесячной начисленной заработной платы Ульяновская область занимает в Приволжском федеральном округе далеко не первое место;

- изменение региональной структуры безработных свидетельствует о востребованности на предприятиях низкоквалифицированных работников, т.к. оплата их труда существенно ниже работников с высокой квалификацией;

- динамика создания новых рабочих мест в регионе в 2008 – 2010 гг. уступает числу безработных, вставших на учет в службе занятости, в 2 – 2,5 раза, что создает предпосылки возникновения вынужденной безработицы и приводит к оттоку рабочей силы из области. Ежегодно регион покидает около 7 тыс. специалистов с высшим образованием;

- численность занятых в обрабатывающих производствах области с начала периода рыночных преобразований сократилась на 41,3 %.

Вышеперечисленные тенденции привели к:

- ухудшению уровня жизни населения области с начала 90-х годов, рассчитанного путем сопоставления темпов роста среднедушевых доходов населения и прожиточного

минимума, в 2 раза;

- отсутствию условий формирования «среднего класса»: анализ распределения населения области по уровню материального достатка показал, что более 40 % составляет низкообеспеченное население, а за чертой бедности остается 20 % населения региона.

3.2 МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АГРОБИЗНЕСА

Для усиления эффективности согласования интересов участников социальной ответственности бизнеса региональным органам власти необходимо занять активную позицию в регулировании партнерских отношений сторон.

Предлагаемая структурно-функциональная модель описывает основные направления взаимодействия участников социально ответственного бизнеса, в том числе агробизнеса, (государства (власти), бизнеса и наемных работников) и определяет в качестве основных результатов, сближающих социально-экономические интересы сторон, рост удовлетворенности от работы, уверенности в завтрашнем дне, стабильность прибыли и рост конкурентоспособности предприятия, обеспечение высокого качества жизни населения, рост признания со стороны общества и др. (рисунок 13).

Основными направлениями взаимодействия государства (в лице региональных властей) и хозяйствующих субъектов экономики должны стать стимулирование решения социальных проблем работодателями, повышение привлекательности региона на рынке труда, закрепление трудоспособного населения в регионе, улучшение имиджа предприятия, расширение спроса на производимую продукцию, улучшение условий труда, повышение заинтере

Направления взаимодействия участников социально ответственного агробизнеса



Рисунок 13 – Структурно-функциональная модель взаимодействия участников социальной ответственности агробизнеса

сованности работников, повышение инвестиционной привлекательности, создание программ экономической поддержки инвестиционно-активных и социально-ориентированных предприятий.

На первый план в регулировании социальных отношений между работодателями и работниками должны выйти вопросы улучшения условий труда, достойной ее оплаты, социального пакета, поддержки образования и творческих начинаний, осуществления инвестиций в человеческий потенциал и социальную сферу.

Для обеспечения эффективного взаимодействия участников социально ответственного бизнеса необходимо соблюдение ряда условий:

1. Нормативно-правовые условия (совершенствование нормативно-правового регулирования социального партнерства, направленное на реальное обеспечение равных прав участников социально ответственного бизнеса).

2. Организационно-управленческие условия (четкая формулировка основных направлений развития социально-экономической политики государства; усиление контрольной функции профсоюзов в отношении исполнения работодателем условий коллективного договора, увеличение административной ответственности субъектов по обязательствам коллективного договора и др.).

3. Социально-экономические условия (усиление активности населения в области развития социально-партнерского регулирования социально-экономических и трудовых процессов и др.).

4. Условия информационно-аналитического обеспечения (обеспечение открытости информации о состоянии системы социально ответственного бизнеса в регионе, о состоянии социально-трудовых отношений в организации для наемных работников, разработка методик оценки экономической эффективности социальных инвестиций и внедрение их в практику).

5. Техничко-технологические условия (создание новых высокотехнологичных рабочих мест в реальном секторе экономики, повышение технического уровня производства, внедрение прогрессивных технологий).

Приоритетными инструментами в развитии системы социально ответственного бизнеса должны выступать инструменты прикладного характера: оценка рентабельности социальных инвестиционных программ предприятий и органов государственной власти, разработка программ государственного стимулирования социально-ответственных хозяйствующих субъектов, участие работников в управлении организацией.

Для развития социально ответственного агробизнеса в Ульяновской области предлагается ряд мероприятий по повышению социальной ответственности представителей агробизнеса.

Предлагаемая совокупность мероприятий по повышению социальной ответственности представителей агробизнеса Ульяновской области включает в себя следующие направления:

1. Приоритетность оказания государственной поддержки социально ответственному агробизнесу.

