

**НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ
И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Учебное пособие

Министерство образования и науки Российской Федерации
Байкальский государственный университет

**НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ
И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Учебное пособие

Иркутск
Издательство БГУ
2017

УДК 005.35(075.8)
ББК 65.290.2я7
НЗ4

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета

Авторы-составители
В.М. Рыков, Е.П. Чернявская

Рецензенты д-р экон. наук, проф. В.Ю. Рогов
канд. экон. наук, доц. Н.В. Елькина

НЗ4 Научные основы и практические аспекты социальной ответственности предпринимательства [Электронный ресурс] : учеб. пособие / авт.-сост. В.М. Рыков, Е.П. Чернявская. – Иркутск : Изд-во БГУ, 2017. – 87 с. – Режим доступа : <http://lib-catalog.isea.ru>.

Охарактеризованы научные основы и практические аспекты социальной ответственности предпринимательства. Эта тема изучается в рамках курсов «Социальная ответственность бизнеса», «Корпоративная социальная ответственность». Указанная проблема рассматривается на примере социальной деятельности АО «Труд».

Для студентов, магистрантов и аспирантов экономических специальностей.

УДК 005.35(075.8)
ББК 65.290.2я7

© Издательство БГУ, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
1. Теоретические основы социальной ответственности предпринимательства	6
1.1. Сущность и исторические основы изучения социальной ответственности предпринимательства. Развитие социальной ответственности в России.....	6
1.2. Принципы формирования социальной ответственности и роль предпринимателя в построении социально ответственной компании	15
1.3. Влияние социальной ответственности на экономические показатели компании	21
2. Современный уровень социальной ответственности АО «Труд».....	29
2.1. Общая характеристика компании.....	29
2.2. Основные экономические показатели деятельности компании	40
2.3. Социальная ответственность компании и ее влияние на динамику роста производительности труда	49
3. Эффективность влияния программы социальной ответственности на производительность труда в АО «Труд»	59
3.1. Предложения по открытию предприятия общественного питания для работников как инструмента социальной ответственности компании ..	59
3.2. План реализации деятельности столовой	61
3.3. Влияние открытия столовой на повышение производительности труда	70
Заключение	80
Список использованной и рекомендуемой литературы.....	82

ВВЕДЕНИЕ

Основной тенденцией развития современного предпринимательского общества становится переход ряда социальных функций, выполняемых государственными структурами, к крупному бизнесу. Представители общественности в развитых странах стали предъявлять все более жесткие требования к социальной ответственности бизнеса. А тем временем к предпринимательству стало приходить понимание важности предъявляемых требований. Идея социального инвестирования со стороны предпринимательства для стабильного развития общества является необходимым фактором корпоративной культуры и специфической особенностью ведения цивилизованного бизнеса. С трансформационными процессами, происходившими в современном обществе, социальная ответственность предпринимательства стала одним из критериев, определяющих конкурентоспособность предприятия.

Особую важность социальной ответственности предпринимательства стоит учитывать в условиях нестабильной экономической ситуации в мире. Если в период экономического подъема большое количество предпринимателей рассматривали инвестирование в социальное развитие как способ повышения собственного имиджа, то в нестабильной экономической ситуации такой способ инвестирования становится спорным. Это способствует выдвиганию социальных аспектов социальной ответственности на первый план.

Объектами корпоративной социальной ответственности являются экология, демография, безопасность, а также здоровье, образование, культура, наука, информация, отдых. Эти области развития человека и общества нуждаются в поддержке со стороны бизнеса, поддержке, прежде всего экономической, а также политической, организационной. Для построения системы ответственности с учетом ее разнообразия необходимо знать характеристики ответственности в полном их составе и объеме [9].

Актуальность изучения темы социальной ответственности предпринимательства предопределена тем, что со становлением производства, развитием научно-технического прогресса, урбанизации жизни стали все больше обостряться новые и неизученные проблемы: экологические, социально-экономические, технические, информационные, урбанистические, культурологические. Решение всех этих проблем необходимо начинать с использования комплексного подхода, от которого зависит перспектива развития общества в целом. Но урегулирование их в существенной мере предопределяется деятельностью современных организаций, их пониманием ответственности перед грядущим будущим. На основании этого проблема социальной ответственности предпринимательства становится первостепенной. Ее решение в экономическом, научно-техническом, социально-политическом ракурсе является основной проблемой современного управления.

Вопросы социальной ответственности предпринимательства исследуются уже долгое время. Фундаментальный вклад в создание, становление и развитие теории социальной ответственности внесли зарубежные ученые. Систематизированные исследования концепции социальной ответственности были проведены Г. Боуеном, Т. Бош, Д. Вейзером, С. Задеком, А. Кэрроллом, Д. Колинсом, М. Фридманом, С. Хилтоном и др.

Теоретико-методологические основы изучения социальной ответственности как экономической категории рассматривались в трудах таких российских ученых, как О.Н. Александрова, Е.И. Андреева, О.П. Аникеева, С.А. Антонов, Е.А. Бадюкина, Н.В. Бакша, А.Б. Барангов, М.П. Бизяева, С.В. Братющенко, С.Ф. Гончаров, Е. Данилова, А.А. Данилюк, А.П. Калинина, А.С. Ковалевская, Э.М. Коротков, Н.А. Кричевский, Н.В. Кучерина, Е.Р. Ляховецкая, Е.Д. Малинин, А.В. Новичков, А.А. Сарафанников, Л.М. Симонова, И.С. Семененко, Г.Л. Тульчинский.

Вопросы изучения социально ответственного предпринимательства рассматриваются в работах ряда современных отечественных авторов. Так, Д. Вышегородский намечает основные перспективы развития корпоративной социальной ответственности в России [48], К. Гришпун и А. Карлик исследует проблему социально ответственной реструктуризации предприятий в контексте теории управления [19]. В.И. Грушенко, Л.В. Фомиченкова, Т.В. Халдеев затрагивают вопросы социальной ответственности в рамках общей концепции управления предприятием в условиях экономической нестабильной ситуации [14, с. 44].

Несмотря на то что проблемам социальной ответственности уделяется определенное внимание со стороны делового сообщества и научной среды, до сих пор нерешенным остается целый список проблем теоретического и прикладного характера. Установление четких теоретических определений проблемы социальной ответственности, особенности развития социальной ответственности на современном этапе, исследование специфики социальной ответственности – все эти проблемы обусловили научную и практическую значимость исследования и предопределили выбор целей.

Учебное пособие «Научные основы и практические аспекты социальной ответственности предпринимательства» составлено для использования при проведении лекционных и практических занятий со студентами, магистрантами и аспирантами. Его задачей является рассмотрение экономико-теоретических основ социальной политики, анализ основных концепций социальной ответственности предпринимательства и их специфики в современных условиях России, а также показана практика социальной деятельности компании АО «Труд».

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1.1. Сущность и исторические основы изучения социальной ответственности предпринимательства. Развитие социальной ответственности в России

Само по себе понятие «ответственность» подразумевает под собой обязанность и готовность субъекта отвечать за совершенные им действия, поступки и вытекающие из них последствия. Социальная ответственность – это сознательное отношение субъекта социальной деятельности к требованиям социальной необходимости, гражданского долга, социальных задач, норм и ценностей. Понимание последствий осуществляемой деятельности для определенных социальных групп и личностей, для социального прогресса общества.

Понятие социальной ответственности предпринимательства сформировалось в современном мире относительно недавно и до сих пор не имеет однозначного определения. На сегодняшний день сформировалось значительное количество трактовок данного понятия, благодаря теоретическим исследованиям и использованием данного явления в практической деятельности во всевозможных структурах бизнеса и предпринимательства. В широком смысле это влияние предпринимательской деятельности на общество. Каждая организационная структура, которая использует на практике данный механизм, определяет данное понятие по-своему.

В начале становления термина под «социальной ответственностью» понимали только политику взаимоотношения с работниками предприятия, регламентированную выплату заработной платы, уплату налоговых сборов [11].

В соответствии с одним из самых распространенных понятий, социальная ответственность предпринимательства – это направление развития предпринимательства, в рамках которого фирмы по собственному желанию внедряют социальную и экологическую политику во всех уровнях работы предприятия и переносят ее на взаимоотношения с заинтересованными лицами.

Согласно Э.М. Короткову, корпоративная социальная ответственность – это реализация интересов компании посредством обеспечения социального развития ее коллектива и активного участия компании в развитии общества [22].

За рубежом понятие «социальная ответственность предпринимательства» рассматривается чаще всего как один из элементов, ведущих к устойчивому развитию. Европейская комиссия дает определение социальной ответственности, как добровольный вклад предприятия в улучшение жизни общества и охрану окружающей среды.

Green Paper Европейского союза определяет корпоративную ответственность как «концепцию, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в бизнес процессы и во взаимоотношения со всем кругом, связанных с компанией организаций и людей». Такой подход принят большинством стран Европейского союза [41].

По определению, разработанным Ведущим объединением корпораций США (Бизнес за социальную ответственность), понятие социальной ответственности предпринимательства подразумевает под собой «достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах уважения к людям, сообществам, окружающей среде» [50].

Наиболее ясной и четкой, по мнению многих специалистов, является формулировка, представленная в Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» в 2010 г.: «Социальная ответственность – это ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое:

- содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества;
- учитывает ожидания заинтересованных сторон;
- соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения;
- введено во всей организации» [2].

Чтобы дать более полное определение социальной ответственности предпринимательства, необходимо уделить внимание историческому аспекту происхождения данного понятия.

Источником зарождения концепции социальной ответственности предпринимательства можно назвать движение в защиту прав трудящегося населения, возникшее в начале XIX в. после промышленной революции. С отменой запретов на реализацию права на свободу объединений стали появляться первые организованные рабочие движения. Основоположником данных мировоззрений по праву можно считать крупного британского промышленника Р. Оуэна, разработавшего план по улучшению условий жизни рабочих и пытавшегося опробовать его на одной из фабрик. Его труды положили начало осознанию трудящимися собственных прав и свобод, осознанию их значимости в производственном процессе предприятия [8, с. 26].

Создавая коллективные обращения вместе с крупными промышленниками, известными политиками и экономистами, Оуэн обращался в ряд правительств европейских стран с предложениями создать международные законы об условиях труда на предприятиях. Вот три основных довода, которые были выдвинуты им в пользу принятия международных трудовых норм:

- облегчение в сущности рабского труда рабочих;
- предотвращение беспорядков, удержание рабочих коллективов от участия в неформальных организациях;
- минимизация потерь стран с защищающим трудовым законодательством.

В это время появились первые научные работы, целью которых было обозначить важность ответственности предпринимателей перед обществом. Теория Г. Боуэна, которую он излагает в книге «Социальная ответственность бизнеса», гласит, что бизнесмены прежде всего должны обращать пристальное внимание на общественные интересы и ценности и выбирать социально значимые направления для развития деятельности [12]. То есть, с философской точки зрения, при любой степени свободы и самовыражения если мы являемся частью общества, то не можем быть от него полностью свободны. Поэтому предпринимателю приходится искать компромисс между удовлетворением собственных потребностей, выражающихся в частности в получении и максимизации прибыли, и удовлетворением потребностей окружающего его общества. На практике это выражается в том, что социально ответственный предприниматель не будет заниматься пусть даже высокоприбыльным, но нелегальным бизнесом, так как это социально неприемлемо.

Как считал американский экономист К. Уолтон, социальная ответственность предполагает взаимосвязь трех элементов системы: компания, государство, общество. При этом все элементы тесно взаимосвязаны. Только за счет государства общество не может достигнуть благосостояния. Это суждение положило начало первым принципам социальной ответственности предпринимательства:

- отказ от личной выгоды, если он противоречит интересам общества;
- в основе экономической системы должен быть принцип плюрализма;
- благосостояние общества обеспечивается за счет государства и бизнеса;
- каждая компания должна разрабатывать модель ведения бизнеса с учетом личных интересов, интересов потребителей, работников и всех прочих игроков [24].

В начале 80-х гг. ведущие компании США и Великобритании пришли к выводу, что необходимо упорядочить все элементы внутренней политики, направленные на взаимодействие с социумом.

Американский профессор Т. Бош считал, что основными причинами развития концепции социальной ответственности были социальная природа бизнеса и юридические реалии, в которых он осуществляет свою деятельность. Это породило необходимость дать обществу что-то взамен на привилегии [45].

Существенный импульс концепция социальной ответственности получила именно благодаря коммерческому фактору. Предприниматели начали от-

мечать прямую взаимосвязь между мнением о них в обществе и уровнем прибыли. Появилось понимание того, что не только качество товара и реклама являются эффективным инструментом продаж, но и репутация компании играет огромную роль в продвижении товара. Опросы во многих странах показали, что общество готово устраивать бойкоты безответственным по отношению к обществу компаниям.

Лучше всего выразили эту мысль С. Хилтон и Д. Гиббонс: «С помощью ценностей социально ответственного бизнеса капиталистов гонят к алтарю истинных ценностей, используя единственно понятный им язык денег» [32].

Существует ряд данных, которые указывают на прямую зависимость социальной ответственности и эффективности работы компании. Газета USA Today в США приводит следующие данные статистики:

- 83 % граждан их страны доверяют компаниям, доказавшим свою социальную ответственность;
- 80 % молодых специалистов подыскивают себе работу только в компаниях, которые занимаются вопросами охраны окружающей среды;
- 75 % работников верят, что работодатели, обеспечивающие на предприятии условия высокой социальной ответственности, заинтересованы в их развитии.

Институт бизнес-этики провел исследования, согласно которым доходы компании, в которых внедрены принципы социальной ответственности, на 18 % выше конкурентов.

Мнения по вопросу социальной ответственности существенно рознятся. Согласно первой точке зрения для современной компании будет достаточно лишь согласовать деятельность с общими законами и принципами общества.

Милтон Фридман говорил: «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» [38].

Вторая же точка зрения утверждает, что согласования – это необходимый минимум и компании должны заглянуть вглубь вопроса. Дэвид Паккард, основатель корпорации Hewlett Packard, придерживаясь этой позиции, говорил: «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» [50].

Прежде всего, концепция социальной ответственности предусматривает создание баланса между достижением корпоративного успеха и уважением к обществу и окружающей среде. Общество обязано выстроить отношения с учетом

потребностей нынешнего поколения и аналогичными потребностями будущих поколений.

Отличительной чертой предпринимательской деятельности является полное принятие риска от осуществляемой предпринимателем деятельности, в частности связанной с получением прибыли. Принятие риска непосредственно означает ответственность предпринимателя отвечать за ведение своего дела. Ответственность предпринимателя за его деятельность выражается в успешном ведении своего дела, предоставлением на рынок необходимой и качественной продукции, соблюдением законов и достигнутых соглашений с партнерами и инвесторами, государством и работниками. Но, тем не менее, на сегодняшний момент складывается довольно печальная картина: грубое нарушение законодательства, уклонение от уплаты налоговых сборов, некачественная продукция и услуги, плохие условия труда – все это реалии наших дней.

Благотворительность, меценатство, спонсорство, филантропия, корпоративная социальная ответственность – все эти термины можно отнести к понятию социальной ответственности предпринимательства. Значит, можно предположить, что социальная ответственность предпринимательства – это влияние предпринимательской деятельности на общество, ответственность тех, кто принимает управленческие решения, перед теми, на кого эти решения влияют прямо или косвенно. Данное определение скорее идеальное и реально не может быть претворено в жизнь хотя бы потому, что невозможно просчитать все последствия от одного решения. Но социальная ответственность предпринимательства – это не свод правил, а этический принцип, задействованный в процессе принятия решений.

Развитие понятия социальной ответственности в России стало происходить сравнительно недавно. Еще несколько лет назад вся деятельность в направлении социальной ответственности ограничивалась заявлениями о следовании принципам этики в обществе и разовыми акциями благотворительности.

Преобладающей и наиболее распространенной формой социальной ответственности являлась традиционная благотворительность. Разрозненные и единичные случаи благотворительности стали первым шагом российского предпринимательства на пути развития социальной ответственности. Оказываемая финансовая помощь не была запланированной и перечислялась конспиративно из средств, часто не учитываемых в основной деятельности, и часто не предавалась огласке во избежание проверок со стороны контролирующих органов [15, с. 20].

Следующим этапом, доставшимся по наследству от советского режима, стала социальная помощь, оказываемая лишь на жизненно необходимые проекты в нестабильных условиях экономики страны. Ее особенностями являлись следующие составляющие:

- добровольное, но чаще принудительное, ориентирование предпринимательства на государственные социальные проекты;
- покровительство над социальными учреждениями (особенно это было характерно для моногородов);
- обеспечение своих работников и их семей.

В этих условиях те денежные средства, которые выделялись предприятием на социальную деятельность, в основной своей части уходили на образование «социального пакета» для работников, а остатки – на государственные программы либо спонтанные спонсорские проекты.

Традиционным российским подходом в отношениях между предприятием и обществом является сочетание элементы благотворительности и социальной помощи. К положительным сторонам этого подхода можно отнести:

- полный контроль имеющихся ресурсов;
- быстроту реагирования на запросы, поступающие непосредственно на предприятие;
- доверительные взаимоотношения с властными структурами.

Но существенным минусом можно считать то, что поступки предприятия на поприще социальной работы не работали на укрепление имиджа.

Предпосылками для изменения сложившейся структуры отношений предпринимательства и общества стала стабилизация социально-экономической ситуации в России, укрепление предпринимательством своих позиций и желание выйти на международный рынок.

В результате различных преобразований предпринимательство стало развиваться как самостоятельное явление, с пренебрежением относящееся к существующим правилам и устоям, а иногда даже с полным им попранием. Перестроечные процессы, которые привели за собой смену ценностей и трансформацию нравственных ориентаций, не приводили к появлению новых, социально привлекательных и интегрирующих общество идей. В конечном итоге получилось то, что Г. Клейнер озаменовал как «экономика физических лиц». Ее особенность состоит в том, что общественные интересы в ней подчинены интересам собственников или руководителей предприятий как физических лиц [25, с. 183].

В либеральной модели рыночной экономики предприниматель фигурирует как «экономический человек», который действует эгоистично, рационально и только в соответствии с личными интересами. При этом последствия действий могут быть самими катастрофическими, но при первоначальном расчете не рассчитываются результаты этих действий, что несет вред человеку, обществу и стране в целом. «Объявленная свобода предпринимательства стала отождествляться со свободой стяжательства в любых его формах» [25, с. 182].

Тема социальной ответственности предпринимательства неразрывно связана с задачами построения институтов гражданского общества в России. Многие исследователи (А.Г. Аганбегян, Е.А. Карпухина, О.В. Еремеев) заметили, что уже сейчас в России существует тенденция к завершению стадии первоначального накопления капитала. На практике по работе многих предприятий можно наблюдать прямую зависимость между социальной благополучностью работников и ростом производительности труда. На этом основании можно сделать вывод, что социальная защищенность персонала обеспечивает стабильность и развитие предприятия.

Главным субъектом социально ответственного предпринимательства в России выступает прежде всего крупный бизнес. Именно он всерьез задумывается о проблеме социальной ответственности и участии в жизни общества. Более малые формы предпринимательства, чаще всего, выступают в роли получателей оказываемой помощи со стороны крупных участников рынка.

Крупные российские компании начали разработку политики социальной ответственности и стратегий следования общественным интересам. Выработка механизма социальной ответственности может сгладить острые углы в отношениях между бизнесом и обществом, которое не до конца приняло политику рыночных отношений.

На текущий момент в России существует три основных подхода к проблеме социально ответственного предпринимательства:

1. Первый подход – минималистский – социальная ответственность в порядке значимости для основной деятельности предприятия проявляется в выпуске качественной продукции, своевременной оплате налоговых взносов и создании стандартизированных рабочих мест с конкурентоспособной заработной платой.

2. Второй подход признает социально ответственным такое поведение, где деятельность предприятия пренебрегает рамки законодательства и реализовывает социальные проекты, которые приносят вклад в совершенствование внутренней и внешней среды предприятия, тем самым обеспечивая его стабильность в долгосрочной перспективе.

