

Библиографический список

1. Лапшина Г.В. Участие агробизнеса Ульяновской области в социальном развитии села. Монография /Г.В.Лапшина, Н.Р.Александрова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 213. – 223 с.
2. Рабочая книга социолога. – М.: Изд-во Наука, 2001. -512 с.

RESEARCH METHODOLOGY OF SOCIAL RESPONSIBILITY AGRIBUSINESS

GV Lapshina, YA Lapshin

Key words: *social responsibility, agribusiness, the technique used following.*

The paper presents the methodological approach and the results of the first sociological study of social responsibility of organizations agribusiness to the residents of the village of the Ulyanovsk region

УДК 330.342

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АГРОБИЗНЕСА УЛЬЯНОВСКОГО РЕГИОНА

Лапшина Галина Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление на предприятиях АПК» ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»

432017, г. Ульяновск, бульвар Новый Венец 1 Тел. 8(84231) 5-02-55

Лапшин Юрий Алексеевич, кандидат технических наук, доцент кафедры «Безопасность жизнедеятельности и энергетика» ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»

432017, г. Ульяновск, бульвар Новый Венец 1 Тел. 8(84231) 5-02-55,

Ключевые слова: *агробизнес, социальная ответственность.*

В работе рассмотрена методика и результаты социологического исследования состояния социальной ответственности предприятий агробизнеса перед жителями сельских населенных пунктов Ульяновской области.

Развитие аграрного сектора невозможно без прогрессивных сдвигов в социальной инфраструктуре села, которую в советское время формировали сельскохозяйственные организации (колхозы, совхозы). На современном этапе развития агробизнеса новые сельскохозяйственные организации в значительной степени утратили социальную

ответственность перед жителями села в силу сложного экономического и финансового состояния [1].

С целью изучения условий и факторов, определяющих участие сельскохозяйственных организаций Ульяновской области в социальном развитии села, было проведено социологическое исследование. Для проведения социологических исследований по изучению вопросов социальной ответственности агробизнеса наиболее применима методика, базирующаяся на использовании тестового (анкетного) опроса работников. Этот метод по сравнению с другими методами (анализ документов, наблюдение, метод структурного анализа коллективов и другие) наиболее полно отражает задачи наших исследований.

Для проведения социологического исследования разработана методика анкетного опроса, включающая две анкеты. 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. Разработка содержания вопросов и ответов на них выполнялись в соответствии с общими требованиями методики и техники сбора первичной социальной информации.

При выборе системы шкалирования оценок ответов на вопросы учитывался общий низкий уровень подготовки сельскохозяйственных работников к проведению опроса. Поэтому при разработке тестов до минимума сведено применение вербальной шкалы оценок, в большей степени исследовалась цифровая шкала. При этом тестирование анонимное, что позволяет до минимума устранить факторы внешнего влияния на формирование ответов респондентов и обеспечить при минимальных затратах объективность результатов опроса.

В ходе анкетирования было опрошено 873 респондента, в том числе 850 работников и 23 руководителя сельскохозяйственных организаций, из них 63% мужчины и 38 % женщины, результаты исследований можно считать репрезентативными для всей генеральной совокупности работников организаций АПК региона при заданной доверительной вероятности исследований [2].

Из анализа следует, что в организациях в основном удовлетворяются только материальные потребности персонала.

Основные виды внешней социальной активности, которые можно отнести к исследуемым сельскохозяйственным организациям региона, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Виды внешней социальной ответственности бизнеса

Виды	чел.	%
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

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

Несмотря на сложное финансовое состояние, одним из социальных приоритетов, решаемых организациями агробизнеса, является их участие в решении отдельных социальных вопросов в населенном пункте по месту деятельности предприятия. В первую очередь, создание рабочих мест, обеспечение достойных и безопасных условий труда и уровня оплаты работников. Во-вторых, участие в решении отдельных социальных вопросов в населенном пункте по месту деятельности предприятия (поддержка учреждений образования, культуры, благоустройство территории, развитие социальной инфраструктуры).

По мнению рядовых работников, социальные вопросы, решаемые на селе агробизнесом - 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.

Проведенные исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. В настоящее время сельскохозяйственные организации и фермерские хозяйства региона за небольшим исключением уже не явля-

ются 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.

2. Работодатель практически не заинтересован в реализации социальных проектов для села, в котором только небольшая часть жителей являются его работниками. В силу этого работодатель даже при наличии средств будет выполнять социально значимые мероприятия только внутри своего корпоратива, лишь частично охватывая поселение в целом, считая это обязанностью государства.

Библиографический список

1. Вережкин Л.П. Социальная ответственность бизнеса // Мониторинг общественного мнения. - № 1 (95). – 2010. – С. 37 – 48.

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

UDK 330.342

RESULTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY AGRIBUSINESS ULYANOVSK REGION

Lapshina G.V., Lapshin Y.A.

The paper considers the methodology and results of the survey the state of corporate social responsibility to the residents of agribusiness rural areas of the Ulyanovsk region

Keywords: *agribusiness, social responsibility*

УДК 336.221.262

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ СОБИРАЕМОСТИ НДС

Лытяков Антон Владимирович, аспирант ФГБОУ ВПО «УлГТУ».

Ключевые слова: *налоговые доходы, налог на добавленную стоимость, налоговые вычеты, проблемные контрагенты*

Приводятся данные о динамике и структуре начислений НДС налогоплательщиками Ульяновской области. Показано, что в настоящее время фискальный потенциал НДС раскрыт не полностью, чему способствуют многочисленные злоупотребления в части исчисления налога. Высказано предположение о том, что значительное препят-