- рекомендовать при разработке нормативно-правовых актов стимулирующего характера предусматривать критерии, определяющие социальную ответственность представителей бизнеса, претендующих на государственную поддержку;

- поощрение представителей агробизнеса, оказывающих помощь органам власти и учреждениям в социально значимых мероприятиях, путём снижения ставки налогообложения;

- приостановление выплат бюджетных субсидий хозяйствующим субъектам, имеющим просроченную задолженность по оплате труда перед бюджетом и внебюджет-

ными фондами; уклоняющимся от заключения коллективного договора, при финансировании мероприятий по улучшению условий и охране труда в размере не менее 0,5 % от суммы затрат на производство продукции; лицензирующим органам рекомендовать в обязательном порядке запрашивать в налоговых органах и государственных внебюджетных фондах сведения об исполнении обязательств перед бюджетом хозяйствующих субъектов, претендующих на получение лицензии, и осуществлять выдачу лицензии только в случае соответствия требованию по отсутствию задолженности по платежам в бюджет в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2. Информационное сопровождение социально ответственных предприятий АПК.

- осуществлять широкое информирование населения через информационные источники о положительном опыте сельскохозяйственных предприятий в социальной сфере, положительных примерах социально ответственного агробизнеса;

- формировать рейтинги социально-ответственных предприятий. Рекомендовать размещать рейтинги в открытом доступе через средства массовой информации;

- учитывать сведения, содержащиеся в рейтинге социально-ответственных организаций, предприятий при предоставлении государственной поддержки;

- рекомендовать включать в государственные программы, затрагивающие интересы агробизнеса, мероприятия по информационному сопровождению бизнеса, реализующего эффективные социальные программы;

- посредством социальной рекламы регулярно освещать приоритеты государственной политики в сфере социальных отношений;

- информировать представителей агробизнеса о проведении всероссийского конкурса «Российская организация

высокой социальной эффективности». Рекомендовать участвовать в конкурсе;

- оказывать учебную, методическую и научную помощь в реализации социальных программ заинтересованным организациям;

- организовать работу учебно-консультационного пункта на базе информационно-консультационных центров муниципальных образований Ульяновской области;

- привлечение агробизнеса к участию в информационно-профилактических, социально значимых акциях, программах, проводимых органами исполнительной власти Ульяновской области, осуществляющих отраслевое либо межотраслевое управление;

- рекомендовать руководителям сельскохозяйственных предприятий принимать участие в работе наблюдательных и попечительских советов социально-значимых учреждений Ульяновской области.

3. Стимулирование организаций на повышение социальной ответственности через соблюдение установленных законодательством прав и законных интересов работников, работодателей.

- доведение до руководителей предприятий Ульяновской области информации о необходимости использования практики заключения коллективных договоров для стимулирования социально-трудовых отношений на своих предприятиях;

- рекомендовать Региональным общественным отраслевым организациям и Областным профсоюзным организациям активизировать работу по созданию профсоюзных организаций и работу по заключению коллективных договоров на предприятиях всех форм собственности;

- заключение соглашений между органами исполнительной власти Ульяновской области и представителями бизнес-сообщества о взаимодействии по повышению соци-

альной ответственности бизнеса;

- рекомендовать предприятиям предоставлять социальный пакет молодым специалистам – выпускникам учреждений профессионального образования;

- рекомендовать коммерческим предприятиям (организациям) устанавливать квоты для выпускников учреждений начального, среднего, высшего профессионального образования из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей;

- рекомендовать работодателям (внебюджетной сферы) предусмотреть в коллективных договорах нормы, содержащие обязанность работодателя по частичной оплате стоимости путевок в загородные оздоровительные лагеря за своих работников;

- активизировать работу с исполнительными и представительными органами Ульяновской области по обсуждению и принятию региональных нормативных правовых актов, затрагивающих интересы сферы предпринимательства;

- рекомендовать в осуществлении предпринимательской деятельности придерживаться Стандарта торгово-промышленной палаты Российской Федерации «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации».

4. Организация мониторинга отдельных показателей деятельности основных налогоплательщиков Ульяновской области и перечисленных ими сумм налоговых платежей в консолидированный бюджет Ульяновской области.