3. Третий подход – максималистский – осуществляет жесткую привязку социальной ответственности к репутации предприятия. Такой подход подразумевает не только социальную ответственность в отношении производимой продукции, но и непосредственное участие предприятия в выработке высоких общественных стандартов, затрагивающих все слои населения, позволяя, таким образом, компании участвовать в улучшении социальной жизни на уровне государства.

Государство оказывает высокое давление на зарождающиеся принципы социальной ответственности. Это заключается в попытке принудить организации

к занятию благотворительностью, что идет в разрез с основными принципами социальной ответственности. В свою очередь, компании, решившие заняться социальными программами, порой ошибаются в выборе направления, не согласуя его с государством и обществом, что влечет поднятие уровня и без того высокой социальной напряженности. Наиболее концептуально к проблеме развития социальной ответственности в России подошел РСПП. Вице-президент союза РСПП И. Юргенс утверждает, что «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» [33].

На данный момент социальная ответственность предпринимательства в России подразумевается как социальное инвестирование. Оно направлено не на выработку собственной инициативы в выборе и решении социальных проблем, а на осуществление социальных проектов, предоставляемых по запросу социальных партнеров, главным из которых выступает государство [10].

Среди отличительных особенностей российского подхода к социальной ответственности предпринимательства от западного можно выделить две основные:

- необходимость замещения со стороны предпринимательства функций государственного и местного самоуправления в социальной сфере;
- недостаточное оказание давления на крупное предпринимательство со стороны только гражданского населения.

Основные проблемы развития социальной ответственности предпринимательства возникают из-за недостаточного спроса на социальную активность частного сектора вследствие сложившегося традиционного подхода государственного покровительства в социальной сфере. Как такового спроса ответственности в России на социально ответственное предпринимательство до сих пор не было сформировано. Замещением общественных требований в сторону представителей бизнеса выступает давление со стороны государства. И если в начале построения социально ответственного предпринимательства практика государственного воздействия давала толчок развитию социальных отношений, то на сегодняшний день она исчерпала свой ресурс и является абсолютно неподходящей.

На развитие социальной ответственности в России, безусловно, оказывают влияние общепринятые за рубежом модели социальной ответственности. Но специфические особенности российского бизнеса и подходов накладывают отпечаток на формирование собственной концепции развития социально ответственного бизнеса. Эти особенности следует учитывать как при выработке частных подходов предприятий, так и при разработке единых принципов формирования

социальной ответственности в России. Особенности российского подхода можно разделить на три подгруппы:

1. Географические и исторические особенности.

К ним можно отнести такой фактор, как огромная территория нашей страны, в связи с чем населенные пункты РФ находятся на значительном удалении друг от друга, что особенно актуально для Сибири и Дальнего Востока. Капитал сконцентрирован в труднодоступных, неосвоенных, а порой даже неизведанных регионах страны.

Также наиважнейшие природные ресурсы находятся в климатически сложных областях. В России есть такое явление, как моногорода, где все население и инфраструктура поселения завязаны на одном предприятии.

К еще одному фактору можно отнести постсоветское наследие в виде комплекса социальных отраслей хозяйства, которые находятся в изношенном состоянии, что не позволяет на их основе воссоздавать социальную инфраструктуру.

2. Особенности мировосприятия населения и традиции корпоративного управления.

К этим особенностям в первую очередь относится особенность менталитета населения, который воспитан преимущественно социалистическим строем и потому не готов принимать совместные и самостоятельные попытки изменения сложившегося положения в решении общественных проблем. Жители регионов при высоких социальных ожиданиях находятся на очень низком уровне социальной ответственности. Они ждут решения своих социальных проблем от государства, представителей местного самоуправления и предприятий. Также отголосками прошлого являются сложившиеся традиции трудовых взаимоотношений между работниками и предприятием. Работник привязан к своему месту работы при возможности использовать социальную инфраструктуру предприятия, работающую только на нужды трудового коллектива, такую как детский сад, больница, дома отдыха, даже соглашаясь на более низкую заработную плату. Уровень оплаты труда на многих предприятиях также напрямую зависит от отношения работника к идеологии либо лояльности действующей власти, а не от оценки продуктивности его работы. Со стороны внешней среды тоже подчас существует неоднозначная оценка попыток участия предприятия в жизни общества. Даже представители средств массовой информации порой просто выдвигают необоснованные подозрения в корыстных замыслах либо попросту игнорируют все попытки социальной активности.

3. Особенности политического и социального состояния в стране.

В большинстве регионов Российской Федерации уровень бедности достаточно высок, и потому существует большое количество социальных проблем. Подчас становится непонятным, на какую из них необходимо в первую очередь обратить внимание. В свою очередь, существуют сравнительно новые и такие

остро стоящие вопросы, как наркомания, бездомность. Эти «болезни» требуют срочного решения, но в связи с отсутствием необходимого опыта государственных инфраструктур все более назревают. Власти на местах оказывают порой колоссальное давление на предприятия, вынуждая компании финансировать программы, которые иногда даже не связаны со спецификой предприятия, но в приоритете у местных властей.

1.2. Принципы формирования социальной ответственности и роль предпринимателя в построении социально ответственной компании

Чтобы предпринимательскую деятельность можно было считать социально ответственной, она должна достигнуть в своем развитии определенного уровня, который выражается в добровольном, а не принудительном со стороны различных организационных структур, отклике на социальные проблемы окружающего общества. Этот отклик будет означать, что предприниматель не только соблюдает законодательные нормы и правила, но и готов осуществлять свою деятельность сверх этих условий.

Все принципы социальной ответственности предпринимателя определяют базисные положения, обозначающие природу и сущность компании и деятельности по реализации социальной ответственности на предприятии. Если принять, что принцип – это основа отражения сущности социальной ответственности правило, то можно сделать вывод о том, что отступление от требований одного принципа ведет к искажению сущности понятия социальной ответственности предпринимательства.

Принципы социальной ответственности предпринимательства образуются за счет общественных требований. На текущий момент общественные ожидания, направленные в адрес предпринимательства, претерпели значительные модификации. В настоящее время общественности стало не все равно, как предприятие осуществляет свою деятельность, чем оно руководствуется и как распределяет полученную прибыль. Таким образом, назрела необходимость выработки принципов деятельности предприятий, которые будут функционировать в системе социальной ответственности.

Если предприятие хочет осуществлять свою деятельность в рамках социально ориентированного направления, чтобы соответствовать ожиданиям общества, оно должно сформировать программу действий, связанную с соблюдением правовых, трудовых, этических, благотворительных, природоохранных, коммерческих и общественных принципов. Реализация этой программы позволяет стать достойным участником гражданского общества. Разберемся, на что же предприятию необходимо обратить внимание при выработке принципов социальной ответственности.

Рассмотрим основные принципы социальной ответственности:

1. Принцип открытости.

Предприятие, которое решило встать на путь социальной ответственности, должно разработать четкие и понятные социальные программы, а также механизмы их реализации. Прозрачность ведения социальной политики позволяет, даже со стороны, оценить стремление предприятия улучшить сложившееся положение дел. Любая информация о социальной ответственности организации, за исключением той, которая считается конфиденциальной, должна быть в свободном доступе. Также необходимо не допускать сокрытия или подлога относительно данных о социальной ответственности. Еще одним фактором принципа открытости, является ведение конструктивного диалога со всеми заинтересованными участниками и наличие обязательной обратной связи с адресатами социальных программ.

2. Принцип системности.

На основании принципа системности необходимо выработать четкую последовательность реализации социальных проектов, определить приоритетные направления разрабатываемых программ, а также нести полную ответственность за осуществляемую компанией деятельность в прошлых периодах и будущем времени. Также следует выработать единую систему принципов, которая будет действовать не только в основном, но и, если таковые имеются, в региональных подразделениях предприятия. Вдобавок придется отказаться от единичных и фрагментарных акций в пользу систематического развития проектов в рамках закрепленных приоритетных направлений социальной ответственности. Необходимо принять проникновение всех принципов социальной ответственности во все протекающие рабочие процессы предприятия и принять процесс решения задач во всех иерархиях.

3. Принцип значимости.

Все реализуемые на предприятии программы должны быть в первую очередь актуальны и востребованы. Кроме того, они должны охватывать внушительную аудиторию, чтобы их заметили во внешнем обществе. Средства, затраченные на реализацию проектов, должны подвергаться регулярной оценке и учету, чтобы сопоставить издержки с результатами.

4. Принцип недопущения конфликтов.

Исходя из этого принципа, предприятие должно быть политически «не ангажированным». Оно не должно участвовать в предвыборных гонках и поддерживать определенные политические партии и течения. Такая же позиция должна быть и по отношению к церкви и различным конфессиям. Также стоит полностью отказаться от поддержки националистических движений и различных клубов, противопоставляющих себя другим.

Предприятие может по праву себя считать социально ответственным только в том случае, если оно действует строго в соответствии с принципами

социальной ответственности и внедряет комплекс социальных проектов приоритетных для нее направлений. Социальная активность же выражается в выполнении социальных программ не только внутренней, но и внешней направленности.

Характерной особенностью программ социальной ответственности можно считать добровольность их проведения, несущий систематический характер и связанность с миссией и стратегией развития предприятия.

Сама модель социальной ответственности предпринимательства реализуется благодаря следующим принципам:

- институциональный принцип, основанный на оправдании общественных ожиданий с помощью правового обеспечения экономической ситуации;
- воспроизводственный принцип, основанный на построении своей деятельности таким образом, чтобы предприятие помимо увеличения собственной прибыли и организации деятельности, могло нести ответственность за удовлетворение не только собственных потребностей, но и общественных ожиданий;
- управленческий принцип, основывающийся на работе менеджмента и прочего управленческого персонала, которые выступают не только «агентами собственника», но и «свободными агентами» и обязаны отвечать за выбор, который ведет все предприятие по пути увеличения прибыли и обеспечению [27].

При взаимодействии этих трех принципов, предприятие может достигнуть баланса между работой по получению собственной выгоды на основе его краткосрочных или долгосрочных перспектив и осуществлением направлений социальной деятельности.

Принципы социальной ответственности должны внедряться в работу предприятия, основываясь на системном подходе, и интегрироваться во все рабочие процессы предприятия. Если фирма при выборе пути развития будет учитывать не только экономические, но и экологические и социальные факторы, она сможет расширить сферу своего влияния на окружающее общество и будет более ответственна за свои действия.

При этом важно четкое понимание, что социальная ответственность – рекомендательное приложение к основной деятельности фирмы и не может ограничиваться разовыми несвязными благотворительными акциями.

Подчинение принципам социальной ответственности помогает предприятию более эффективно достигнуть его стратегических целей, так как допускает вливание долгосрочных инвестиций в созидание благоприятного социального климата. А также воплощать в жизнь свои потребности в выживании, безопасности и стабильности.

При выборе приоритетных направлений социальной ответственности, предприятие должно проанализировать свою текущую деятельность чтобы, находясь в тех же рамках своей экономической деятельности, решить, как она может ее видоизменить с большей пользой для окружающего ее общества.

Социальная ответственность предпринимателя проявляется тогда, когда все его цели, связанные с бизнесом, эффективнее достигаются при удовлетворенности социальных потребностей его работников. Деятельность предпринимателя совершается в конкретной среде, состояние которой напрямую влияет на условия предпринимательской деятельности. Длительный и динамический рост бизнеса невозможно гарантировать, если предприниматель ограничивается только погоней за максимальной прибылью и игнорирует интересы природоохранных ведомств, не обращая внимания на социальные программы муниципальных властей, а также пренебрегает интересами своего коллектива и их семей. Дальновидный предприниматель, понимающий роль своей социальной ответственности, вкладывает больше средств в основу своего дела. Потраченные средства создают благоприятную почву для развития предпринимательской деятельности, создают выгодный образ предпринимателя в глазах окружающего его социума, в который входят органы местного самоуправления, различные контролируемые организации, клиенты, партнеры, инвесторы и работники.

Получение прибыли далеко не единственная цель, к которой стремятся предприниматели, организуя свой бизнес. Существует также ряд психологических причин, например, желание достигнуть цели, самоуважение, реализация внутреннего потенциала и т.д.

Предприниматель как участник общественных отношений обязан обладать удобоваримым для общества моральным обликом. Моральный облик предпринимателя, который отвергает социальную деятельность, воспринимается обществом, как правило, резко негативно. Затраты на социальные проекты самокупаются только в перспективе, но в текущий момент времени они снижают объем выручки и повышают издержки предприятия. Если предприниматель решает пойти путем перекладывания этих издержек на себестоимость товара, тем самым увеличивая ее конечную цену продукции, то, другими словами, он перекладывает расходы на социальные нужды прямо на плечи потребителей, снижая возможность реализации своей продукции и ее конкурентоспособности.

Ответственность предпринимателя можно схематично изобразить с помощью пирамиды Кэрролла (рис. 1.1) [34].

Экономическая ответственность является базовой формой ответственности и ключевой для организаций всех типов, так как состоит в предоставлении востребованной продукции, что влечет за собой получение прибыли.

Юридическая или правовая ответственность – это ответственность предпринимателя за соблюдение законодательно установленных норм в ходе реализации его деятельности.

Этическая ответственность. Таковую форму ответственности несет любой предприниматель, нацеленный на увеличение капитала. В обществе, где должно

внимание уделяется социальной ответственности, неэтичное поведение может привести к потере акционеров и потребителей.

Социальная или филантропическая ответственность – ответственность, зависящая напрямую от сложившейся моральной составляющей характера предпринимателя. Она не связана, в отличие от других типов, с государственными и общественными ожиданиями.

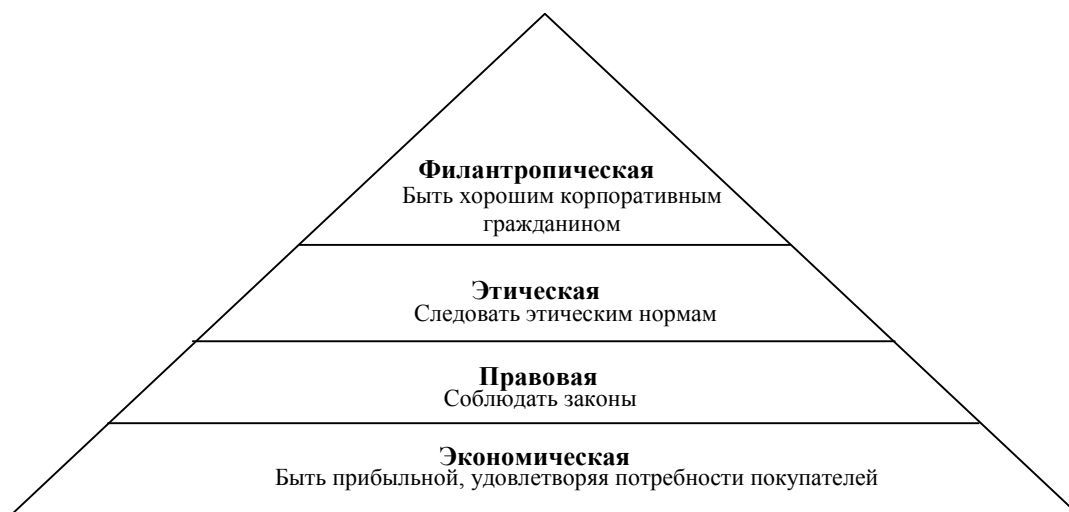


Рис. 1.1. Пирамида социальной ответственности (пирамида Кэрролла)

С переворотными процессами, происходившими в мире с 90-х гг. прошлого века в России, общественность все пристальнее обращает внимание на процессы предпринимательства, поскольку они олицетворяют собой развитие экономической и социальной сферы общества. Предприниматели стали центральными действующими субъектами рынка, потому как без творческого подхода, применяемого к организации производства, использованием новых конфигураций, бесстрашного и сопряженного с риском подхода к организации нового дела, становится просто нереальным получение прибыли в условиях современной рыночной экономики.

Этот процесс очень быстро преодолел этап от простого накопления капитала к разделению предпринимательства на мелкое, среднее и крупное. В секторе крупного предпринимательства сосредоточилась большая часть имущественных средств. Соответственно крупные предприниматели первыми начали использовать социальную ответственность в собственных интересах и на благо общества.

Малое и среднее предпринимательство не имело возможности брать на себя такое же количество социальных обязательств, ввиду того, что в их руках сосредотачивались ограниченные ресурсы и налоговое обременение было на по-

рядок выше, чем у крупного предпринимательства. В этих условиях конкурентная борьба ставит в неравные условия представителей монопольных организаций и мелкого предпринимательства.

Для того чтобы оставаться на плаву и быть более конкурентоспособным, малый бизнес сосредотачивается на тех сферах деятельности, которые будут удовлетворять основные потребности покупателей их продукции. Эта специфика трансформирует малое предпринимательство в более социально ответственное, так как социальная ответственность – это осуществление деятельности, не только приносящей доход, но и удовлетворяющей остальные нужды общества.

В морально-этическом плане видна положительная динамика в сторону осознания предпринимателями необходимости активного участия в социальной жизни общества. С помощью аналитических исследований, выявлено, что более 60 % предпринимателей не могут брать на себя ответственность в решениях социальных проблем на уровне макроэкономики, но полностью готовы соблюдать нормы трудового и налогового законодательства. Например, в части уплаты налоговых сборов, обеспечения своих работников рабочими местами и стабильной зарплатой без дополнительного контроля за этим со стороны государственного надзора.

Обязанность добровольного перечисления своего сверхдохода в пользу малоимущей прослойки населения признают 50 % предпринимателей. Больше половины представителей малого и среднего предпринимательства пребывают в уверенности, что большую часть социальной ответственности должны принимать на себя именно крупные участники рынка, но и в этом вопросе 38 % малых предпринимателей осознают, что их участие в социальной деятельности общества не менее важно, чем участие только представителей крупных предприятий.

Окружающее бизнес сообщество и сами предприниматели не пришли к единому знаменателю в построении приоритетов социальной ответственности. Большая часть предпринимателей понимают под главной задачей социальной ответственности – создание рабочих мест и создание условий, при которых будут удовлетворены потребности работников. Такая же часть общественности ожидает от предпринимательства решений наболевших проблем социально обделенных слоев общества. Это расхождение во взглядах ведет к тому, что на данный момент только 9 % населения считают, что предприниматели ведут свою деятельность социально ответственно.

В сложившейся ситуации предприниматели в России пребывают в готовности к решению социальных проблем общества. Аналитики и исследователи данной проблемы должны указывать предпринимателям вектор развития своей деятельности в социальном ключе, которые помогут, прежде всего, предпринимателям наладить баланс между социально ответственной деятельностью и удовлетворением потребностей общества.

1.3. Влияние социальной ответственности на экономические показатели компании

Теоретические и эмпирические исследования экономических проблем, связанных с благотворительными пожертвованиями, минимально касаются оценки влияния социальных проектов на основную деятельность компании, а также установления величины эффекта социальной ответственности всей компании.

Объектом исследований последних лет стали мотивы и векторы развития социальной деятельности предприятия, разнообразные конфигурации социальной ответственности; структура денежных потоков, направляемых на реализацию социальных программ; реализация программ социального сотрудничества. Также изучались обстоятельства выработки и преграды развития социальной ответственности на предприятиях, и, кроме того, выявление причин противоречия интересов бизнеса и общества.

Изучение всех этих факторов чаще всего инициировалось некоммерческими образованиями. И эти исследования позволили им яснее понять, чем руководствуются предприятия, к кому и с какими предложениями лучше обращаться, как выстраивать обоюдовыгодные отношения с предпринимателями.

Главной проблемой социально ответственного предпринимательства является эффективность направлений реализуемой им социальной и предпринимательской деятельности. Но результаты приведенных выше исследований, хоть и представляют ценность, не могут ответить на все интересующие бизнес вопросы.

Поскольку проблема создания системы оценки эффекта от социальной деятельности предпринимательства вызывает интерес не только в коммерческих кругах, которые применяют данные на практике, но и на уровне теоретических исследований, работы по выработке единой схемы для оценки результатов планомерно развиваются. Тем не менее фактором, который существенно затормаживает изучение данной проблемы, является недостаток информации для проводимых исследований.

Региональные исследования, проводимые некоммерческими организациями, выпускаются ограниченным тиражом и не всегда доходят до тех, кому они были изначально адресованы. Результаты исследований, которые проводят сами предприниматели, носят сугубо прикладной характер и применяются, как правило, для внутренних потребностей предприятия. Они имеют высокую ценность в пределах организации, так как учитывают в первую очередь специфику деятельности предприятия и ориентированы на внутренние бизнес-процессы. Но, как правило, результаты исследований являются закрытыми для внешнего использования и носят конфиденциальный характер.

Исследования оценки влияния благотворительных и социальных программ на экономические показатели деятельности предприятия проводились за

рубежом, начиная с конца 1980-х – начала 1990-х гг. и носили систематический характер.

По данным Walker Information, к концу 1999 г. вниманию широкой общественности было представлено 34 академических и публицистических статьи по проблеме изучения бизнес-эффекта. Из них 13 – отчеты о результатах эмпирических исследований по данной тематике. В 2000 г. в свет вышла книга «Weiser, John & Zadek, Simon Conversations with Disbelievers: Persuading Companies to Address Social Challenges». В ней содержится детальный систематический анализ нескольких десятков исследований, проведенных в Западной Европе и Северной Америке, а также оценивается репрезентативность показателей бизнес-эффекта, анализируются слабые стороны исследований и даются рекомендации по их совершенствованию [40].

Но это не единственные источники данных об исследованиях. Многочисленные исследования проводятся каждый год и информацию о них можно узнать на сайтах организаторов, таких как Cone/Roper, MORI (Market & Opinion Research International), Corporate Citizenship, Council on Foundation, Walker Information, London Benchmarking group и др. Затруднением является то, что в связи с обновлением сайтов, проблематичной задачей может оказаться поиск данных за прошлые периоды. Так или иначе, в свободном доступе существует многочисленное количество информации, которая позволяет выявить сферы деятельности предприятия, в которых с большей вероятностью является получение положительного эффекта, перечень возможных эффектов, показатели, используемые для оценки эффекта выраженные в качественном и количественном выражении.

Как правило, самими эффективными сферами деятельности предприятия являются финансовая сфера, маркетинг и продажи, управление персоналом и управление рисками. В большинстве случаев получаемый положительный эффект связан с созданием комфортного и стабильного окружения, созданием положительного имиджа, повышением капитализации, улучшением финансовых показателей и повышением уровня продаж, интенсификацией эффективности маркетинга и ростом производительности труда, снижением издержек, усовершенствование инноваций, ведущих к расширению рынка.

Проводимые исследования выявили три основных показателя оценки эффективности, связанных с участием предприятия в социальной деятельности:

1. Показатель окупаемости вложенных в социальные программы инвестиций.
2. Показатель эффективности от благотворительной помощи в сравнении с не благотворительными средствами, такими как стимулирование продаж и реклама.
3. Показатель процесса реализации социальных программ.

Рассмотрим основные показатели эффективности социально ответственного предпринимательства.

Показатель окупаемости демонстрирует соотношение между затратами на социальную деятельность и долей прироста капитала, которая возникла благодаря социальной деятельности предприятия. Это очень двойственный показатель, так как с одной стороны, он наиболее характерный и показательный, потому что дает теоретическую возможность оценить приблизительную эффективность социальной деятельности и ее влияние на изменение экономических показателей. С другой стороны, он очень сложен для измерения и может использоваться не в каждой сфере деятельности предприятия.

Всегда необходимо принимать во внимание, что результаты социальной деятельности неоднозначны и их гораздо труднее выразить в денежном эквиваленте относительно понесенных на социальную деятельность затрат. Связано это в первую очередь с тем, что трудно доказуемы не только результаты социальной деятельности, но и то, что рост экономических показателей произошел благодаря именно этим социальным проектам.

Тем не менее показатель окупаемости можно легко применить в такой специфической сфере деятельности, как социально ответственный маркетинг. Если провести благотворительную акцию на определенном рынке в определенный промежуток времени, то появляется возможность провести измерение величины прироста продаж, с учетом того, что часть собранных средств идет на благотворительные цели.

Показатель эффективности позволяет сделать вывод о том, в какой степени эффективна социальная деятельность по сравнению с прочими видами деятельности, такими как реклама и стимулирование продаж. Но этот показатель не так экспоненциален по сравнению с показателем окупаемости, поскольку не предоставляет возможность выразить эффект в конкретном количественном выражении.

Показатель процесса реализации социальных программ является еще менее доказательным. Он выражает только присутствие либо отсутствие зависимости между социальной деятельностью предприятия и его основной деятельностью. Он не показывает степень эффективности социальных программ и не обозначает ее в количественном выражении. Корреляция между социальными программами и ростом показателей по основной деятельности может быть выражена в виде частных случаев, которые характеризуют ситуацию и обосновывают достижения по результатам социальных проектов, и описывают, что было бы еще достигнуто и что не могло произойти, если бы эти проекты не были бы воплощены в жизнь.

В преобладающей части случаев невозможно интерпретировать в количественном отношении показатели эффективности и процесса. Тем не менее, этого можно достигнуть, если прибегнуть к методу экспертной оценки.

На основании этого метода выбирают ряд показателей, которым по определенным критериям эксперты присуждают значения в баллах, чтобы на их основании сделать рейтинг. Этот метод успешно используется при анализе показателей различными заинтересованными сторонами. Исследование, проводимое заинтересованными сторонами, основывается на общей оценке деятельности предприятия различными объединениями заинтересованных лиц: акционерами общества, потребителями производимых товаров и услуг, работниками предприятия, то есть теми, от кого напрямую зависит развитие и результаты деятельности предприятия.

Следом мы рассмотрим показатели, которые используются в наиболее приоритетных сферах деятельности предприятия, таких как финансовая политика, комплекс маркетинга и управление репутацией.

В финансовой политике предприятия эффект, достигаемый в ходе реализации социальных программ, является следствием увеличения финансовых показателей предприятия. Основными показателями эффективности в этом случае являются чистая прибыль, доход от вложенных инвестиций, доход с активов, доход с продаж.

Проводимые в этой области исследования основываются на сопоставлении финансовых показателей социально активных предприятий с предприятиями, которые осуществляют социальную деятельность в виде разовых акций и не считают это основной прерогативой. Самые достоверные данные можно извлечь только в том случае, если характеристики исследуемых предприятий по основным критериям, формирующих выборку, предельно совпадают. К этим характеристикам можно отнести направление деятельности предприятия, величина их активов, численность персонала.

Наибольшее внимания заслуживают исследования, проведенные Sandra Waddock & Samuel Graves, консалтинговой компанией Towers Perrin и Social Investment Forum [37].

Авторы исследования Waddock & Graves стали лауреатами престижной премии имени Милта Московитца (Milton Moskowitz Prize) в области оценки влияния корпоративной социальной ответственности на финансовые показатели деятельности компаний. Объектами исследования-победителя стали 22 компании, из них 11 – с высокими показателями социальной ответственности и 11 – с низкими. Примечательно, что авторы продолжили работу с выборкой компаний, которые были изучены исследователями Collins & Porras [36], и таким образом получили любопытные сравнительные данные. Была выявлена сильная прямая зависимость между высоким значением показателя дохода с активов и социальной активностью и между доходом от продаж и социальной активностью, в то же время доход с инвестиций оказался менее зависим от социальной активности.

Исследование показало, что на протяжении десяти лет у компаний, реализующих концепцию социальной ответственности, финансовые показатели были выше, чем у социально не ответственных компаний, а именно: доход на инвестированный капитал выше на 9,80 %, доход с активов – на 3,55 %, доход с продаж – на 2,79 %, прибыль – на 63,50 %.

Консалтинговая компания Towers Perrin проводила исследования по двум критериям отбора – социально активных и социально неактивных предприятий [39]. Было установлено 25 социально активных предприятий на основании того, как они строят свои деловые отношения с наиболее заинтересованными лицами: инвесторами, потребителями, работниками, партнерами, местными властями. По данным признакам в общество социально активных предприятий вошли такие известные корпорации, как Coca-Cola, Jonson & Jonson, Procter & Gamble, General Electric. Исследование было проведено с использованием внутренних источников информации компании, и с помощью внешних данных, которые представляли предоставляемых Fortune (рейтинг ста лучших компаний в Америке), и данных Standards & Poors 500 (количественные индикаторы, на основе которых прогнозируется стоимость акций).

Изучение продемонстрировало, что по выбранным критериям в течение 15 лет прибыль акционеров социально активных предприятий была выше среднего показателя в 2 раза (43 и 19 % соответственно).

Social Investment Forum базируется на принципах социально ответственного инвестирования. То есть это означает, что при выборе объекта инвестиций и проводя финансовый анализ, обращает внимание не только на экономическую составляющую, но и уделяет должное внимание социальным и экологическим аспектам. В ходе этого процесса также идет дробление и выявление в большей мере социально ответственных предприятий [42].

В комплексе маркетинга экономическую эффективность от влияния социальных и благотворительных программ достаточно легко измерить. Главным критерием служат данные о сбыте продукции, рейтинг продукции и узнаваемость товара, количество потребителей, аргументация выбора товара покупателями, эффективность пиар и информационных компаний, сегментация рынка и пр.

Связь между мероприятиями социально ответственного маркетинга как специфического вида благотворительной деятельности и повышением уровня продаж наиболее ясна и достаточно легко измерима. Классическим примером может служить акция, проводимая известной социально ответственной компанией American Express, проведенная еще в 1980 г., когда при расчете картой компании один цент направлялся на ремонт символа американского народа – статуи Свободы. В первый же месяц акция принесла ощутимые результаты, количество совершения расчетов картой компании возросло на 28 % и повышением количества новых пользователей на 45 %.

Интересным фактом является то, что оценка критериев эффектов от мероприятий социального маркетинга – это то исключение, когда благотворительная деятельность сопряжена с основной деятельностью фирмы. Именно поэтому эффект от социальных проектов можно с легкостью выразить в количественном выражении. В других случаях в изучение эффекта применяется анализ заинтересованных групп и проявляется отношение потребителей производимой продукции и услуг и их перспективы участия предприятия в социальной жизни общества.

Исследование, проводимое консалтинговой компанией Cone/Roper, продемонстрировало, что социально направленный маркетинг способствует увеличению числа продаж, поскольку 78 % респондентов охотнее покупают продукцию, если часть вырученных от продажи средств идет на благотворительные цели; 66 % с большей охотой перейдут на торговую марку того предприятия, которое поддерживает социальные программы, а 33 % покупателей в приоритете после уровня цены и качества товара — уровень социальной активности предприятия.

Похожие исследования, проводимые во всем мире, выявили, что значительный сегмент потребителей рынка изменят привычную торговую марку на ту, которая социально ответственнее. В Великобритании значение этого показателя достигло 86 %, в Италии — 75 %, в Австралии — 73 %, в Бельгии — 65 %. Исследовательский центр MORI опубликовал данные, по которым 28 % опрошенных британцев не стали приобретать продукцию у компаний, которые являются социально не ответственными.

Приведенные исследования предлагают опрошенным участникам создать прогноз ситуации со следующими исходными данными: при одинаковом выборе и критериях компании, услуги какой выберет покупатель — социально ответственной либо социально неответственной. Явным недостатком проводимого опроса является то, что при моделировании ситуации намерения покупателей не отражаются их реальные действия и реальные сведения о совершенном действии очень редки. Исключением можно назвать опрос, проведенный организацией Conference Board, который выявил, что 46 % респондентов приобретают продукцию только социально ответственных компаний [43].

Чтобы изучить не только действующий рейтинг компании среди потребителей, но и перспективу его развития, а также при привлечении новых партнеров, либо акционеров, возможно применять анализ заинтересованных сторон и выявлять предпочтения потребителей. При каждом частном случае раскрывается намерение совершения выбора в пользу социально ответственного предприятия и само событие, которое возникло при выборе.

Оценка позиции заинтересованных сторон относительно предприятия, а также их ожидания и намерение принимать участие в жизни компании и прини-

мать решения, которые отразятся на экономическом состоянии предприятия, являются показателем репутации. Зависимость между становлением репутации и ростом экономических показателей проявляется, прежде всего, через отношение заинтересованных лиц. Если посмотреть на практике, то это выражается через лояльность потребителей, которые приобретают производимую продукцию, инвесторов, вкладывающих свои средства в дело предприятия, доверие партнеров, постоянные трудовые ресурсы, органы местного самоуправления (рис. 1.2).

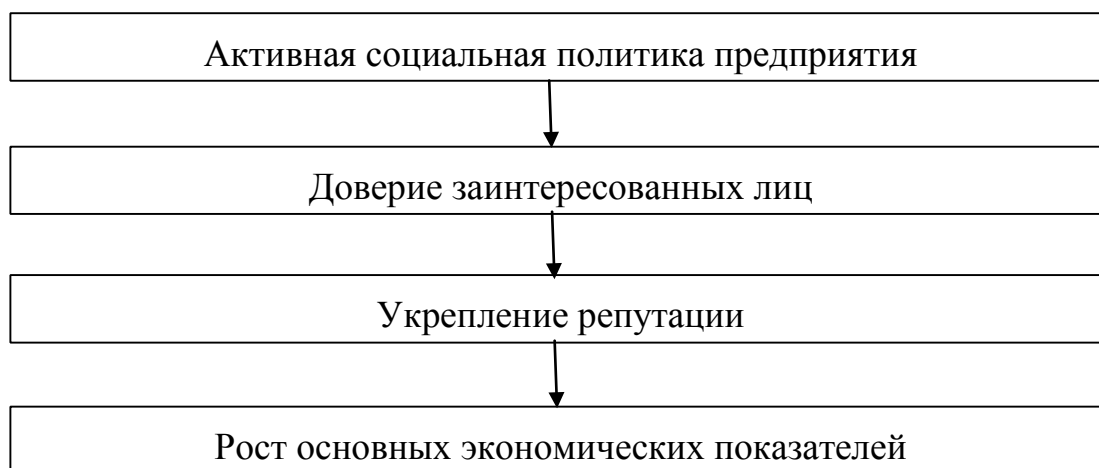


Рис. 1.2. Последовательность влияния социальной ответственности на экономические показатели

Очень интересное исследование в плане оценки влияния социальной ответственности на репутацию и показатели основной деятельности предприятия, провели компании Walker Information и Council on Foundations. Первым главным выводом стало то, что исследование подтвердило предположение о том, что социальные аспекты наравне с экономическими, оказывают сильное влияние на основные показатели деятельности предприятия. Вторым выводом стало то, что существует сильная зависимость между социальной ответственностью, репутацией компании и преданностью торговой марки.

Выявление ожиданий групп заинтересованных лиц выражаются с помощью других исследований. Исследовательская группа Environics при содействии Council on Foundation и Prince Wales Business Forum провела опрос общественного мнения Millemium Poll. Изучение проводилось в 23 странах мира, и в процессе него было опрошено порядка 25 тыс. человек. Результаты исследования показали, что двое из трех опрошенных респондентов думают, что компании могут быть и более социально ответственны, чем есть в сложившейся ситуации.

Эти показатели демонстрируют увеличение уровня заинтересованности лиц в деятельности предприятия, а также отражают необходимость поддержания сложившейся репутации компании с помощью развития социальных и благотворительных программ.

Подводя итог, можно говорить о наличии исследовательских программ, которые с аутентичностью показывают зависимость между экономическими показателями деятельности предприятия и социальными и благотворительными программами, реализуемыми им. В зависимости от направления деятельности предприятия, существующий эффект можно выразить в денежном выражении, а также количественно либо качественно.

Похожие исследования можно провести и нашей стране, изучив воздействие благотворительной деятельности на показатели репутации или маркетинга. В соответствии с особенностями менталитета российских граждан, можно ожидать, что спрос на продукцию именно социально ответственного предприятия может быть несколько ниже, чем за рубежом. Впрочем, и эти данные позволят выявить структуру потребительских предпочтений. В крупных компаниях, которые ведут свою социальную деятельность очень активно, является возможным оценить влияние социальной активности на репутацию фирмы.

Опыт ведущих мировых компаний показывает, что осознание социальной деятельности как дополнительного источника для развития приводит к возрастанию числа предприятий, заинтересованных в непосредственном участии в социальной жизни общества и это, ведет к дополнительному потоку инвестиций в социальную сферу. В России распространение идеи получения от благотворительности фактической пользы, без сомнения станет главным мотиватором участия бизнеса в социальной сфере.

2. СОВРЕМЕННЫЙ УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АО «ТРУД»

2.1. Общая характеристика компании

Акционерное общество «Труд» – предприятие, входящее в состав Группы компаний «Труд». Основное направление деятельности – строительство автомобильных дорог, мостов, взлетно-посадочных полос.

Миссия компании: «Мы создаем ценности, которые открывают людям новые возможности движения, общения и чувство жизни».

Принципы компании: «Уважение к человеку, совершенствование и здравый смысл».

Многопрофильное предприятие, основанное в г. Иркутске, осуществляет свою деятельность в нескольких регионах России. Это Сахалинская, Иркутская, Амурская, Московская области, Забайкальский край, республика Бурятия и Саха (Якутия). На данный момент 15 филиалов АО «Труд» работают в шести регионах России от Московской области до Курильских островов.

На счету, с учетом ремонта и реконструкции, 2000 км дорог, в том числе 600 км – федерального значения. Компания является одним из крупнейших генеральных подрядчиков в системе Росавтодора и Росавиации, входит в десятку лучших строительных подразделений страны [64]. Основными заказчиками корпорации по дорожному строительству являются:

– (ФГУ ДСД «Центр») Федеральное государственное учреждение «Межрегиональная дирекция по дорожному строительству в Центральном регионе России Федерального дорожного агентства»;

– (ФГУ ДСД «Дальний Восток») Федеральное государственное учреждение «Межрегиональная дирекция по дорожному строительству в Дальневосточном регионе России Федерального дорожного агентства»;

– (ФГУ Упрдор «Прибайкалье») Федеральное государственное учреждение «Управление автомобильной магистрали Красноярск – Иркутск Федерального дорожного агентства»;

– (ФГУ Упрдор Москва – Минск) Федеральное государственное учреждение «Управление автомобильной магистрали Москва – Минск Федерального дорожного агентства»;

– (ФГУ Упрдор Москва – Харьков) Федеральное государственное учреждение «Управление автомобильной магистрали Москва-Харьков Федерального дорожного агентства»;

– ОГУ «Дирекция по строительству мостового перехода через реку Ангара в г. Иркутске»;

- ГУ «Управление региональных, а/д Республики Бурятия», Республика Бурятия;
- ОГУ «Дирекция по строительству и эксплуатации автомобильных дорог Иркутской области»;
- ГУ «Управление автодорог Администрации Сахалинской области», г. Южно-Сахалинск;
- УКС Администрации г. Иркутска;
- УКС Администрации Сахалинской области.

За период своей деятельности АО «Труд» участвовало в строительстве федеральных автодорог на территории европейской части России (всего введено около 200 км), в том числе: М-1 «Беларусь» Москва – Минск, М-2 «Крым» Москва – Харьков, М-4 «Дон» Москва – Новороссийск и др. В Забайкальском крае АО «Труд» производило работы по строительству федеральной автодороги М-58 «Амур» Чита – Хабаровск (введено 219 км с переходным типом покрытия и 408 км с покрытием из асфальтобетона).

Сегодня АО «Труд» принимает участие в строительстве автодороги Улан-Удэ – Турунтаево – Курумкан в Республике Бурятия и автомобильных дорог Сахалина и Курильских островов, реконструкции автомобильной дороги «Лена» Большой Невер – Якутск. В 2015 г. закончена ликвидация последнего гравийного разрыва на трассе М-53 «Байкал». А также продолжаются работы и на дороге Чита – Хабаровск, в Забайкальском крае и Амурской области «Труд» содержит около 600 км этой магистрали. Три филиала компании ведут ремонт и реконструкцию дорог в Забайкалье [16].