- проведение и опубликование в средствах массовой информации мониторинга по следующим показателям:

- средства, направленные на меры социальной поддержки для работников своего предприятия (принятые на предприятии или предоставляемые в соответствии с зако-

нодательством);

- средства, направленные на меры социальной поддержки, в расчете на одного специалиста (работника);
- наличие просроченной кредиторской задолженности по заработной плате;
- наличие просроченной кредиторской задолженности по мерам социальной поддержки;
- средства, направленные на развитие учреждений социальной сферы Ульяновской области;
- средства, выделенные на проведение общественных мероприятий (отдельно внутри предприятия, на муниципальном и областном уровнях);
- средства, выделяемые на организацию отдыха и оздоровления работников и членов их семей (детей).

Формирование предложенной модели социально ответственного бизнеса позволит добиться устойчивости роста АПК региона, использование инноваций, ведение эффективной конкурентной борьбы, расширение производства и зарубежных связей.

Предприятия, реализующие программы КСО, имеют более широкие возможности для привлечения инвестиционного капитала, более успешно рекламируют производимые товары и услуги, получают налоговые льготы. В конечном итоге, социально-ответственные предприятия способствуют снижению социальной напряженности общества, выступают надежными партнерами государства в реализации его социальных программ.

Максимизация позитивного влияния бизнеса на общество путем реализации социальных программ должна иметь четкую, научно обоснованную стратегию, построенную с учетом последовательной реализации этапов повышения социальной ответственности бизнеса.

Заключение

Современный российский бизнес характеризуется устойчивым экономическим развитием, использованием инноваций, ведением эффективной конкурентной борьбы, расширением производства и зарубежных связей. Последнее во многом способствовало осознанию того, что бизнес не может существовать вне общества, следовательно, обязан реагировать не только на его экономические потребности, но и социальные. Социальная ответственность бизнеса постепенно становится обязательным элементом функционирования высокодоходного и конкурентоспособного предприятия.

Развитие аграрного сектора экономики в настоящее время признано одним из основных приоритетов социально-экономической политики государства. В свою очередь развитие аграрного сектора невозможно без прогрессивных сдвигов в социальной инфраструктуре села, которую в прежние времена формировали сельскохозяйственные организации. На современном этапе развития агробизнеса села, основным представителем которого являются сельскохозяйственные организации различных организационно-правовых форм хозяйствования, они в значительной степени утратили социальную ответственность перед жителями села в силу сложного экономического и финансового состояния.

Ульяновская область имеет достаточный опыт в реализации социальных программ, предусматривающих государственную поддержку социального и инженерного обустройства сельских поселений, развития несельскохозяйственных видов деятельности в сельской местности, расширения рынка труда, развития процессов самоуправления и на этой основе повышение качества и активизации человеческого потенциала.

Однако для повышения социальной ответственности агробизнеса требуется системный подход, где одну из ключевых ролей будут играть сельскохозяйственные товаропроизводители. В настоящее время число предприятий, осуществляющих корпоративную социальную ответственность в АПК региона, невелико.

Поэтому с целью изучения условий и факторов, определяющих участие сельскохозяйственных организаций Ульяновской области в социальном развитии села, было проанализировано их экономическое и финансовое состояние.

Проанализировав современное состояние сельскохозяйственных организаций Ульяновской области, можно сделать следующие выводы:

1. На современном этапе развития АПК, агробизнес в значительной степени утратил свою социальную ответственность перед жителями села. Это явилось следствием сложного экономического и финансового состояния сельскохозяйственных предприятий региона.

2. Причинами сложного экономического и финансового состояния сельскохозяйственных предприятий региона являются низкая производительность труда, совершенно неудовлетворительная урожайность всех без исключения культур, не позволяющая получать необходимую прибыль, часть которой можно было бы направить на социально значимые проекты и мероприятия.

3. В результате низкой активности и эффективности взаимодействия участников социальной ответственности бизнеса, состояние развития социально-трудовых отношений в Ульяновской области характеризуют следующие тенденции:

– среднемесячная заработная плата соответствует уровню минимального потребительского бюджета населения, обеспечивающего лишь простое воспроизводство ра-

бочей силы изменение региональной структуры безработных свидетельствует о востребованности на предприятиях низкоквалифицированных работников, т.к. оплата их труда существенно ниже работников с высокой квалификацией;

– динамика создания новых рабочих мест в регионе уступает числу безработных, вставших на учет в службе занятости, что создает предпосылки возникновения вынужденной безработицы и приводит к оттоку рабочей силы из области. Ежегодно регион покидает около 7 тыс. специалистов с высшим образованием.