По состоянию на 01.09.2016 г. АО «Труд» имеет следующие выигранные государственные контракты (табл. 2.1) [62].

Таблица 2.1

График действующих государственных и муниципальных контрактов
АО «Труд», тыс. р.

Заказчик	Объект	Государственный контракт, номер, дата	Сумма контракта	Срок исполнения контракта (вкл.)
ГКУ Управление автомобильных дорог Сахалинской области	Реконструкция автомобильной дороги Южно-Сахалинск – Оха на участке км 782 – км 796	42-01-15 от 22.10.2015	1 666 489,06	2017

Заказчик	Объект	Государственный контракт, номер, дата	Сумма контракта	Срок исполнения контракта (вкл.)
	Монтаж лифтов-подъемников для маломобильных групп населения на надземном пешеходном переходе км 4 + 500 автомобильной дороги Проспект Мира	22-01-16КР от 15.08.2016	4 878,99	2016
МБУ Управление капитального строительства городского округа Охинский	Капитальный ремонт участков дорог общего пользования местного значения в границах населенных пунктов муниципального образования городской округ Охинский	0361300002916000021-0258175-01 от 26.05.2016	31 220,93	2016
	Капитальный ремонт дворовой территории многоквартирного дома по ул. Комсомольской, 33	0361300002916000024-0258175-01 от 06.06.2016	859,15	2016
	Межквартальный проезд № 6 и подъезд к дому по ул. Советская, 2, 2а	0361300002916000026-0258175-01 от 14.06.2016	3 949,68	2016
МБУ Управление капитального строительства городского округа Охинский	Капитальный ремонт дворовой территории многоквартирных домов муниципального образования городской округ Охинский в микрорайоне № 7	0361300002916000025-0258175-01 от 27.06.2016	10 293,95	2016

Заказчик	Объект	Государственный контракт, номер, дата	Сумма контракта	Срок исполнения контракта (вкл.)
АМО Южно-Курильский городской округ	Восстановительный ремонт автомобильных дорог в г. Охе	0361300002916000034-0258175-01 от 27.06.2016	5 648,77	2016
	Капитальный ремонт дворовых территорий многоквартирных домов по ул. 60 лет в микрорайоне № 7	0361300002916000057-0258175-01 от 21.07.2016	31 220,93	2016
	Капитальный ремонт дворовых территорий многоквартирных домов по ул. 60 лет в микрорайоне № 6	0361300002916000056-0258175-01 от 21.07.2016	22 779,38	2016
	Капитальный ремонт дворовых территорий многоквартирных домов по ул. Цапко, 30; 32; 32/1	0361300002916000061-0258175-01 от 21.07.2016	18 472,40	2016
	Капитальный ремонт дворовых территорий многоквартирных домов по ул. Ленина	0361300002916000059-0258175-01 от 21.07.2016	42 033,15	2016
	Капитальный ремонт дворовых территорий многоквартирных домов по ул. Дзержинского, 31; 33	0361300002916000058-0258175-01 от 25.07.2016	5 403,85	2016
	Капитальный ремонт асфальтобетонного покрытия дворовых	0361300002916000074-0258175-01 от 10.08.2016	4 378,19	2016

Заказчик	Объект	Государственный контракт, номер, дата	Сумма контракта	Срок исполнения контракта (вкл.)
	территорий многоквартирных домов в г. Охе			
	Капитальный ремонт дворовых территорий и проездов к ним в г. Охе	0361300002916000076-0258175-01 от 16.08.2016	16 548,02	2016
АМО Южно-Курильский гор. округ	Асфальтирование дорог	56/2013 от 13.05.2013	206 030,19	2016
	Капитальный ремонт участка теплосети от ТК-49 до ТК-50 пр-т Курильский	0161300002614000101-0236574-01 от 20.05.2014	6 520,52	2016
	Асфальтирование дорог	251/2015 от 22.12.2015	63 218,41	2016
	Капитальный ремонт дворовых территорий по ул. Мира в пгт Южно-Курильск	62/2016 от 07.07.2016	21 808,31	2016
ФКУ ДСД Дальний Восток	М/56 Лена от Невера до Якутска (1035-1055)	0322100024513000059-0145776-02 от 26.06.2013	4 430 718,36	2016
	М/56 Лена от Невера до Якутска (4-38)	0322100024513 000126_80758 от 23.09.2013	3 470 023,06	2016
	А/д Р-297 Амур (7941109)	0322100024512 000146-0145776-01 от 24.10.2012 по 30.06.2018	1 267 867,63	2018
	Амур Чита – Невер – Свободный – Архара – Биробиджан – Хабаровск км 1068 + 000 – км 1085 + 000 в Амурской области	0322100024516 000024_80758 от 27.05.2016	233 444,37	2016

Заказчик	Объект	Государственный контракт, номер, дата	Сумма контракта	Срок исполнения контракта (вкл.)
ГКУ Управление региональных а/д Республики Бурятия	А/д Улан-Удэ – Турунтаево – Курумкан – Новый Уоян (230–254)	87-р от 25.11.2015	297 302,04	2016
ГУ Служба единого заказчика Забайкальского края	Краснокаменск – Мациевская км 19 – км 31 (2 пусковой комплекс)	2015.115818 от 10.04.2015	438 375,68	2016
	Краснокаменск – Мациевская км 31 – км 43 (3 пусковой комплекс)	2015.115815 от 10.04.2015	464 555,38	2016
ГУ Служба единого заказчика Забайкальского края	Краснокаменск – Мациевская км 74 – км 81	2015.422555 от 27.11.2015	372 773,64	2017
	Строительство подъезда от автомобильной дороги Амур Чита – Хабаровск к пос. Ключевский в Могочинском районе Читинской области	Ф.2016.17178 от 22.03.2016	130 683,15	2016
ФКУ Упрдор Забайкалье	А/д Амур (380–660) автодорога	02/13-Фсд от 25.10.2012 по 30.06.2018	1 104 946,40	2018
	А/д Амур (380–660) дорожные сооружения	15/13-Фсм от 26.10.2012 по 30.06.2018	56 682,26	2018
	А/д Р-297 Амур км 455 + 000 – км 660 + 000 в Забайкальском крае (устранение просадок)	153/15-Фрд от 06.11.2015	470 938,88	2016

Заказчик	Объект	Государственный контракт, номер, дата	Сумма контракта	Срок исполнения контракта (вкл.)
	Содержание автомобильной дороги Р-297 Амур Чита – Невер – Свободный – Архара – Биробиджан – Хабаровск км 617 + 000 – км 656 + 000, в Забайкальском крае (устройство защитных слоев)	28/16-Фсд от 25.04.2016	127 564,32	2016
ФКУ Упродор Прибайкалье	Р-255 Сибирь Новосибирск – Иркутск км 1 504 + 186 – км 1 508 + 782	8/С от 25.11.2014	1 176 530,56	2020
	А/д Р-255 Сибирь Новосибирск – Кемерово – Красноярск – Иркутск км 1 646 + 000 – км 1 653 + 000	26/РД от 20.10.2015	369 126,57	2016
ФКУ Упродор Прибайкалье	А-331 Вилюй – Тулун – Братск – Усть-Кут – Мирный – Якутск км 103 + 000 – км 111 + 000	27/РД от 23.10.2015	331 326,32	2016
	Р-255 Сибирь Новосибирск – Кемерово – Красноярск – Иркутск км 1 469 + 350 – км 1485 + 800	1/СД от 14.04.2016	29 825,00	2016
	А-331 Вилюй – Тулун – Братск – Усть-Кут – Мирный – Якутск на участке Тулун – Братск км 2 + 000 – км 20 + 000	7/РД от 12.05.2016	75 222,00	2016

Заказчик	Объект	Государственный контракт, номер, дата	Сумма контракта	Срок исполнения контракта (вкл.)
	Р-225 Сибирь Новосибирск – Кемерово – Красноярск – Иркутск км 1 601 + 000 – км 1 608 + 000, в Иркутской области	11/РД от 14.06.2016	379 864,63	2016
Южный Байкал	Грунтовые разрывы Култук – Монды км 72 + 500 – км 83 + 000, Республика Бурятия	36-14-ф от 17.06.2014	2 088 533,38	2018
ФКУ УПР-ДОР Лена	А/д А-360 Лена Невер – Якутск км 1 076 + 000 – км 1 077 + 700, Республика Саха (Якутия)	30-16 от 13.05.2016	65 014,88	2016

Годовые возможности компании по проведению дорожно-строительных работ составляют:

- объем выполнения строительно-монтажных работ в денежном выражении – до 10 млрд р.;
- сооружение земляного полотна – более 10 млн м³;
- буровзрывные работы – более 2 млн м³;
- производство щебня – более 2 млн м³;
- устройство водопропускных труб различного диаметра – более 2 тыс. п.м.;
- выпуск и укладка асфальтобетонных материалов – более 1 млн т;
- устройство металлического барьерного ограждения – более 250 тыс. п.м.;
- содержание автомобильных дорог – более 1 тыс. км [63].

Техническое перевооружение и освоение эффективных технологий позволили АО «Труд» в последние годы значительно увеличить объемы дорожно-строительных работ.

АО «Труд» имеет мощную производственно-техническую базу, насчитывающую более тысячи единиц автоспецтехники и оборудования ведущих зарубежных и отечественных производителей. В настоящее время компания исполь-

зует самые современные машины и механизмы, выпускаемые ведущими мировыми производителями дорожно-строительной техники США, Германии, Италии, России.

Компания имеет собственную ремонтную базу. Центральная производственная база производит капитальный ремонт любой дорожно-строительной техники, автотранспорта, узлов, агрегатов, станочного оборудования. Экспериментальный цех базы занимается исследовательскими работами по усовершенствованию станочного и навесного оборудования. Транспортное подразделение Центральной производственной базы оказывает услуги по перевозке грузов по Иркутской области и Забайкальскому краю.

Высокое качество выполнения работ АО «Труд» гарантирует добровольная сертификация производимых материалов (щебень, щебеночные смеси, асфальтобетон). Все подразделения «Труда» оснащены современными дорожно-строительными лабораториями, которые сертифицированы в порядке, установленном Госстандартом и Росдорконтролем, укомплектованы опытными инженерами-лаборантами и располагают передовым оборудованием.

АО «Труд» тесно сотрудничает с институтами и училищами, центрами занятости. На строительных участках работает Байкальский студенческий строительный отряд, который насчитывающий более тысячи бойцов [60]. Многие годы успешно практикуется целевая подготовка молодых специалистов за счет компании. В 2012 г. ЗАО «Труд» было признано лучшим работодателем в Иркутской области.

За долгие годы работы организация зарекомендовала себя как добросовестный подрядчик. Компания становилась победителем конкурса «Лучшая подрядная организация» Ассоциации подрядных организаций России с 2004 по 2009 г., и в 2011 по 2015 г. В 2009 г. по итогам работы компании АО «Труд» была присуждена национальная премия транспортной отрасли «Золотая колесница».

Представляя характеристику, необходимо уделить внимание социальному аспекту, который играет немаловажную роль на предприятии. Социальные программы помощи и мотивации персонала, строгий контроль качества, мероприятия по охране труда и природы, современные технологии, используемые для модернизации производства – все это применяется, чтобы повысить уровень социальной ответственности предприятия по отношению к своему персоналу и развитию общества в целом.

Основные реализуемые программы социальной ответственности по отношению к персоналу представлены в табл. 2.2.

Программы социальной ответственности, реализуемые в АО «Труд»

Социальная программа	Характеристика социальной программы
Возмещение процентов по ипотечным кредитам	В соответствии с программой возмещения процентов по ипотечным кредитам работники приобретают квартиры на средства, взятые в кредит. Проценты по кредиту частично компенсируются предприятием
Страхование жизни от несчастных случаев	В организации заключен договор ДМС со страховой компанией, по которому работники могут частично или полностью компенсировать затраты на лечение
Организация летнего отдыха для детей работников	Ежегодно организуется летний отдых детей сотрудников. Путевки в детские оздоровительные лагеря предоставляются в период летних каникул на срок не менее 21 дня, 100 % стоимости путевки оплачивается компанией
Организация и проведение спортивно-оздоровительных мероприятий	Возмещаются затраты на приобретение абонементов в фитнес-центры. В спортивном комплексе Олимпийского резерва арендуется зал для занятий футболом. Поводятся спартакиады в филиалах
Материальная помощь работникам	Материальная помощь работникам оказывается в соответствии с действующим положением о льготах и привилегиях. Единовременная материальная помощь выплачивается в случаях рождения ребенка, регистрации брака, оплаты ритуальных услуг. Также по случаю юбилея и юбилейного стажа работы выплачивается премия
Производственные соревнования	Ежегодно организованы и проводятся производственные соревнования подразделений на звание «Лучший производственный коллектив». Данное соревнование направлено на улучшение показателей производительности, уровня качества выполняемых работ, привлечение персонала к проблемам качества, создания мотивации к труду. Кроме этого, ежемесячно в филиалах проводится соревнование «Лучший по профессии» с учетом специфики деятельности подразделений
Предоставление займов	Также на предприятии действует практика предоставления займов по низкой процент своим работникам на срок до одного года

В организации основные вопросы охраны труда зафиксированы в специальных положениях. Например, «Организация контроля условий проживания, питания работников филиала и состояния бытовых условий на филиалах» [58], «О вахтовом поселке» [57]. Это создает условия, при которых любые нарушения правил оперативно исправляются, а возможные будущие нарушения предупреждаются и минимизируются.

Задачами системы охраны труда являются:

- обучение персонала безопасности труда и пропаганда значимости охраны труда на предприятии;
- обеспечение безопасности производственного оборудования;
- поддержка нормативно установленного уровня санитарно-гигиенических условий труда;
- обеспечение лечебно-профилактического обслуживания и вакцинация работников;
- обеспечение рабочих средствами индивидуальной защиты;
- улучшение условий труда работников;
- обеспечение оптимальных режимов труда и отдыха работающих.

Поскольку влияние технологий и транспорта на изменение природных условий и хозяйственных систем неизбежно, в группе компаний стараются сделать все, чтобы последствия воздействия на экосистему были минимальными.

Оценка экологической безопасности автомобильных дорог и других сооружений выполняется с учетом требований действующих нормативных документов. Специалистами «Труда» учитываются все факторы, которые могут повлиять на безопасность строительства и эксплуатации объектов.

Так, при строительстве автодорог принимается во внимание, что для сохранения природы важны:

- сокращение земельных площадей, отведенных для постоянного, временного и разового использования;
- максимально бережное использование сельскохозяйственных угодий (пашень, пойм и лесных водоохраных полос вдоль рек);
- обязательное проведение рекультивации нарушенных земель.

Важно предотвратить загрязнение поверхности земель, водоемов и атмосферы отходами и их воздействиями, возникновение отрицательных геологических и гидрологических явлений, а также изменение гидрологического и биологического режима естественных водоемов.

Для уменьшения выноса загрязняющих веществ с поверхностным стоком принимаются следующие меры:

- регулярно производится уборка территорий;
- повышается степень очистки от пыли и газа;
- особое внимание уделяется безопасности складирования и транспортировки сыпучих и жидких материалов;
- повышается технический уровень эксплуатации автотранспорта;
- ограждаются строительные площадки;
- участки с возможными просыпами и проливами сырья локализуются, далее происходит сбор сырья и очистка стока [61].

На основании соглашений о социально-экономическом сотрудничестве АО «Труд» взаимодействует с различными муниципальными образованиями в регионах ее присутствия, для поддержания экономических связей и развития субъектов России. На основании этих соглашений предоставляется информация об основных экономических показателях предприятия, сведения о природоохранных мероприятиях, а также о суммах перечисленных в бюджет налоговых сборов и добровольных пожертвований, направленных на социальную поддержку региона.

В АО «Труд» с 2002 г. разработана, внедрена, поддерживается в рабочем состоянии и постоянно улучшается система менеджмента качества, которая сертифицирована на соответствие международному стандарту ISO 9001:2008, что свидетельствует о высокой организованности и управляемости организации, и дает гарантии того, что уровень качества производимой продукции постоянно поддерживается на хорошем уровне. В январе 2015 г. успешно пройден ресертификационный аудит СМК, компания подтвердила соответствие МС ISO 9001:2008 [65].

2.2. Основные экономические показатели деятельности компании

В рамках текущего раздела рассмотрим краткую интерпретацию результатов финансового анализа АО «Труд». Данный анализ основывается на показателях, рассчитанных с помощью программного продукта «Альт-финансы» (приложение 1). Источником исходных данных служат формы бухгалтерской отчетности – Бухгалтерский баланс на 01.01.2014 г. и на 01.01.2015 г. (табл. 2.3 и 2.4) и Отчет о финансовых результатах за аналогичные периоды (табл. 2.5).

Таблица 2.3

Бухгалтерский баланс (актив) АО «Труд», тыс. р.

Наименования позиций	Код строки	Дата	
		01.01.2014	01.01.2015
<i>I. Внеоборотные активы</i>			
Нематериальные активы	110	7	4 153
Основные средства	120	798 612	709 565
Незавершенное строительство	130	0	0
Доходные вложения в материальные ценности	135	0	0
Долгосрочные финансовые вложения	140	227 527	427 527
Отложенные налоговые активы	145	932	1 102
Прочие внеоборотные активы	150	339 544	208 183
<i>Итого по разделу I</i>	190	1 366 622	1 350 530
<i>II. Оборотные активы</i>			
Запасы	210	451 596	387 492

Наименования позиций	Код строки	Дата	
		01.01.2014	01.01.2015
В том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности		0	0
затраты в незавершенном производстве		0	0
готовая продукция и товары для перепродажи		0	0
товары отгруженные		0	0
расходы будущих периодов		0	0
прочие запасы и затраты		0	0
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	4 519	1 004
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	2 013 654	2 410 246
В том числе покупатели и заказчики	231	0	0
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	0	0
В том числе покупатели и заказчики	241	0	0
Краткосрочные финансовые вложения	250	12 723	10 000
Денежные средства	260	6 673	63 821
Прочие оборотные активы	270	5 138	5 147
<i>Итого по разделу II</i>	290	2 494 303	2 877 710
БАЛАНС	300	3 860 925	4 228 240

Таблица 2.4

Бухгалтерский баланс (пассив) АО «Труд», тыс. р.

Наименования позиций	Код строки	Дата	
		01.01.2014	01.01.2015
<i>III. Капитал и резервы</i>			
Уставный капитал	410	4 200	4 200
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	0	0
Добавочный капитал	420	86 089	86 089
Резервный капитал	430	4 200	4 200
В том числе:			
резервы, образованные в соответствии с законодательством		0	0
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами		4 200	4 200
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток (-))	470	379 244	444 104
<i>Итого по разделу III</i>	490	473 733	538 593
<i>IV. Долгосрочные обязательства</i>			
Займы и кредиты	510	2 064 968	2 421 161

Наименования позиций	Код строки	Дата	
		01.01.2014	01.01.2015
Отложенные налоговые обязательства	515	30 923	28 567
Прочие долгосрочные обязательства	520	0	0
<i>Итого по разделу IV</i>	590	2 095 891	2 449 728
<i>V. Краткосрочные обязательства</i>			
Займы и кредиты	610	408 876	405 586
Кредиторская задолженность	620	882 425	834 333
В том числе:			
поставщики и подрядчики		882 425	834 333
задолженность перед персоналом организации		0	0
задолженность перед государственными внебюджетными фондами		0	0
задолженность по налогам и сборам		0	0
прочие кредиторы		0	0
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	0	0
Доходы будущих периодов	640	0	0
Резервы предстоящих расходов	650	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	660	0	0
<i>Итого по разделу V</i>	690	1 291 301	1 239 919
<i>БАЛАНС</i>	700	3 860 925	4 228 240

Таблица 2.5

Отчет о прибылях и убытках АО «Труд», тыс. р.

Наименования позиций	Код строки	Дата	
		01.01.2014	01.01.2015
<i>Доходы и расходы по обычным видам деятельности</i>			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	7 003 244	7 281 567
Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг	020	6 179 017	6 366 511
Валовая прибыль	029	824 227	915 056
Коммерческие расходы	030	0	0
Управленческие расходы	040	313 264	329 476
Прибыль (убыток) от продаж	050	510 963	585 580
<i>Прочие доходы и расходы</i>			
Проценты к получению	060	39 988	47 964
Проценты к уплате	070	300 020	332 118
Доходы от участия в других организациях	080	780	2 171
Прочие доходы	090	27 760	23 928
Прочие расходы	100	184 570	226 705

Наименования позиций	Код строки	Дата	
		01.01.2014	01.01.2015
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	94 901	100 820
Отложенные налоговые активы	141	-9	171
Отложенные налоговые обязательства	142	12 617	-2 356
Текущий налог на прибыль	150	35 950	38 487
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода		46 325	64 860
<i>Справочно:</i>		0	0
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	29 596	15 796
Базовая прибыль (убыток) на акцию		0	0
Разводненная прибыль (убыток) на акцию		0	0

На основании данных бухгалтерского баланса рассмотрим динамику активов и пассивов компании (рис. 2.1, 2.2).

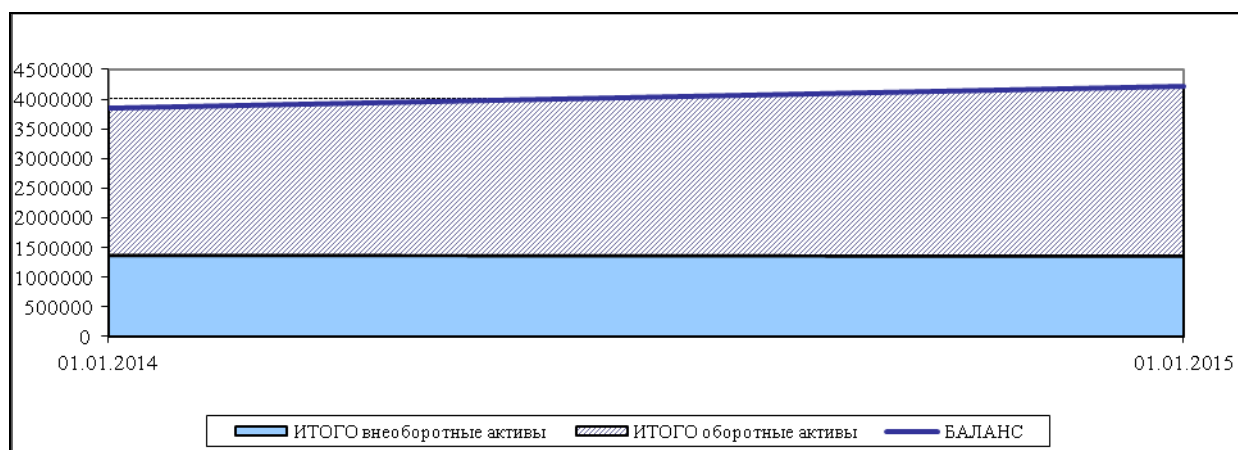


Рис. 2.1. Динамика активов компании

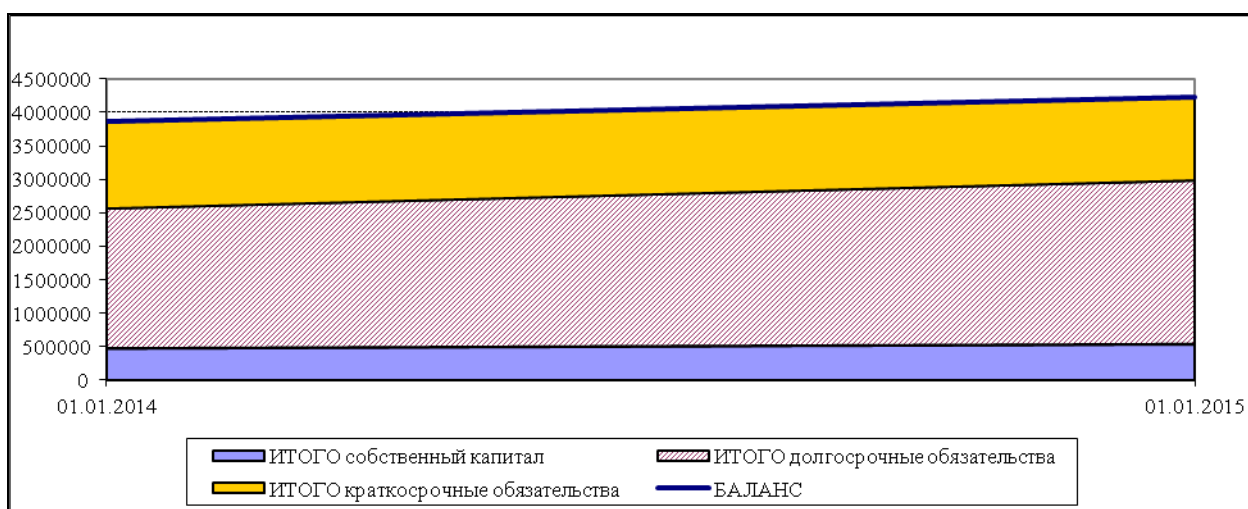


Рис. 2.2. Динамика пассивов компании

На имеющемся рисунке 2.1 мы видим, что за отчетный период доля оборотных активов в общем составе имущества компании АО «Труд» увеличилась на 383 407 тыс. р. Внеоборотные активы, наоборот, незначительно уменьшилась – на 16 092 тыс. р., что говорит об ускорении общей оборачиваемости активов предприятия в данном отчетном периоде.

На рис. 2.2 мы можем наблюдать, что за отчетный период собственный капитал предприятия вырос на 64 860 тыс. р., долгосрочные обязательства увеличились на 353 837 тыс. р., а краткосрочные обязательства, наоборот, уменьшились на 51 382 тыс. р., из этого можем сделать вывод, что предприятие ведет грамотную финансовую политику.

Далее рассмотрим динамику показателей выручки и прибыли компании (рис. 2.3 и 2.4).

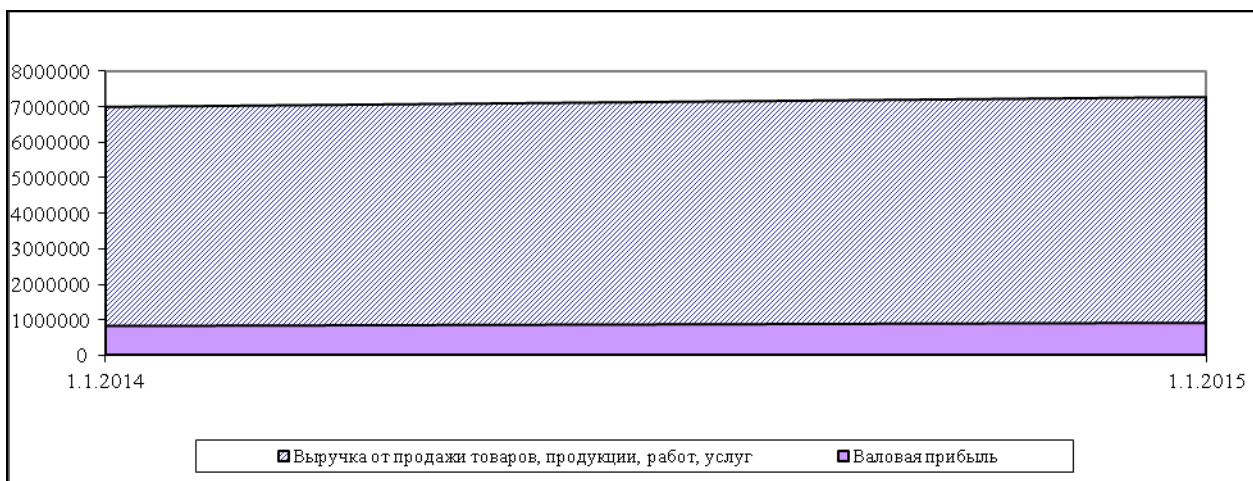


Рис. 2.3. Выручка и валовая прибыль

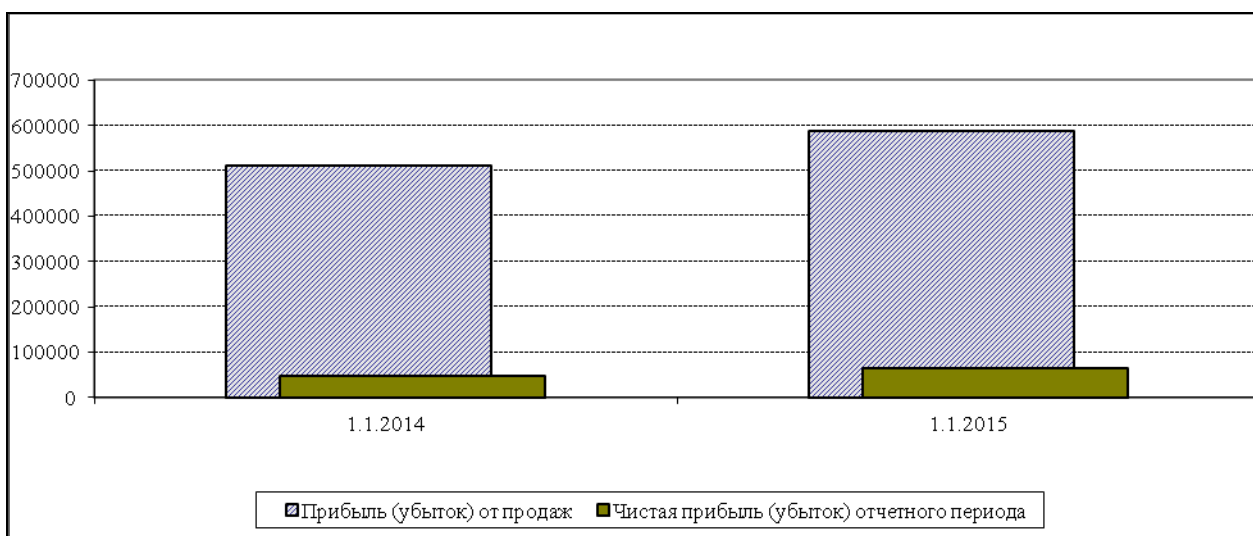


Рис. 2.4. Прибыль компании

На рис. 2.3 и 2.4 мы можем отчетливо проследить, что выручка выросла на 278 323 тыс. р., а валовая прибыль – на 90 829 тыс. р. Также пропорциональный рост соотношения прибыли от продаж к чистой прибыли говорит об устойчивом положении компании.

Проведем анализ ликвидности компании. Для этого мы рассмотрим динамику показателей ликвидности (рис. 2.5).

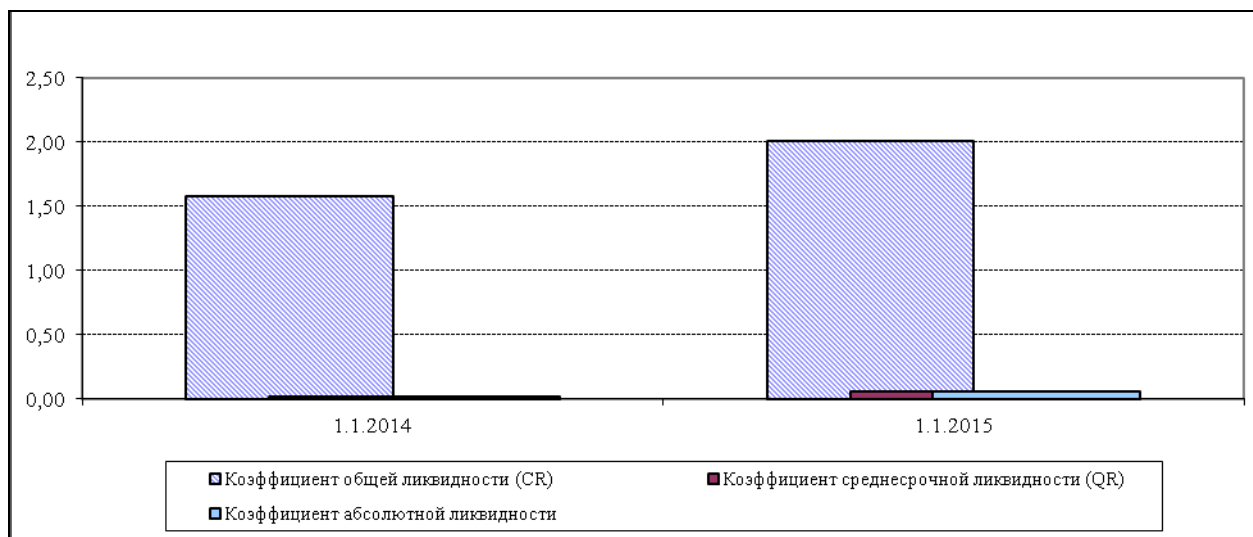


Рис. 2.5. Ликвидность

Коэффициент общей ликвидности находится в пределах рекомендованного значения. Коэффициент среднесрочной ликвидности и абсолютной ликвидности меньше рекомендованных значений. Значение показателя ниже нормативного демонстрирует неспособность компании погасить свои текущие обязательства за счет ликвидных оборотных активов [17].

На рис. 2.6 мы можем наблюдать, что чистый оборотный капитал с начала года пребывает в положительной динамике. Это дает основания полагать, что снижение некоторых коэффициентов ликвидности предприятия – явление переходящее и в перспективе с положительной динамикой.

Рассматривая финансовую устойчивость, мы можем проследить незначительный рост коэффициента соотношения заемных и собственных средств за отчетный период, что говорит нам об угрозе усиления зависимости предприятия от привлечения заемных средств и снижения его финансовой устойчивости. Коэффициент автономии недостаточно высок, но при этом имеет положительную динамику. У компании повысился коэффициент маневренности. Его увеличение свидетельствует о растущей возможности погашать текущие обязательства. Снижение значения коэффициента иммобилизации в динамике характеризует рост доходов компании. Снижение в динамике коэффициента оборачиваемости активов свидетельствует о негативных тенденциях в развитии предприятия, так как

вызывает необходимость дополнительного привлечения средств для текущей деятельности.

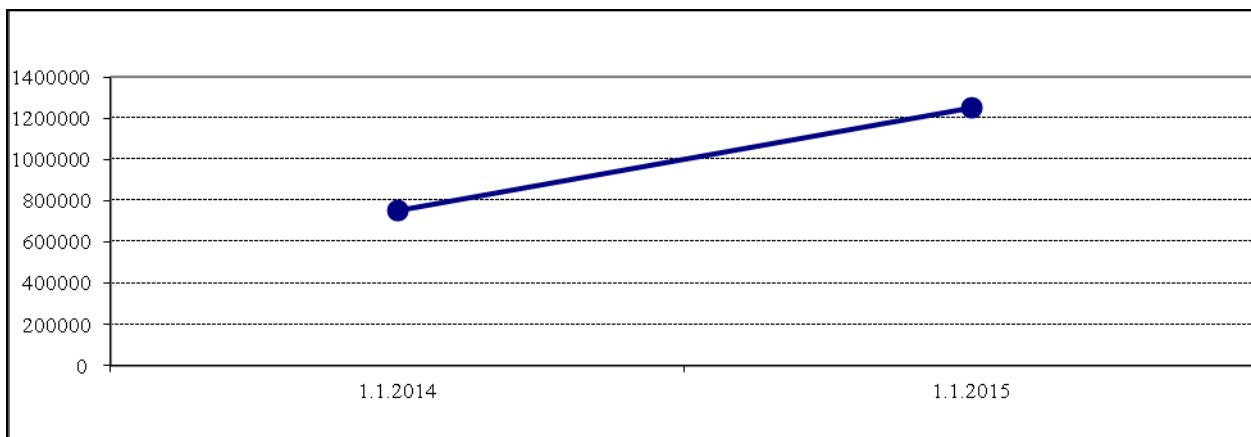


Рис. 2.6. Чистый оборотный капитал

Анализируя показатели рентабельности, можно сделать вывод, что в целом по предприятию происходит рост всех показателей рентабельности, что является благоприятным знаком. Это означает, что вовлеченный в ее деятельность объем ресурсов позволяет получить все больше прибыли (рис. 2.7, 2.8).

В целом по предприятию снизилась оборачиваемость активов предприятия за отчетный период.

На рис. 2.9 мы можем наблюдать, что произошел рост периода оборота только прочих оборотных средств, а по остальным позициям показатели практически не изменились. На основании этого можно сделать вывод, что оборотный капитал предприятия стал использоваться менее эффективно (рис. 2.10, 2.11). Произошло значительное увеличение показателей прибыльности за отчетный период (рис. 2.12).