В настоящее время наиболее эффективным инструментом решения задачи повышения уровня и качества жизни на селе является программно-целевой подход, позволяющий сконцентрировать все ресурсы на решении ключевых проблем.

С целью исследования участия агробизнеса в социальном развитии села на территории Ульяновской области было проведено анкетирование, в котором участвовало 23 сельскохозяйственные организации по 4 организационно-правовым формам хозяйствования.

В ходе анкетирования было опрошено 873 респондента, в том числе 850 работников и 23 руководителя сельскохозяйственных организаций, из них 63% мужчины и 38 % женщины.

Часть анкет была адресована только руководителям, часть – только работникам, и на вопросы нескольких анкет отвечали все респонденты, что позволило сопоставить ответы со стороны работодателей с ответами со стороны работников.

Из анализа следует, что на предприятиях, в основном, удовлетворяются только материальные потребности персонала. Именно поэтому роль социальных льгот и выплат как части совокупного дохода работников заметно возрастает в последнее время. Они превратились в жизненную

потребность не только самих работников, но и их семей. Как следствие лишь 21,7% руководителей могут назвать свою организацию социально ответственной. Три руководителя затруднились ответить и два из 23 ответили «скорее нет».

Несмотря на сложное финансовое состояние сельскохозяйственных товаропроизводителей, одним из социальных приоритетов, решаемых организациями агробизнеса, является их участие в решении отдельных социальных вопросов в населенном пункте по месту деятельности предприятия, прежде всего создание рабочих мест, обеспечение достойных условий труда и уровня оплаты работников участие в решении отдельных социальных вопросов в городе, населенном пункте по месту деятельности предприятия (поддержка учреждений образования, культуры, благоустройство территории, развитие или содержание социальной инфраструктуры).

По мнению рядовых работников, социальные вопросы, решаемые в селе сельскохозяйственной организацией - это оказание материальной помощи школе (отметили 40% респондентов), ремонт дорог (17,6%) и др. Основная помощь работникам в ведении ЛПХ приходится на обработку приусадебных участков (81,8%), обеспечение кормами (63,6%). При этом важно отметить, что, в основном, вся помощь оказывается за полную стоимость, исключение составляет обеспечение кормами: здесь на 50% идет либо безвозмездная помощь, либо по льготным ценам и на 13,6% - за полную стоимость.

Таким образом, анализ социологических исследований показывает, что условия проживания сельских жителей не изменились в лучшую сторону за последнее десятилетие при общей положительной динамике изменения уровня жизни в стране. В связи с этим организациям агробизнеса необходимо находить возможности для социальной под-

держки своих работников и членов их семей, что в свою очередь будет способствовать развитию сельских территорий и создавать базу для эффективного развития агробизнеса.

Проведенное исследование участия агробизнеса в социальном развитии села на территории Ульяновской области позволяет сделать следующие выводы:

1. С переходом на рыночные отношения резко упал жизненный уровень сельских жителей, не всегда реализуются функции социальных гарантий.

2. В настоящее время действующие сельскохозяйственные предприятия и фермерские хозяйства за небольшим исключением уже не являются градообразующими предприятиями для сел, так как при резком снижении количества работающих в них, доля работников предприятия в общем количестве проживающих на территории поселений становится незначительной. В силу чего работодатель мало заинтересован в реализации социальных проектов для села, в котором только небольшая часть жителей являются работниками предприятия. Поэтому работодатель при наличии средств будет выполнять социально значимые мероприятия внутри своего корпоратива, лишь частично охватывая поселение в целом, считая это обязанностью государства.

3. В сложившихся условиях необходимо создать гарантии социальной справедливости, обеспечивающие выравнивание уровня жизни сельского и городского населения. При решении задачи ускоренного развития социальной сферы села необходимо исходить как из общих требований благосостояния, так и обеспечения сельскохозяйственного производства квалифицированными кадрами и закрепления их на селе. Иными словами, сегодня агробизнесу очень важно быть социально ответственным.

Исходя из вышеизложенного, предлагается:

1. Прежде чем говорить о социальной ответственности агробизнеса на территории того или иного населенного пункта, необходимо знать уровень развития социально-производственной инфраструктуры. Среди прочих индикаторов уровня развития социально-производственной большой интерес вызывает оценка территориальной остроты ситуации или уровень «депрессивности».

2. Чтобы определить уровень социально-экономической устойчивости сельского района, необходимо произвести расчёт основных показателей социально-экономического развития муниципальных районов. Совокупная оценка развития территорий сформирована по суммам набранных мест в разрезе 6 секторов: промышленно-строительный, сельскохозяйственный, потребительский рынок, доходы населения, социальная сфера, финансово-инвестиционный. Объектами ранжирования служат 16 показателей материального и социального секторов.

Полученные значения интегрального показателя социально-экономической устойчивости позволяют распределить районы области по местам, в зависимости от величины самого значения. Проведенный анализ позволяет констатировать, что исследуемые населенные пункты находятся в различных социально-экономических условиях. В районах наблюдаются «депрессивные» территории, где показатель территориальной остроты ситуации достиг наибольших значений.

В связи с тем, что в разрезе сельских администраций организовать и содержать необходимые объекты социальной сферы агробизнесу невозможно, наиболее приемлемым вариантом по бытовому обслуживанию является организация выездных форм обслуживания. На проведение и оплату подобных мероприятий у многих (в частности, прибыльных) сельскохозяйственных организаций материальные средства имеются.

Проблемы развития социальной ответственности бизнеса являются актуальными не только для регионов, но и для хозяйствующих субъектов экономики. Многие российские предприятия реализуют политику социальной ответственности бизнеса, стараясь, тем самым, повысить свой деловой имидж, инвестиционную привлекательность, завоевать доверие различных групп корпоративной аудитории (потребителей, персонала, общества и т.д.). Однако, политика социальной ответственности, как правило, реализуется фрагментарно, а на предприятиях отсутствует единая концепция осуществления социально-ответственного бизнеса. В этой ситуации выходом может послужить разработка таких направлений развития социальной ответственности бизнеса, которые были бы основаны, с одной стороны, на общепринятых международных принципах социальной ответственности, а, с другой – предлагали бы формы осуществления политики социальной ответственности с учетом особенностей России, что будет способствовать повышению эффективности функционирования региона в целом.

Особенности развития социальной ответственности бизнеса в Ульяновской области заключаются в следующем:

- недооценка руководителями большинства коммерческих предприятий региона роли и экономической эффективности реализации социальных программ для своих работников;

- ежегодное уменьшение числа работников, охваченных действием коллективных договоров. За 2007 – 2009 гг. в Ульяновской области число работников, охваченных действием коллективных договоров, на предприятиях образовательной сферы и науки сократилось на 47 %, агропромышленного комплекса – на 45,1 %, машиностроения – на 34,2 %, торговли – на 22,2 %;

– отсутствие в регионе целевых программ поддержки социально-ориентированных предприятий;

– непроработанность регионального соглашения Ульяновской области в части оценки эффективности реализации принципов социального партнерства. В региональном соглашении Ульяновской области на 2010 – 2012 гг. в качестве основных индикаторов реализации принципов социального партнерства в регионе выступают лишь три показателя: уровень общей безработицы, темп роста реальных доходов населения, удельный вес граждан с доходами ниже прожиточного минимума.

Для усиления эффективности согласования интересов участников социальной ответственности бизнеса региональным органам власти необходимо занять активную позицию в регулировании партнерских отношений сторон.

Предлагаемая структурно-функциональная модель описывает основные направления взаимодействия участников социально ответственного бизнеса, в том числе агробизнеса, (государства (власти), бизнеса и наемных работников) и определяет в качестве основных результатов, сближающих социально-экономические интересы сторон, рост удовлетворенности от работы, уверенности в завтрашнем дне, стабильность прибыли и рост конкурентоспособности предприятия, обеспечение высокого качества жизни населения, рост признания со стороны общества и др.

Для обеспечения эффективного взаимодействия участников социально ответственного бизнеса необходимо соблюдение ряда условий:

1. Нормативно-правовые условия (совершенствование нормативно-правового регулирования социального партнерства, направленное на реальное обеспечение равных прав участников социально ответственного бизнеса).

2. Организационно-управленческие условия (четкая

формулировка основных направлений развития социально-экономической политики государства; усиление контрольной функции профсоюзов в отношении исполнения работодателем условий коллективного договора, увеличение административной ответственности субъектов по обязательствам коллективного договора и др.).

3. Социально-экономические условия (усиление активности населения в области развития социально-партнерского регулирования социально-экономических и трудовых процессов и др.).

4. Условия информационно-аналитического обеспечения (обеспечение открытости информации о состоянии системы социально ответственного бизнеса в регионе, о состоянии социально-трудовых отношений в организации для наемных работников, разработка методик оценки экономической эффективности социальных инвестиций и внедрение их в практику).

5. Техничко-технологические условия (создание новых высокотехнологичных рабочих мест в реальном секторе экономики, повышение технического уровня производства, внедрение прогрессивных технологий).