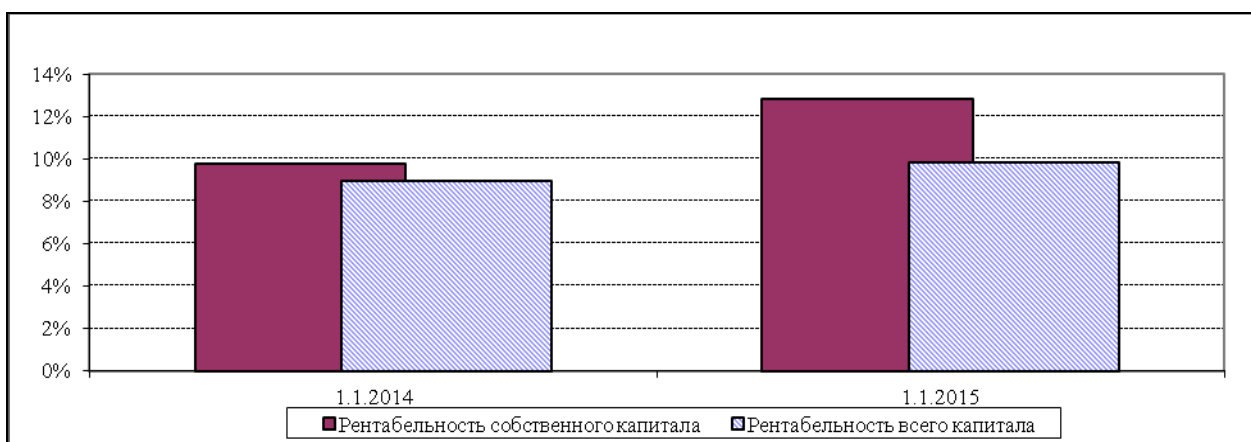


Рис. 2.7. Показатели рентабельности капитала

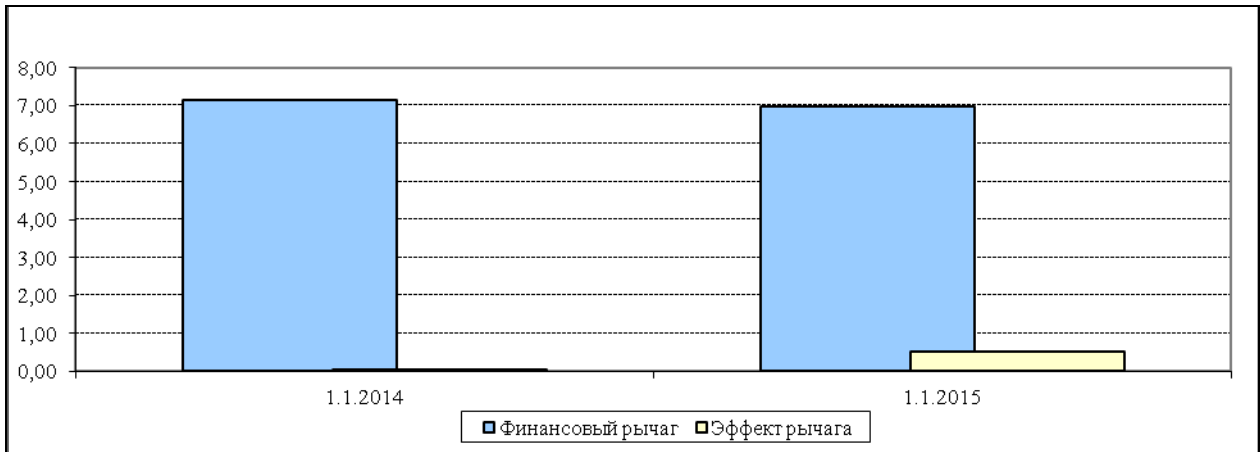


Рис. 2.8. Финансовый рычаг

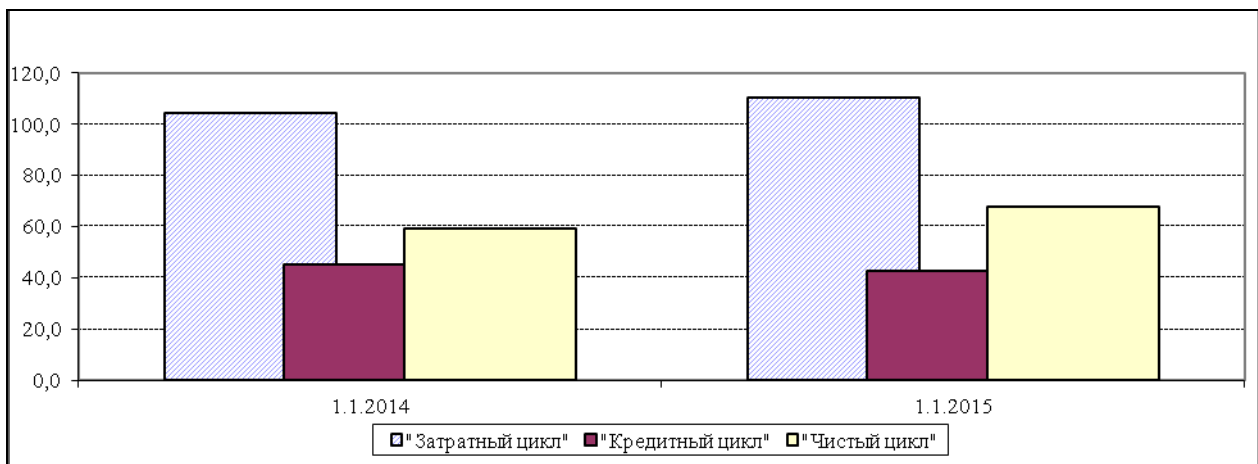


Рис. 2.9. Периоды оборотов текущих активов и пассивов

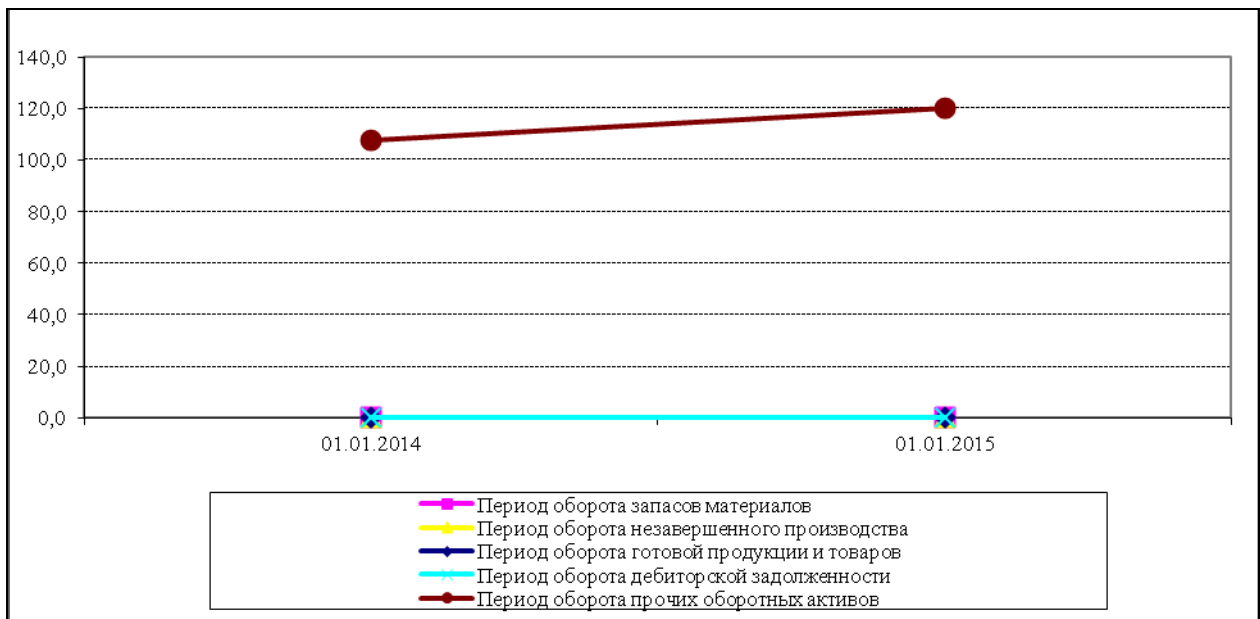


Рис. 2.10. Периоды оборота текущих активов

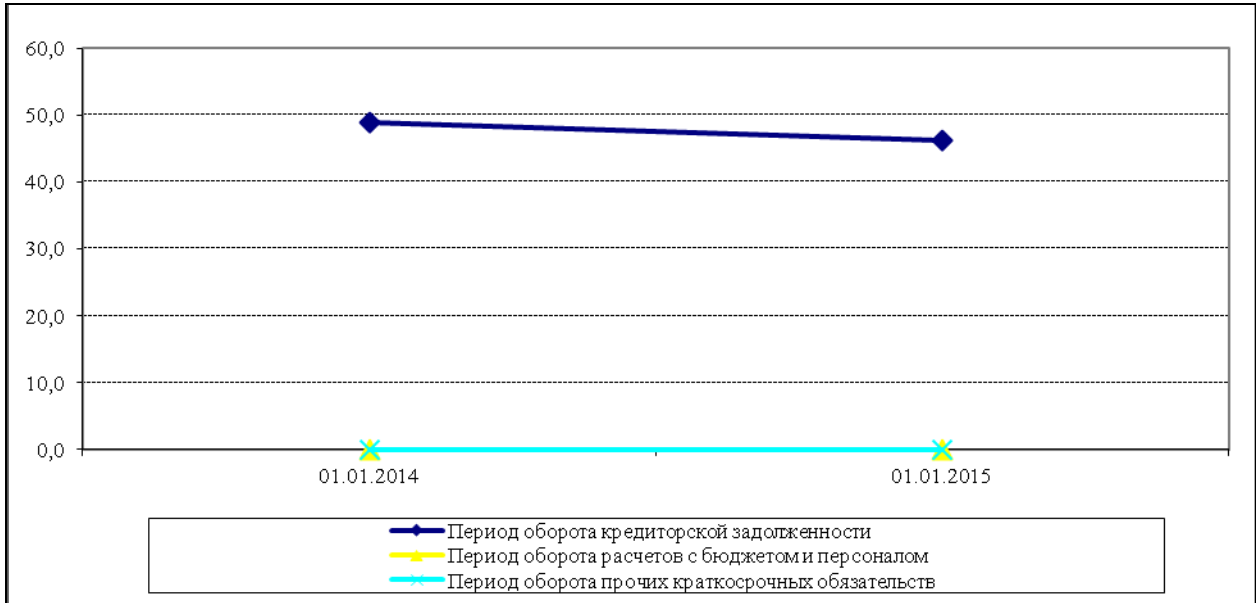


Рис. 2.11. Периоды оборота краткосрочных пассивов

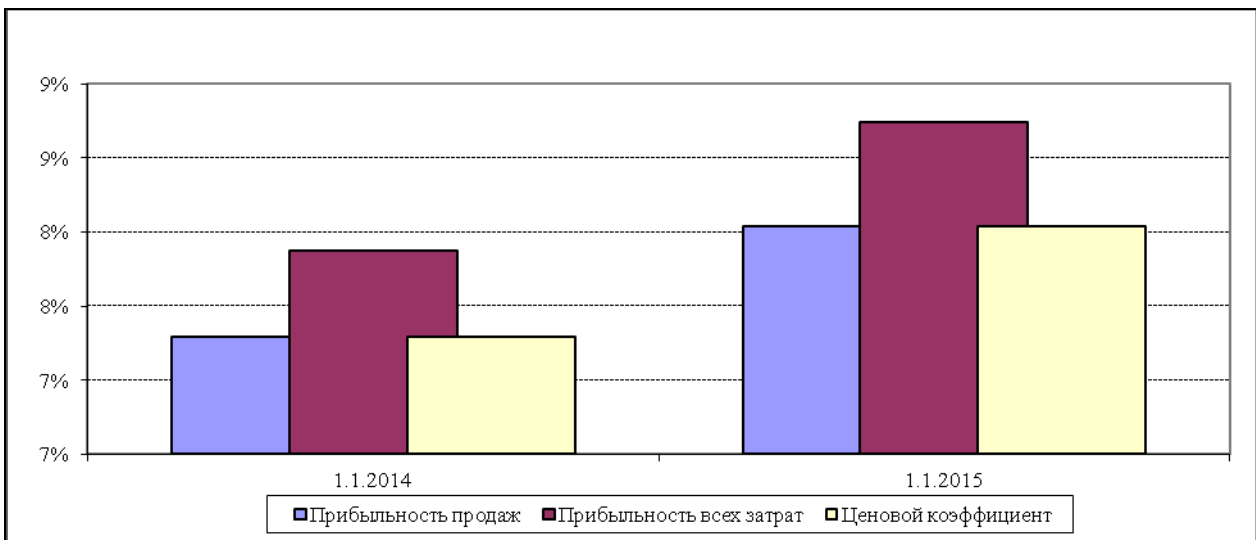


Рис. 2.12. Показатели прибыльности

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что в целом компания стабильно развивается, но исходя из выше проведенного анализа, можно увидеть небольшие проблемы, которые возникают на предприятии. Учитывая сложившуюся сейчас в нашей стране достаточно сложную экономическую ситуацию, можно сказать, что предприятие успешно справляется с поставленными перед ним задачами.

2.3. Социальная ответственность компании и ее влияние на динамику роста производительности труда

Оценка эффективности социальных программ, реализуемых на предприятии, является одним из главных инструментов управления социальными программами [26]. На основании полученной внутренней и внешней оценки руководство предприятия принимает стратегическое решение либо по разработке новых социальных проектов – в результате их успешной реализации, либо об установлении новых приоритетов социальных программ, внедрение которых идет не так успешно.

Можно выделить три основных аспекта, касающихся оценки эффективности социальных программ:

- комплексность количественных и качественных показателей;
- соотношение расходов, результатов и долговременного воздействия итогов социальных программ;
- возможность использования методики повышения эффективности деятельности предприятия по результатам реализации социальных проектов [6].

Представим показатели оценки эффективности социальных программ в виде таблицы и разобьем их по основным направлениям деятельности предприятия (табл. 2.6).

Таблица 2.6

Показатели оценки эффективности социальных программ

Направление социальных программ	Показатели эффективности социальных программ в рамках данного направления
Развитие персонала	Количество сотрудников, прошедших переподготовку
	Объем денежных средств, направленных на обучение и переподготовку персонала
	Средний уровень заработной платы персонала
	Количество работников, прошедших обучение
	Объем денежных средств, направленных на обеспечение социального пакета и выплату премиальных вознаграждений
	Соотношение часов обучения на одного работника
Охрана труда и здоровья персонала	Число сотрудников, направленных на санаторно-курортное лечение, лечебно-профилактическое обслуживание и вакцинацию
	Объем денежных средств, направленных на мероприятия по охране труда и технику безопасности
	Объем денежных средств, направленных на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий труда
	Объем денежных средств, направленных на поддержку декретных единиц

Направление социальных программ	Показатели эффективности социальных программ в рамках данного направления
Природоохранная деятельность и ресурсосбережение	Количество проведенных мероприятий по озеленению, субботников и прочих аналогичных акций
	Объем денежных средств, направленных на устройство экологически безопасного производственного процесса
Развитие местного общества	Объем денежных средств, направленных на участие в благотворительных мероприятиях
	Объем денежных средств, направленных на проведение программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения
	Объем денежных средств, направленных на финансирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий
	Количество людей, получивших безвозмездную помощь от организации
Добросовестная деловая активность	Объем денежных средств, направленных на поддержку детства и юношества
	Объем денежных средств, направленных на обеспечение социально значимых изысканий организации
	Объем денежных средств, направленных на обнародование информации об организации для стейкхолдеров и прочих заинтересованных в деятельности предприятия сторон (корпоративный сайт, информационные проспекты и т.п.)
	Объем денежных средств, направленных на проведение программ совместной работы с органами государственного управления, ассоциациями потребителей, профессиональными объединениями и прочими общественными организациями
	Объем денежных средств, направленных на обучение стейкхолдеров

Необходимо подчеркнуть, что логическая расстановка показателей, приведенных в табл. 2.6, демонстрирует их значимость с позиции предоставления информации о социальных программах. Помимо соизмерения вышеуказанных показателей рационально проводить оценку социальных программ по соотношению затрат, результатов и их долговременного воздействия на деятельность предприятия.

В затраты предприятия на осуществление социальных программ входят:

- финансовые ресурсы;
- материальные ресурсы;
- добровольные взносы сотрудников предприятия.

К результатам, полученным в ходе осуществления социальных программ, можно причислить следующие:

- вовлеченные дополнительные ресурсы, выраженные в виде бюджетных средств, благотворительных пожертвований, ресурсы партнеров, сотрудничающих для реализации социальных проектов;

- положительные результаты для решения актуальных задач, возникающих на предприятии;

- преимущества, полученные для развития компании.

Проявление долговременного воздействия результатов социальных программ выражается в следующем:

- благоприятные изменения общественного мнения и ситуации, для решения которой была создана социальная программа;

- вклад в стабильное развитие предприятия.

Эффект долговременного воздействия испытывает потребность в пристальном анализе вложенных в программу инвестиций и прямых, и косвенных результатов, проявляемых в течение последующих лет после окончания действия социального проекта.

Проводя анализ данных, необходимо оценивать эффективность социальных программ по следующим критериям:

- с экономической точки зрения;

- с социальной точки зрения;

- с точки зрения полученных выгод для развития предприятия.

Проведем анализ оценки показателей социальной ответственности предприятия АО «Труд», используя данные, представленные в табл. 2.7. Источником данных послужила форма бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах» за 2014 и 2015 гг. [55], а также внутренняя управленческая отчетность предприятия [59].

Таблица 2.7

Показатели социальной ответственности АО «Труд»

Показатель	Значение показателя	
	2014	2015
Текучесть кадров, TK_{cp} , чел.	78	256
Среднесписочное число сотрудников, $Ч_{cp}$, чел.	1 577	1 200
Количество принятых на работу молодых специалистов, $Ч_{мс}$, чел.	28	26
Число прошедших обучение, повышение квалификации и пр., $Ч_{ou}$, чел.	108	122
Число несчастных случаев на производстве, $ПТ$	1	0
Затраты на социальную защиту работников, $З_{сзр}$, тыс. р.	3 535	3 593
Чистая прибыль, $ЧП$, тыс. р.	64 860	66 375

Показатель	Значение показателя	
	2014	2015
Расходы на социальную поддержку окружающего общества, P_{noc} , тыс. р.	5 193	4 840
Затраты на охрану окружающей среды, Z_{oc} , тыс. р.	2 321	1 351
Себестоимость продукции, C_e , тыс. р.	6 366 511	4 407 302

Первоначально рассчитаем показатели социальной ответственности предприятия перед работниками. Сюда входят коэффициенты текучести кадров, приема на работу молодых сотрудников, образовательного уровня специалистов, травматизма на производстве и расходов на социальную защиту сотрудников [21].

Коэффициент текучести кадров K_{mk} определяем по следующей формуле:

$$K_{mk} = TK_{cp} / Ч_{cp} - 100 \%, \quad (2.1)$$

где TK_{cp} – средняя текучесть кадров; $Ч_{cp}$ – среднесписочное число сотрудников.

$$K_{mk} 2014 = 78 / 1\,577 = 0,049, \text{ т.е. } 4,94 \%.$$

$$K_{mk} 2015 = 256 / 1\,200 = 0,213, \text{ т.е. } 21,33 \%.$$

Для более подробного анализа текучести кадров необходимо найти коэффициент приема на работу молодых специалистов K_{mc} , который вычисляется следующим образом:

$$K_{mc} = Ч_{mc} / Ч_{cp} - 100 \%, \quad (2.2)$$

где $Ч_{mc}$ – количество принятых в отчетном году молодых специалистов.

$$K_{mc} 2014 = 28 / 1\,577 = 0,017, \text{ т.е. } 1,77 \%.$$

$$K_{mc} 2015 = 26 / 1\,200 = 0,021, \text{ т.е. } 2,16 \%.$$

Коэффициент роста образовательного уровня сотрудников демонстрирует динамику изменения количества прошедших обучение сотрудников. В эту численность входят не только те сотрудники, которые прошли курсы повышения квалификации, переаттестацию, либо другую профессию, но также те, кто только закончил среднее или высшее профессиональное учебное учреждение и получил ученую степень. Вычислим показатель с помощью следующей формулы:

$$K_{oy} = Ч_{oy} / Ч_{cp} - 100 \%, \quad (2.3)$$

где $Ч_{oy}$ – количество сотрудников, повысивших свой профессиональный уровень посредством образовательных программ либо иными путями.

$$K_{oy} 2014 = 108 / 1\,577 = 0,068, \text{ т.е. } 6,84 \%.$$

$$K_{oy} 2015 = 122 / 1\ 200 = 0,101, \text{ т.е. } 10,16 \%$$

Далее рассмотрим коэффициент производственного травматизма, который наглядно демонстрирует фактическое положение охраны и безопасности труда на предприятии. При проведении исследований мероприятий для снижения уровня производственных травм и профилактики несчастных случаев на производстве данный показатель является наиболее наглядным, по его изменению можно судить об эффективности мер по борьбе с производственным травматизмом.

Коэффициент производственного травматизма определяется следующим образом:

$$K_{ПТ} = ПТ / Ч_{ср} \cdot 100 \%, \quad (2.4)$$

где $ПТ$ – количество произошедших случаев производственного травматизма на предприятии.

$$K_{ПТ} 2014 = 1 / 1\ 577 = 0,000\ 6, \text{ т.е. } 0,063 \%$$

$$K_{ПТ} 2015 = 0 / 1\ 200 = 0.$$

И последним расчетным коэффициентом в рамках социальной ответственности предприятия перед работниками является коэффициент отношения социальных расходов к чистой прибыли. Найдем его следующим образом:

$$K_{сзр} = З_{сзр} / ЧП \cdot 100 \%, \quad (2.5)$$

где $З_{сзр}$ – затраты, понесенные предприятием на социальное обеспечение работников; $ЧП$ – чистая прибыль.

$$K_{сзр} 2014 = 3\ 535 / 64\ 860 = 0,054, \text{ т.е. } 5,45 \%$$

$$K_{сзр} 2015 = 3\ 593 / 66\ 375 = 0,054, \text{ т.е. } 5,41 \%$$

Во вторую очередь произведем расчет показателей, характеризующих социальную ответственность предприятия перед окружающим его обществом. К ним относится коэффициент отношения затрат на социальное обеспечение окружающего общества к чистой прибыли. Чтобы рассчитать данный коэффициент, воспользуемся следующей формулой:

$$K_{noc} = P_{noc} / ЧП \cdot 100 \%, \quad (2.6)$$

где P_{noc} – затраты, направляемые предприятием на социальную поддержку общества.

$$K_{noc} 2014 = 5\ 193 / 64\ 860 = 0,08, \text{ т.е. } 8 \%$$

$$K_{noc} 2015 = 4\ 840 / 66\ 375 = 0,072, \text{ т.е. } 7,29 \%$$

К третьей группе расчетных показателей будут относиться показатели экологической ответственности предприятия. К ним можно отнести показатели затрат, понесенных на повышение экологической защиты – коэффициент расходов на охрану окружающей среды к чистой прибыли (см. формулу (2.7)). Этот коэффициент расходов на охрану окружающей среды к чистой прибыли рассчитаем следующим образом:

$$K_{oc} = Z_{oc} / ЧП \cdot 100 \%, \quad (2.7)$$

где Z_{oc} – затраты на охрану окружающей среды.

$$K_{oc} 2014 = 2\,321 / 64\,860 = 0,035, \text{ т.е. } 3,57 \%.$$

$$K_{oc} 2015 = 1\,351 / 66\,375 = 0,020, \text{ т.е. } 2,03 \%.$$

Полученные в ходе расчетов данные приведем в виде табл. 2.8.