Приоритетными инструментами в развитии системы социально ответственного бизнеса должны выступать инструменты прикладного характера: оценка рентабельности социальных инвестиционных программ предприятий и органов государственной власти, разработка программ государственного стимулирования социально-ответственных хозяйствующих субъектов, участие работников в управлении организацией.

Предлагаемая совокупность мероприятий по повышению социальной ответственности представителей агробизнеса Ульяновской области включает в себя следующие направления:

1. Приоритетность оказания государственной под-

держки социально ответственному агробизнесу.

2. Информационное сопровождение социально ответственных предприятий АПК.

3. Стимулирование организаций на повышение социальной ответственности через соблюдение установленных законодательством прав и законных интересов работников, работодателей.

4. Организация мониторинга отдельных показателей деятельности основных налогоплательщиков и перечисленных ими сумм налоговых платежей в консолидированный бюджет Ульяновской области.

Формирование предложенной модели социально ответственного бизнеса позволит добиться устойчивости роста АПК региона, использование инноваций, ведение эффективной конкурентной борьбы, расширение производства и зарубежных связей.

Предприятия, реализующие программы корпоративной социальной ответственности, имеют более широкие возможности для привлечения инвестиционного капитала, более успешно рекламируют производимые товары и услуги, получают налоговые льготы. В конечном итоге, социально-ответственные предприятия способствуют снижению социальной напряженности общества, выступают надежными партнерами государства в реализации его социальных программ.

Список использованных источников

1. Алямкин С.Н. Федеральный и региональный аспекты определенности форм собственности в России как основание ответственности бизнеса [Текст] / С.Н. Алямкин // Регионология. - 2009. – № 1. - С. 223
2. Андронов В. О. концепции и стратегиях социальной ответственности корпоративного бизнеса [Текст] / В. Андронов // Российский экономический журнал. - 2004. – № 12. - С. 116-119
3. Аникеева О.П., Симонова Л.М. Модели социальной ответственности бизнеса: мировой опыт и российская практика // Вестник Тюменского государственного университета. – 2010. - № 4. – с. 72 – 77.
4. Байгереев М. Корпоративность социальной ответственности государства и гражданского общества [Текст] / М. Байгереев // Человек и труд. - 2005. - №8. - С. 55-58
5. Беляева Е. Социальная ответственность корпораций и благотворительная деятельность [Текст] / Евгения Беляева // Предпринимательство. - 2006. – № 4. - С. 72-76
6. Берлин Э. Экономическое партнерство в контексте взаимодействия свободы и социальной ответственности бизнеса [Текст] / Эдуард Берлин // Предпринимательство. - 2005. - №1. - С. 76-82
7. Бондаренко Л.В., Шаяхметов И.Т. Методологические основы формирования инфраструктуры села. – М., 2000.- 66 с.
8. Веревкин Л.П. Социальная ответственность бизнеса // Мониторинг общественного мнения. - № 1 (95). – 2010. – с. 37 – 48.
9. Виттенберг Е.Я. Социальная ответственность бизнеса: широкий взгляд // Россия и современный мир. - 2007. - № 3. - С.124-141.
10. Гизатулин А.В. Корпоративное управление, социальная ответственность и финансовая эффективность ком-

пании. Электронный ресурс, 2004. – режим доступа socreklama.ru

11. Гринберг Р. Экономическая эффективность предпринимательства социальная ответственность фирмы [Текст] / Р. Гринберг // Общество и экономика. - 2006. – № 9. - С. 9-19

12. Гришина Т. Социальная ответственность профюзов: как ее понимать? [Текст] / Т. Гришина // Человек и труд. - 2010. – № 3. - С. 45

13. Деревянченко А.А. Социальная ответственность в системе корпоративного управления// Дисс.... д.социол. н. - М., 2005. -С. 138-139

14. Дворцов Ю.В. Усиление социальной ответственности бизнеса в России [Текст] / Ю.В. Дворцов // Российский внешнеэкономический вестник. - 2010. – № 3. - С. 54

15. Доклад Ассоциации менеджеров России, подготовленный совместно с Программой развития ООО, 18 ноября. Электронный ресурс, 2004. – режим доступа www.socreklama.ru

16. Доклад о социальных инвестициях в России 2004: роль бизнеса в общественном развитии / Под общ. ред. С.Е. Литовченко. – М., 2004. – с. 18

17. Доклад о социальных инвестициях в России в 2008 году. – М.: Ассоциация менеджеров, 2008.

18. Житенев С.Л. Ответственность бизнеса в решении социально-экономических проблем персонала и общества [Текст] / С.Л. Житенев // Управление персоналом. - 2008. – № 3. - С. 52-53

19. Зантарая Т.П. Особенности формирования и реализации концепции социальной ответственности бизнеса в России// Автореферат дисс. социол. н. - М., 2007. – с. 17 – 19

20. Зантарая Т. Социальная ответственность бизнеса [Текст] / Т. Зантарая // Человек и труд. - 2007. – № 6. - С.

21. Зарубина Н.Н. Деньги и культура богатства: перспективы социальной ответственности бизнеса в условиях глобализации [Текст] / Н.Н. Зарубина // Социологические исследования. - 2008. – № 10. - С. 13-23

22. Захаров К. Социальная ответственность - не дань моде, а один из базовых принципов ведения бизнеса [Текст] / К. Захаров // Человек и труд. - 2008. – № 6. - С. 18-20

23. Иванова В. Концепция корпоративной социальной ответственности [Текст] / В. Иванова // Человек и труд. - 2010. - № 11. - С. 54

24. Исследование «Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада». – М.: Общероссийская общественная организация «Деловая Россия». – 2004. – 96 с.

25. Камзабаева М. Анализ степени социальной ответственности в потребительской кооперации [Текст] / Майра Камзабаева // Предпринимательство. - 2005. – № 3. - С. 57-68

26. Ковалев М. Социальная ответственность бизнеса [Текст] / М. Ковалев, А. Гусев // Охрана труда и социальное страхование. - 2006. – № 3. - С. 14-18

27. Козлов А. Проблемы социальной ответственности в системе взаимодействия власти и частного предпринимательства [Текст] / А. Козлов // Предпринимательство. - 2012. - № 1. - С. 27-35

28. Корпорация, социальная ответственность и местные власти. Модели эффективного сотрудничества: Сборник материалов по результатам исследования аспектов взаимоотношения корпораций, местных властей, а также системы межбюджетных отношений в РФ. – М.: Институт города. – 2003. – 327 с.

29. Корпоративная социальная ответственность / Э.М.Коротков, О.Н.Александрова и др.; под ред.

Э.М.Короткова – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 445 с.

30. Костин А.Е. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: мировой опыт и концепция для России [Текст] / А.Е. Костин // Менеджмент в России и за рубежом. - 2005. – № 3. - С. 112-123

31. Лапина Н. Социальная ответственность бизнеса: какое будущее для России ? [Текст] / Н. Лапина // Мировая экономика и международные отношения. - 2006. –№ 6. - С. 31-39

32. Лебедев И. Концепция социальной ответственности бизнеса: перспективы развития в Украине [Текст] / И. Лебедев // Проблемы теории и практики управления (Международный журнал). - 2012. - № 2. - С. 44-52

33. Меморандум «О принципах корпоративной социальной ответственности» - М.: Комитет Ассоциации Менеджеров по корпоративной ответственности. – 2006. – с. 16.

34. Михайлов С. Эмпирическое социологическое исследование. – М.: ДЕКА, 2004. – 301 с.

35. Никитин В. Чья правда сильнее?//Ульяновская правда, №84, 16.10. 2009г.

36. Петрунин Ю.Ю. Этика бизнеса: Современные концепции // Общественные науки и современность. – 1998. - № 3

37. Плотицына Л.А. Социальная ответственность крупного бизнеса как инструмент корпоративного управления в современных условиях [Текст] / Л.А. Плотицына // Финансы и кредит. - 2003. – № 5. - С. 13-17

38. Полунин К. О необходимости усиления государственного регулирования социальной ответственности российских компаний [Текст] / К. Полунин // Предпринимательство. - 2008. – № 6. - С. 94-98

39. Постнова М.В., Холопова Ю.С. Оценка остроты территориальной ситуации сельского района. Материалы

11 международной научно-практической конференции. Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения. 8-10 июня 2010 года. - Ульяновск : УГСХА, 2010. Т. 1 - С. 360-363.

40. Правовое стимулирование повышения социальной ответственности бизнеса. – Информационный бюллетень № 259. – Курган – 2012. – с. 28

41. Программно-целевой подход к социальному развитию села:2003-2009 годы. –М.: ФГНУ «Росинформагротех», – 2009. – 111 с.

42. Рабочая книга социолога. – М.: Изд-во Наука, 2001. -512 с.