Таблица 2.8

Коэффициенты, характеризующие социальную ответственность АО «Труд»

Показатель	2014	2015	Абсолютное отклонение показателя	Относительное отклонение, %
Коэффициент текучести кадров	0,049	0,213	0,164	335
Коэффициент приема на работу молодых специалистов	0,017	0,021	0,004	24
Коэффициент роста образовательного уровня сотрудников	0,068	0,101	0,033	49
Коэффициент производственного травматизма	0,000 6	0	-0,001	-100
Коэффициент отношения социальных расходов к чистой прибыли	0,054	0,054	0,000	0
Коэффициент отношения расходов на социальную поддержку окружающего сообщества к чистой прибыли	0,080	0,072	-0,008	-10
Коэффициент затрат на охрану окружающей среды к чистой прибыли	0,035	0,020	-0,015	-43

Опираясь на полученные в ходе расчетов данные, можно сделать ряд заключений.

Отрицательное изменение коэффициента текучести кадров на 335 %, связано с произошедшими в 2015 г. сокращениями персонала в связи со сложившейся нестабильной экономической ситуацией в стране. К этой вынужденной мере руководство компании пришло в связи с окончанием нескольких крупных объектов строительства в предыдущем году и перебоями финансирования дорожной отрасли в начале года на строительство и реконструкцию новых объектов. На данный момент ситуация выправляется и коэффициент текучести значительно падает.

Коэффициент приема молодых специалистов увеличился, что свидетельствует о поддержке предприятием молодых специалистов, которые в условиях кризиса менее востребованы на рынке труда.

Коэффициент роста образовательного уровня сотрудников также увеличился. Это говорит о том, что, несмотря на снижение среднесписочной численности и сокращение персонала, руководство предприятия старается больше уделять внимание квалификации своих сотрудников, для более эффективного производственного процесса предприятия.

Коэффициент производственного травматизма находился на достаточно низком уровне, но все-таки произошло его снижение. Это положительный признак, но предприятию не следует прекращать профилактические работы по снижению производственного травматизма.

Коэффициент социальных расходов предприятия относительно чистой прибыли остается примерно на том же уровне, что свидетельствует о стабильной корпоративной политике, производимой предприятием.

Коэффициент отношения расходов на социальную поддержку окружающего сообщества к чистой прибыли незначительно снизился и это свидетельствует о недостаточной заинтересованности предприятия в развитии окружающего общества.

Также снизился коэффициент затрат на охрану окружающей среды к чистой прибыли, что является негативным фактором и должно быть оценено предприятием как сигнал к более эффективной реализации программ, направленных на снижение вредного воздействия производственной деятельности на окружающую среду.

Базируясь на результате проведенного анализа, выявим слабые стороны социальной ответственности предприятия и дадим рекомендации первостепенных действий, которые необходимо осуществить для повышения уровня социальной ответственности.

Самым большим падением стал показатель текучести персонала, вызванный объективными причинами. Для сохранения коллектива и позитивного настроения на работу, руководство может принять комплекс мер, таких как:

- информативная доступность, чтобы каждый сотрудник был в курсе текущего положения дел компании и чувствовал свою причастность к результатам деятельности;
- разработка более конкурентоспособного социального пакета;
- построение оптимального графика работы, чтобы оценка результатов работы зависела не только от количества отработанных часов, а от конкретного результата.

Также слабой стороной можно назвать снижение показателя расходов на социальную поддержку окружающего сообщества к чистой прибыли, чтобы вернуть показатель на прежний уровень и повысить его – необходимо увеличить инвестиции предприятия в программы, направленные на развитие местного сообщества и вовлеченность самого предприятия в решение общественных проблем.

Снижение затрат на охрану окружающей среды к чистой прибыли является негативным фактором, потому что экологическая безопасность производственных процессов, осуществляемых на предприятии, должна являться стратегической задачей в перспективе развития предприятия. Высокие показатели, которые соответствуют общепринятым стандартам экологичности, такие как ISO 14000 [3], международный стандарт по созданию системы экологичного менеджмента ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» способствуют привлечению для предприятия дополнительного потока инвестиций и понижению штрафов [2].

При оценке социальной активности необходимо уделить особое внимание показателю производительности труда. По мнению А.Я. Кибановой, производительность труда – это показатель эффективности целесообразной производительной деятельности людей в течение промежутка времени, результативности конкретного полезного труда [20]. На практике это является одним из важнейших показателей, характеризующих эффективность трудовых затрат на производстве как отдельно взятого работника, так и коллектива в целом. Существует множество факторов, которые влияют на рост производительности труда. К социальным факторам можно отнести следующие:

- изменение качественного уровня персонала;
- изменение отношения работников к процессу производства;
- изменение условий труда.

Производительность труда можно исчислить через систему показателей выработки и трудоемкости [51, с. 61].

Выработка характеризует объем продукции на единицу численности и рассчитывается по формуле

$$B = V_{np} / Ч_{cp}, \quad (2.8)$$

где B – выработка; V_{np} – объем выполненных работ (выпущенной продукции); $Ч_{cp}$ – среднесписочная численность.

Трудоемкость – это обратный показатель, характеризующий затраты труда на единицу продукции, рассчитывается по следующей формуле:

$$T_e = Ч_{cp} / V_{np}, \quad (2.9)$$

где T_e – трудоемкость.

Оба этих показателя можно выразить как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

Рассчитаем статистику производительности труда на предприятии АО «Труд» в стоимостном выражении. Для этого приведем расчетные показатели в виде табл. 2.9.

Таблица 2.9

Показатели для расчета производительности труда АО «Труд»

Показатель	Значение показателя	
	2014	2015
Объем производства продукции, V_{np} , тыс. р.	7 281 567	5 568 895
Среднесписочная численность, $Ч_{cp}$, чел.	1 577	1 200

Исходными данными послужила форма бухгалтерской отчетности Отчет о финансовых результатах за 2014 и 2015 гг., а также внутренняя управленческая отчетность предприятия.

Исходя из данных табл. 2.9 и используя формулу (2.8), мы имеем возможность рассчитать среднегодовой показатель выработки (B_{cp}):

$$B_{cp} 2014 = 7\,281\,567 / 1\,577 = 4\,617 \text{ тыс. р./чел.}$$

$$B_{cp} 2015 = 5\,568\,895 / 1\,200 = 4\,640 \text{ тыс. р./чел.}$$

Рассмотрим динамику среднегодовой выработки:

$$ДВ_{cp} = 4\,640 / 4\,617 = 1,004\,9, \text{ или на } 0,49 \%.$$

Изменение динамики выработки в положительную сторону демонстрирует, что даже несмотря на значительное снижение объемов производства и среднесписочной численности персонала, работники предприятия стараются поддерживать уровень производительности труда, для того чтобы предприятие развивалось и повышало свои объемы.

Рассчитанный показатель производительности труда в АО «Труд» находится на достаточно высоком уровне, что свидетельствует о высокой мотивации работников на предприятии. Руководство предприятия, несмотря на нестабильную внешнюю среду, старается создать благоприятный психологический климат в коллективе, уделяет внимание социальным потребностям работников, их семей, вкладывает средства в обучение, повышение квалификации и переподготовку кадров и проводит еще целый комплекс социальных мер направленных в первую очередь на персонал.

Залог успеха любого предприятия – это коллектив профессионалов, готовый эффективно работать и постоянно развиваться для достижения общей цели. Именно поэтому на предприятии уделяется повышенное внимание к потребностям работников. К ним прислушиваются, учитывают их мнение и вкладывают в их развитие. Чувствуя причастность руководства не только к производственному процессу, но и к взаимоотношениям внутри коллектива, персонал так же откликается на это и со своей стороны старается принести компании максимальную пользу, что выражается в частности в повышении показателя производительности труда.

3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЛИЯНИЯ ПРОГРАММЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА В АО «ТРУД»

3.1. Предложения по открытию предприятия общественного питания для работников как инструмента социальной ответственности компании

В 2008 г. на заседании Государственного Совета была поставлена задача увеличения производительности труда в России в 4 раза за 12 лет [1]. Реализация поставленной задачи предполагает использование целого комплекса мер, нацеленных на создание благоприятных условий для инновационного развития экономики. В этом комплексе мер, направленных на достижение поставленных целей, должно учитываться не только техническое переоборудование производства, развитие инновационных отраслей экономики, но и уделяться должное внимание проблемам развития человеческих ресурсов.

Повышение качества жизни персонала – главнейший шаг в решении задачи повышения производительности труда. Среди основных критериев качества жизни, таких как семейное и материальное благополучие, политическая стабильность и безопасность жизни, одно из первых мест занимает уровень здоровья. По данным Всемирной организации здравоохранения, образ жизни в сочетании с качеством питания, образуют до 50 % условий, влияющих на здоровье населения [4].

Одной из приоритетных социальных задач, которую может решить руководство социально ответственного предприятия, является организация корпоративного питания для работников. Возможность полноценно пообедать, не отходя далеко от рабочего места, позволяет работникам существенно сэкономить время и деньги, что в результате обеспечивает предприятию снижение показателя текучести персонала, снижение количества сотрудников ушедших по больничному листу и в итоге приведет к повышению производительности труда.

В фирмах, которых численность персонала невелика, руководство, как правило, обеспечивает помещение для отдыха и приема пищи. На более же крупных предприятиях, таких как АО «Труд», целесообразнее открыть полноценную столовую.

В настоящее время столовые стали снова обретать былую популярность, так как на работе не всегда удается перекусить, и лучшего заведения, чем столовая, чтобы хорошо и быстро поесть, не найти. Не стоит забывать, что даже при разумных капиталовложениях и правильного подхода, вопрос о том, как организовать столовую не сможет решиться в короткие сроки. Кроме того, открытие столовой принесет ощутимый доход, но при этом не стоит забывать, что, работая

с продуктами питания и являясь собственником заведения по организации питания, также возлагается ответственность за здоровье и жизнь потребителей.

Открывая столовую, организация стремится к улучшению условий труда работников, сокращению времени обеденного перерыва и решению иных социальных проблем.

Открытие столовой на предприятии в основном имеет социальную направленность и не ориентировано на получение прибыли. Но это не означает, что проект открытия предприятия общественного питания можно заведомо считать убыточным. Несмотря на то, что требования к помещению, оборудованию, коммуникациям, а также выполнению санитарных, эпидемиологических и противопожарных норм будут аналогичны другим предприятиям, предоставляющим услуги общественного питания, но цены на готовую продукцию будут на порядок ниже, можно добиться и выйти на уровень самоокупаемости и даже получения прибыли.

Организация корпоративной столовой – дело выгодное с разных точек зрения. Во-первых, обеспечивается полноценное питание сотрудников, а это позволяет повысить и лояльность, и работоспособность, и эффективность. Во-вторых, корпоративная столовая – это дополнительный источник дохода для предприятия.

Столовая помогает работникам отвлечься от производственного процесса, чтобы восстановить силы. Инвестиции в комфорт и удобство своих работников компенсируются высокими трудовыми показателями, приносящими стабильную прибыль.

В рамках данного раздела мы рассмотрим целесообразность открытия предприятия общественного питания – столовой на территории производственной базы АО «Труд». Данный проект мы будем реализовывать как один из инструментов социального влияния предприятия на показатели производительности труда персонала. Мы постараемся оценить социальный и экономический эффект, который даст возможность дополнительного роста и развития предприятия.

Расчет основных показателей и оценку экономической эффективности мы будем проводить с помощью программного продукта Project Manager 3.15.

Итак, цель предполагаемого проекта – открытие предприятия общественного питания – столовой с количеством посадочных мест 80 человек на территории производственной базы предприятия АО «Труд» в г. Иркутске.

Организацию производства и оказания услуг в столовой намереваемся осуществлять с учетом следующих принципов:

- проведение постоянного мониторинга конкурентоспособности продукции и работы по его совершенствованию;

- предложение максимально возможного ассортимента при минимальном количестве остатков невогребованной продукции;
- сочетание полностью замкнутого процесса производства блюд, с технологией использования полуфабрикатов, поставляемых от других предприятий общественного питания.

3.2. План реализации деятельности столовой

Так как проект создания столовой на предприятии планируется исключительно для своих нужд, то специально регламентировать, получать допуски и лицензию на осуществление деятельности не требуется. А также если организация не планирует выделить столовую как самостоятельное подразделение предприятия, осуществляющее учет своей деятельности на отдельном балансе, то нет необходимости присваивать новый код.

Для открытия производственной столовой необходимо получить определенные документы. К ним относятся:

- программа по проведению и организации производственного контроля;
- сертификаты качества изделий в столовой, которые подтверждают соответствие требованиям нормативных документов и стандартов;
- санитарно-эпидемиологическое заключение;
- разрешение на размещение будущей столовой, выданное Роспотребнадзором;
- договор на осуществление дезинфекционных работ для систем вентиляции и кондиционирования;
- договор на утилизацию и вывоз ТБО, а также люминесцентных ламп и других отходов.

Особые требования касаются непосредственно работников кухни, у них в обязательном порядке должны быть сертификаты и санитарные книжки. Лица, поступающие в заведение питания на работу, проходят предварительные при поступлении и периодические медицинские осмотры, профессиональную гигиеническую подготовку и аттестацию в установленном порядке. Без подготовки и аттестации допускаются к работе выпускники высших, средних и специальных учебных заведений в течение первого года после их окончания. Перед производственной практикой студенты обязательно проходят и медицинское обследование, и гигиеническую подготовку в установленном порядке.

Для осуществления работы столовой на предприятии производится та же процедура, что и при создании нового структурного подразделения: необходимо будет внести изменение в штатное расписание организации, издать должностные инструкции на работников, внести изменения в распорядок дня.

Для эффективной работы столовой, рассчитанной на 80 посадочных мест, требуется прием на предприятия следующего персонала:

- администратор-кассир – 1 единица;
- повар – 2 единицы;
- мойщица – 1 единица;
- уборщица – 1 единица.

Расчет ежеквартальной заработной платы произведем в табл. 3.1 (на основании действующего «Положения об оплате труда и премированию персонала» [56]).

Таблица 3.1

Расчет ежеквартальных затрат на оплату труда ИТР, р.

Категория персонала	Оклад	Премия по результатам работы (50 % от оклада)	Северный и районный коэффициенты (30 % + 30 %)	Итого среднемесячная заработная плата	Затраты на оплату труда персонала в квартал
Администратор-кассир	11 175,00	5 587,50	10 057,50	26 820,00	80 460,00
Повар	9 860,00	4 930,00	8 874,00	23 664,00	141 984,00
Мойщица	6 455,00	3 227,50	5 809,50	15 492,00	46 476,00
Уборщица	6 455,00	3 227,50	5 809,50	15 492,00	46 476,00
<i>Всего</i>				81 468,00	315 396,00

Одной из основных проблем является подбор подходящего помещения, соответствующего всем санитарным и пожарным нормам, требованиям техники безопасности и подходящего по габаритам. Производственные цеха не рекомендуется размещать в подвальных и полуподвальных помещениях. Для традиционного варианта столовой важно учесть следующие требования:

- наличие основного, запасного (пожарного) выхода;
- возможность деления площадей на кухню, зал и подсобные помещения;
- обязательное наличие санузла.

Основные санитарные требования [5] сводятся к тому, чтобы необработанные, сырые продукты не находились рядом с прошедшими обработку (во избежание попадания в готовую пищу микроорганизмов). Отдельное помещение должно быть выделено для приготовления холодных блюд. Полы должны быть покрыты непористым и легко очищающимся материалом. Стены и потолок выкрашены, либо покрыты кафелем. Склад с холодными и сухими помещениями обязан быть оборудован холодильными камерами и шкафами для отдельного хранения продуктов питания. Состояние микроклимата производственных помещений и помещений для посетителей должно соответствовать гигиеническим

требованиям. Обязательным условием является наличие мощной системы вентиляции для всех помещений столовой и системы кондиционирования для поддержания требуемых температур при приготовлении пищи. Обязательно для помещения столовой источника бесперебойной подачи электроэнергии. А также бытовые помещения для работников столовой [28].

На территории бывшей Автобазы № 1, где сейчас базируется предприятие АО «Труд», есть подходящее помещение. Так как основные производственные здания строились еще в советские времена, на территории предприятия было запланировано здание, предназначенное для предоставления услуг по питанию. На данный момент помещения одного крыла сооружения частично оборудованы под кабинеты, но второе крыло, где располагается помещения горячего, холодного цехов, обеденный зал и прочие необходимые для деятельности столовой помещения, пустуют.

Функциональный состав производственных помещений столовой будет представлен горячим цехом, холодным цехом, моечным отделением, кондитерским цехом и линией раздачи.

Столовая должна быть обеспечена необходимым оборудованием и предметами материально-технического оснащения в достаточном количестве. Технологическое оборудование, инвентарь, посуда, тара должны быть выполнены из материалов, разрешенных Роспотребнадзором. Заведения питания рекомендуется оснащать современными посудомоечными машинами со стерилизующим эффектом для механизированного мытья посуды и столовых приборов.

На инвестиционном этапе проекта необходимо произвести расчет суммы затрат на покупку оборудования (табл. 3.2).

Таблица 3.2

Расчет приобретаемого оборудования, р.

Оборудование	Тип	Количество единиц	Цена за единицу (без НДС)	Общая цена (без НДС)
Пароконвектомат	Технологическое оборудование	1	95 600,00	95 600,00
Плита электрическая	Технологическое оборудование	1	95 200,00	95 200,00
Стол производственный	Мебельное оборудование	1	3 800,00	3 800,00
Стол с ванной моечный	Мебельное оборудование	1	5 300,00	5 300,00
Холодильный шкаф	Технологическое оборудование	1	62 600,00	62 600,00

Оборудование	Тип	Количество единиц	Цена за единицу (без НДС)	Общая цена (без НДС)
Кухонный процессор	Технологическое оборудование	1	10 100,00	10 100,00
Мармит для супов	Технологическое оборудование	1	30 500,00	30 500,00
Мармит для вторых блюд	Технологическое оборудование	1	33 200,00	33 200,00
Стойка для столовых приборов и подносов	Технологическое оборудование	1	15 400,00	15 400,00
Кухонные принадлежности	Технологическое оборудование	6	7 500,00	45 000,00
Кухонная утварь	Технологическое оборудование	8	4 000,00	32 000,00
<i>Всего</i>				428 700,00

Покупка оборудования будет производиться в первом квартале осуществления деятельности проекта. Приобретение будет осуществляться прямой покупкой, поэтому начисление амортизации будет производиться ежемесячно, начиная с того месяца, который следует за вводом основного средства в эксплуатацию [51, с. 73]. Для расчета амортизационных отчислений на приобретаемое оборудование вычислим годовую норму амортизации при помощи формулы

$$K = 1 / n - 100 \%, \quad (3.1)$$

где K – норма амортизации, %; n – срок полезного использования, мес.

Полученные данные приведем в табл. 3.3.

Таблица 3.3

Расчет нормы амортизационных отчислений, р.