43. Рамазанов А. Концепция корпоративной социальной ответственности [Текст] / А. Рамазанов // Проблемы теории и практики управления (Международный журнал). - 2007. – № 12. - С. 38-47

44. Романов В.Л. Административная этика. – М.: Издательство РАГС. – 1999. – с.38

45. Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии [Текст] / И. Соболева // Вопросы экономики. - 2005. – № 10. - С. 90-103

46. Соколовская Е.А. Становление социальной ответственности бизнеса в России // Дисс...к.э.н., М., 2006 – с. 20

47. Состояние социально-трудовой сферы села и предложения по ее регулированию. Ежегодный доклад по результатам мониторинга. –М.: ФГНУ «Росинформагротех», – 2008 г., 2009 г., 2010 г., 2011 г.

48. Социальная ответственность бизнеса: традиции и современная практика. – Информационный бюллетень № 258. – Курган – 2012. – с. 20

49. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ / Под ред. М.И. Либоракиной. – М.: Фонд «Институт экономики города». – 2001.

50. Социальная ответственность российского предпринимательства: состояние и пути повышения. – М.: ТПП РФ. – 2003.

51. Социально-ответственное поведение - ориентир российского бизнеса // Общество и экономика. - 2008. - № 10-11. - С.209-237

52. Социально-экономические показатели муниципальных районов и городских округов Ульяновской области в 2010 году, 2011 г. Стат.сб. – Ул.2011 – 275 с.

53. Статистический ежегодник. Ульяновская область, 2010: Стат.сб. – Ул., 2010 – с.396

54. Стрижов С.А. Формирование и развитие корпоративной социальной ответственности в современной экономике России// Автореферат дисс. д.э.н.- М., 2007. - С.27-28

55. Строганов Р. Корпоративная социальная ответственность и привлекательность компании как работодателя [Текст] / Р. Строганов // Управление персоналом. - 2007. – № 18. - С. 80-83

56. Торопов Д.И. Социальная ответственность - как составная часть современной социальной политики [Текст] : научное издание / Д.И. Торопов // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Современное развитие АПК: региональный опыт, проблемы, перспективы. 26-28 апреля 2005 года. - Ульяновск : УГСХА, 2005. - Часть IV : Гуманитарные науки и образование, Часть V : Актуальные вопросы ветеринарной медицины, биологии и экологии. - С. 123-127.

57. Ульяновская область в цифрах. 2012: Крат.стат.сб. – Ул., 2012 – 142 с.

58. Филатова О. Аграрный бизнес привыкает к социальной ответственности [Текст] / О. Филатова // Агробизнес. Современные стратегии, технологии, менеджмент. - 2005. – № 4. - С. 51-54

59. Финансы России. 2010: Стат.сб./ Росстат – М., 2010. –

468 с.

60. Фурман И. Социальная ответственность современного бизнеса [Текст] / И. Фурман // Нормирование и оплата труда в сельском хозяйстве. - 2011. - № 2. - С. 64-69

61. Хайруллин А. Успешный бизнес предполагает социальную ответственность [Текст] / А. Хайруллин // Человек и труд. - 2008. – № 8. - С. 37-39

62. Хохлявин С.А. Социальная ответственность : контуры будущего стандарта в его рабочем проекте ISO|WD26000 [Текст] / С.А. Хохлявин, С.Ю. Дайман // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008– № 1.- С. 24-33

63. Шихвердиев А. Качественный индекс социальных инвестиций как показатель эффективности корпоративной социальной ответственности [Текст] / А. Шихвердиев // Человек и труд. - 2010. – № 1. - С. 44

64. Шихвердиев А. Социальная ответственность бизнеса как элемент эффективного корпоративного управления [Текст] / АрифШихвердиев // Предпринимательство. - 2007. – № 4. - С. 66-70

65. Шишин С.О. социальной ответственности транснационального корпоративного бизнеса в условиях глобализации [Текст] / С. Шишин // Российский экономический журнал. - 2008. – № 10. - С. 55-56

66. Экономическая ответственность и социальная ответственность: опыт ценен повторением [Текст] // Финансы и кредит. - 2007. – № 29. - С. 75-76

67. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman.: N.Y. Harper & Row. 1953. P.6

68. Business for social responsibility. Overview of Corporate social responsibility. Электронный ресурс, 2003. Режим доступа – www.hbs.edu

69. CSR: Meeting Changing Expectations, 1999

70. SocialInvestmentForum [Электронный ресурс, 2008. – режим доступа www.socialinvest.org