Оборудование	Сумма (без НДС)	Амортизационная группа	Срок полезного использования, мес.	Годовая норма амортизации, %
Пароконвектомат	95 600,00	4	84	14,2
Плита электрическая	95 200,00	4	84	14,2
Стол производственный	3 800,00	3	36	20
Стол с ванной моечный	5 300,00	3	36	20
Холодильный шкаф	62 600,00	4	84	14,2
Кухонный процессор	10 100,00	4	84	14,2
Мармит для супов	30 500,00	3	36	20

Оборудование	Сумма (без НДС)	Амортизационная группа	Срок полезного использования, мес.	Годовая норма амортизации, %
Мармит для вторых блюд	33 200,00	3	36	20
Стойка для столовых приборов и подносов	15 400,00	3	36	20
Кухонные принад- лежности	45 000,00	3	36	20
Кухонная утварь	32 000,00	3	36	20

За все время внедрения проекта будут неизменны следующие виды расходов:

- расходы на хозяйственные нужды;
- энергетические платежи и коммунальные расходы;
- расходы на сертификацию и контроль.

Расходы на хозяйственные нужды рассчитаем по внутренним нормативам, утвержденными в АО «Труд». Они составят порядка 4 600,00 р. в месяц.

Предприятия общепита, независимо от форм собственности, мощности, места расположения, оборудуются системами внутреннего водопровода и канализации. Для водоснабжения они присоединяются к централизованной системе водопровода. Качество воды в системах водоснабжения заведения должно отвечать гигиеническим требованиям, предъявляемым к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения и нецентрализованного водоснабжения. Использовать привозную воду запрещается. Количество воды, используемой организацией, должно полностью обеспечивать ее потребности.

Произведем расчет энергетических затрат и коммунальных платежей, необходимых для обеспечения бесперебойной работы столовой. Данные приведем в табл. 3.4.

Таблица 3.4

Расчет расходов на энергетические платежи и коммунальные расходы, р.

Наименование	Стоимость за единицу	Количество единиц	Общая стои- мость в месяц	Общая стоимость в квартал
Отопление, Гкал	1 114,10	4,00	4 456,40	13 369,20
ГВС, м ³	77,41	86,00	6 657,26	19 971,78
ХВС, м ³	11,67	208,00	2 427,36	7 282,08
Водоотведение, м ³	12,50	126,00	1 575,00	4 725,00
Электроснабжение, кВт · ч	0,92	2 200,00	2 024,00	6 072,00
Вывоз ТБО, м ³	3,49	15,00	52,35	157,05
<i>Всего</i>			17 192,37	51 577,11

С момента начала работы объекта общественного питания и в процессе его деятельности перед руководством стоит задача организовать производственный контроль за соблюдением санитарного законодательства на всех этапах технологического процесса – от заключения договоров на поставку продуктов до выхода готовой продукции для потребителя.

Выполнение программы производственного контроля на всех этапах деятельности занимает важное место в системе обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения. Нужно отметить, что система производственного контроля полностью относится к внутренней сфере деятельности организации. Основное отличие производственного контроля от других форм контроля то, что субъектом контроля выступает сам хозяйствующий объект, который и осуществляет роль за соблюдением санитарного законодательства в ходе осуществления деятельности по производству и реализации продукции общественного питания.

Программа производственного контроля на предприятии общественного питания, как и в любой другой организации, состоит из пояснительной записки с описанием структуры и организации контроля, собственно программы производственного контроля и приложений. В общем случае программа производственного контроля в столовой должна отражать следующие аспекты:

- проведение лабораторно-инструментальных исследований и испытаний готовой продукции, сырья, полуфабрикатов по установленным показателям и с определенной периодичностью;

- контроль за состоянием здоровья персонала. Данные требования могут отражаться в программе производственного контроля в виде графиков медицинских осмотров, сведений об аттестации должностных лиц и работников организаций, их профессиональной гигиенической подготовки. Контроль за этим разделом программы возлагается на руководителя организации, который должен своевременно направить сотрудников на медосмотры в специализированные медицинские учреждения;

- контроль за условиями работы персонала. В организациях общественного питания на сотрудников могут воздействовать опасные и вредные производственные факторы, такие как повышенная влажность воздуха, пониженная температура воздуха, повышенная температура от поверхностей оборудования, недостаточная освещенность рабочих мест;

- входной контроль поступающего на производство сырья. Хранение сырья в складских помещениях организации также возлагается приказом на ответственное лицо организации и предполагает визуальный контроль поступающей продукции, проверки полного комплекта сопроводительной документации и температурного режима хранения продукции;

– мероприятия, подтверждающие качество используемой питьевой воды. Они предусматривают отбор проб питьевой воды из разводящей сети два раза в год;

– следует контролировать эффективность и исправность функционирования систем вентиляции, в том числе их своевременную санитарную обработку;

– результаты контроля в виде журналов, протоколов лабораторных исследований и прочего хранятся в организации.

Контроль за деятельностью столовой с внешней стороны аналогичен тому, который осуществляется за другими предприятиями общественного питания, и влечет за собой следующие расходы, представленные в табл. 3.5.

Таблица 3.5

Расчет расходов на контроль за осуществлением деятельности столовой, р.

Контролирующий орган	Тип проверки	Периодичность контроля	Стоимость
Санэпидемстанция	Проба воды	1 раз в квартал	3 000,00
Санэпидемстанция	Проба блюд	1 раз в квартал	3 000,00
Росстандарт	Сертификация деятельности	1 раз в 4 квартала	12 000,00
Пожарная служба	Контроль противопожарной безопасности	1 раз в 12 кварталов	20 000,00

Выявим потребность в открытии столовой при помощи анализа основных потребителей и определения конкуренции.

При проведении анализа было выявлено, что в Свердловском районе г. Иркутска, где находится предприятие, представлено недостаточное количество предприятий, предоставляющих услуги общественного питания.

Услуги общественного питания в непосредственной близости от места работы оказывают три кафе. Рассмотрим факторы конкурентоспособности в табл. 3.6.

Таблица 3.6

Сопоставление факторов конкурентоспособности

Фактор	Столовая на предприятии	Конкуренты		
		Кафе 1	Кафе 2	Столовая
Количество посадочных мест	На 80 человек	На 40 человек	На 30 человек	На 80 человек

Фактор	Столовая на предприятии	Конкурененты		
		Кафе 1	Кафе 2	Столовая
Качество	Высокое качество приготовления пищи и обслуживания	Еда свежая и качественная	Еда свежая и качественная	Еда всегда свежая
Удаленность от места работы	На территории предприятия	Дорога занимает порядка 20 минут	Дорога занимает порядка 15 минут	Дорога занимает порядка 30 минут
Средняя цена за комплексный обед, р.	205	170	200	170
Особенности ассортимента	Традиционная кухня, европейская кухня	Традиционная кухня	Восточная кухня	Традиционная кухня
Ассортимент	Широкий ассортимент	Недостаточно широкий ассортимент	Недостаточно широкий ассортимент	Широкий ассортимент

По табл. 3.6 мы можем судить, что основной проблемой является ограниченность ассортимента выбора, которая постепенно снижает мотивацию посещения заведения, и удаленность от места работы. Последний фактор можно даже поставить на первое место. В связи с принятыми в компании «Правилами внутреннего трудового распорядка» обеденный перерыв на предприятии устанавливается с 12.30 до 13.30. На дорогу до ближайшего до предприятия места предоставления услуг общественного питания придется затратить половину отведенного времени.

В связи с вышеизложенным открытие предприятия общественного питания на предприятии является привлекательной идеей.

Анализ предполагаемого рынка сбыта продукции – это один из важнейших этапов при разработке любого бизнес-плана. Основными потребителями услуг столовой являются сотрудники АО «Труд», как работающие на территории, так и приезжающие в командировку.

Компания АО «Труд» располагается в г. Иркутске на ул. Академическая, 5а на территории бывшей Автобазы № 1. На этой территории функционирует центральный офис и транспортное подразделение АО «Труд» Центральная производственная база. Среднесписочная численность сотрудников, непосредственно работающих на территории, составляет 275 человек. Из них 153 человека – это высшее руководство и специалисты центрального офиса, 122 человека – это ИТР, водители и рабочие цехов Центральной производственной базы.

В случае успешной реализации рассматриваемого проекта в будущем появляется возможность расширения рынка сбыта в виде обслуживания столовой

соседних компаний и фирм, не имеющих собственной столовой, но желающих организовать для своих коллективов комплексные обеды по доступным ценам.

Для определения числа работников, которые будут посещать столовую, было решено произвести анкетирование. Сотрудникам было предложено ответить на следующие вопросы:

- будут ли они посещать столовую;
- как часто (ежедневно, раз в неделю, др.);
- какова максимальная стоимость обеда;
- какой должен быть представлен ежедневный ассортимент;
- что будет покупать сотрудник (комплексный обед, первое, второе или другие варианты).

На основе данных, полученных в ходе анкетирования, было выявлено, что в среднем за день столовую будет посещать 187 человек. Если взять, что в среднем в месяц выходит 20 рабочих дней, то столовую ежемесячно будет посещать 3 740 человек или 11 200 человек в квартал.

Ответы на прочие вопросы анкеты понадобились для определения ассортимента и себестоимости производства блюд.

Формирование ценовой политики компании происходит на стадии выпуска на рынок новой услуги, с учетом установившихся цен на данные услуги, реализуемые относительно продолжительное время [13]. Ценовая политика выбирается в зависимости от конкурентов и их цен на аналогичные услуги.

Ценовая политика увязана с общими целями предприятия и включает формирование кратко- и долгосрочных целей на базе издержек производства и спроса на продукцию, а также цен конкурентов.

При создании данного проекта основной акцент делался на качестве производимой продукции, ввиду этого предполагается поддерживать цены на относительно доступном уровне, и при этом ценовая политика должна строиться по принципу «доступная цена – высокое качество».

Важнейшими в системе планов, разрабатываемых на предприятии, являются планы производства и реализации продукции. Они должны быть сбалансированным, внутренне согласованным и взаимоувязанным с затратами, необходимыми для осуществления запланированных объемов сбыта. В связи с тем что столовая будет предоставлять услуги по питанию только для своих работников, метод планирования потребления продукции значительно упростится.

Планируется, что в столовой ежедневно будет представлено:

- комплексный обед;
- три вида салатов;
- два вида первых блюда;
- три вида вторых блюд;
- три вида выпечки;

– напитки на выбор (чай, кофе, сок, компот).

Средний чек составит порядка 150–180 р.

Расчет товарооборота производится на основе дневного расхода сырья, количества рабочих дней предприятия, покупных цен на сырье и товары и наценкой на услуги общественного питания.

Столовая будет функционировать по графику работы предприятия.

Для упрощения расчетов предполагаемый ассортимент сформирован в группы по типу производимой продукции, а цены усреднены. Произведем расчет себестоимости производства продукции в табл. 3.7.

Таблица 3.7

Расчет себестоимости производства, р.

Позиция	Дневной расход ингредиентов, кг, шт., л	Квартальный расход ингредиентов, кг, шт., л	Розничная цена за единицу	Квартальная сумма расхода
Комплексный обед	101,89	6 113,40	118,64	725 318,64
Первое блюдо	54,16	3 249,60	39,55	128 515,25
Второе блюдо	37,52	2 251,20	67,80	152 623,73
Салат	8,97	538,20	33,90	18 244,07
Выпечка	11,72	703,20	19,77	13 905,08
Напиток	19,52	1 171,20	14,12	16 542,37
<i>Всего</i>	233,78	14 026,80	293,79	1 055 149,15

Затраты на транспортные расходы отсутствуют по причине того, что в АО «Труд» существует собственное автотранспортное подразделение, которое будет осуществлять услуги по доставке продуктов. Затраты на транспорт будет нести центральный офис АО «Труд».

По полученным данным произведем расчет эффективности проекта посредством автоматизированной системы расчета и оценки инвестиционных проектов Project Manager 3.15.

3.3. Влияние открытия столовой на повышение производительности труда

Финансовый анализ проекта имеет целью проверить выгодность участия в проекте предприятия с финансовых позиций [44]. Необходимо убедиться, что вложение средств в проект является более выгодным, чем альтернативные варианты использования этих средств. Простейшими альтернативами можно считать следующее:

– отказ от участия в проекте (в этом случае предприятие не получит ничего и ничего не потеряет);

– использование денежных средств для получения гарантированного среднего дохода, например путем вложения денег в банк под проценты.

Как минимум, эти две простейшие альтернативы должны быть учтены при анализе финансовой эффективности проекта. В нашем случае мы оцениваем условную возможность альтернативного использования денежных средств с помощью ставки дисконта, которую мы принимаем равной 15 % годовых. Кроме того, эффект от проекта, в соответствии с методикой, мы измеряем как разницу между денежными потоками в ситуациях «с проектом» и «без проекта».

Финансирование реализации проекта предполагается осуществлять из следующих источников:

- собственных источников;
- доходов от основной деятельности.

Потребность в собственных средствах возникает на первоначальном этапе – для осуществления первых платежей (закупка продукции, оборудования, оплата труда). Таким образом, собственные средства финансирования проекта составляют 2 млн р.

Все расчеты по данному проекту ведутся в постоянных ценах. Это облегчит восприятие расчетных данных по проекту.

Анализ экономической эффективности проекта проводился с использованием автоматизированной системы расчета и оценки инвестиционных проектов Project Manager (приложение 2).

Период расчета эффективности инвестиций принят 12 кварталов (3 года). Фактор сезонности проявляется в первом (январь, февраль) и четвертом (декабрь) кварталах каждого года.

Предполагаемый годовой темп инфляции составит 19,56 %.

Ставка рефинансирования ЦБ РФ на 01.09.2016 г. составляет 10 % [66].

Наличие чистого оборотного капитала является главным условием ликвидности и финансовой устойчивости проекта [23]. На протяжении всего периода реализации проекта отмечается тенденция к росту величины чистого оборотного капитала (рис. 3.1).

Ввиду того что столовая создается для сотрудников АО «Труд», величина чистой прибыли напрямую зависит от себестоимости, а выручка поступает только от работников. В этом случае прибыль будет иметь тенденцию к увеличению, но не будет претерпевать существенных изменений на протяжении всего срока реализации проекта (рис. 3.2).

График, отражающий движение денежных средств, наглядно показывает снижение объема свободных денежных средств в первом и последнем кварталах каждого года, ввиду сезонности работ (рис. 3.3).

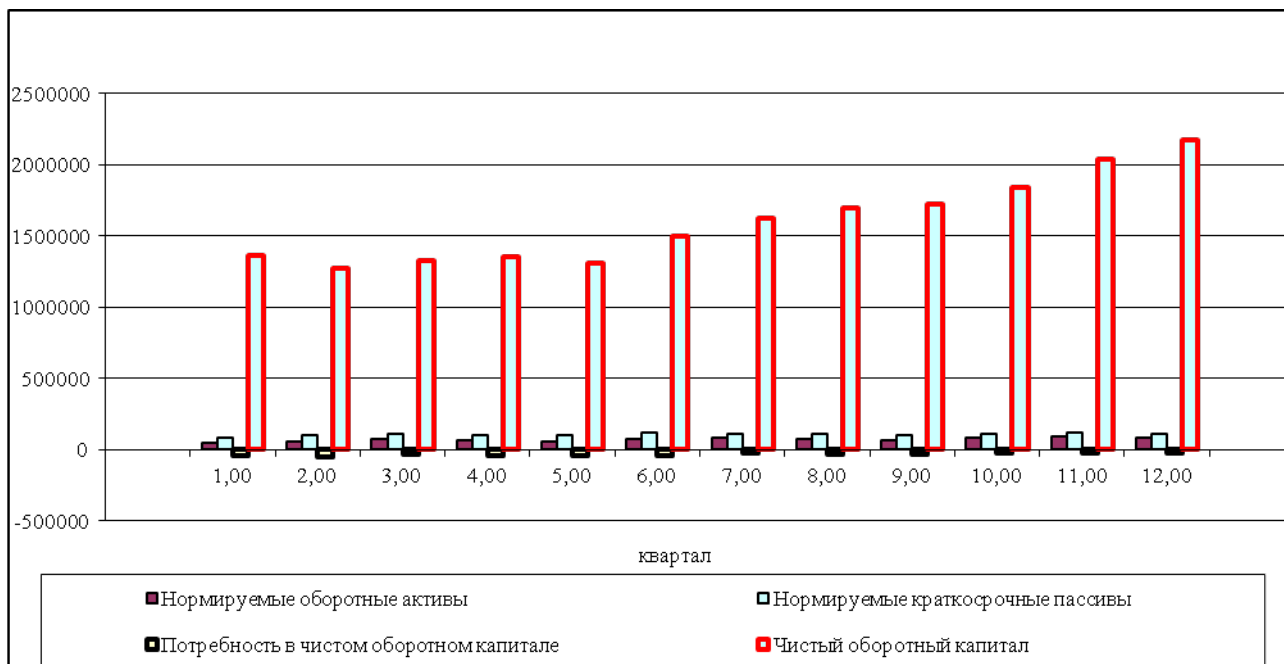


Рис. 3.1. Чистый оборотный капитал, р.

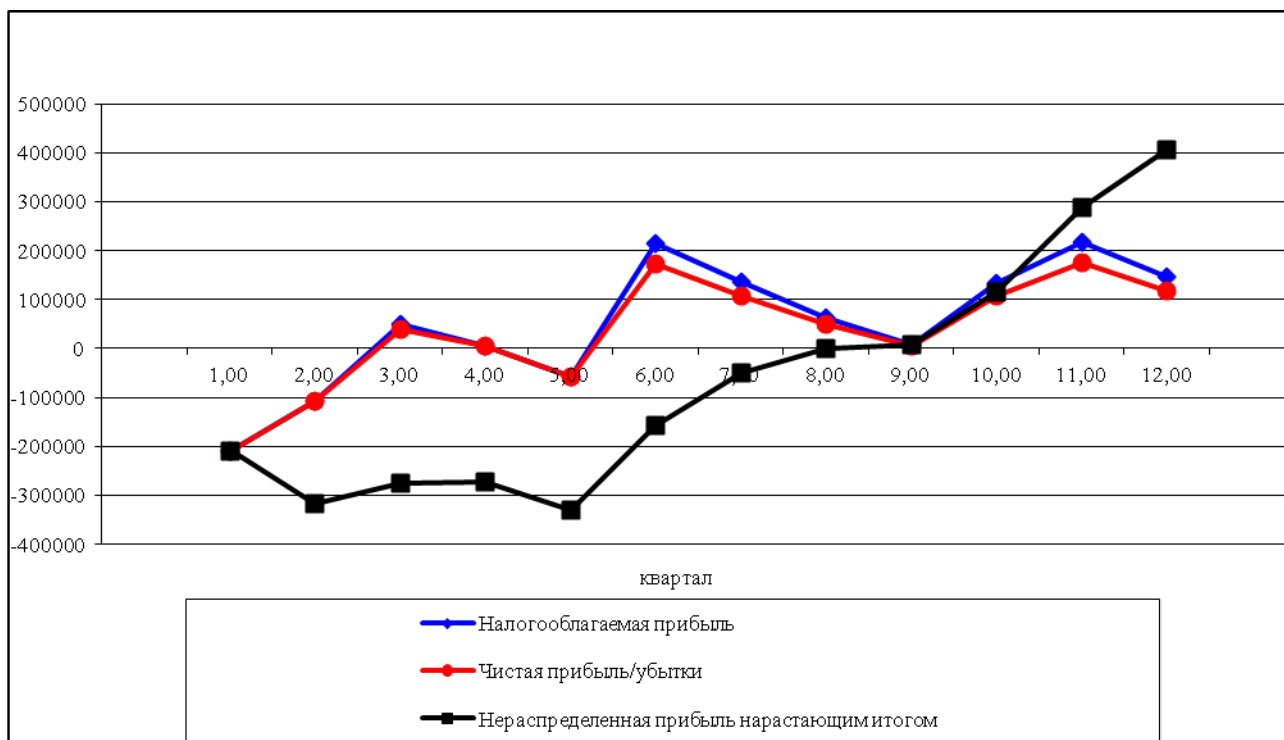


Рис. 3.2. Прибыль проекта, р.

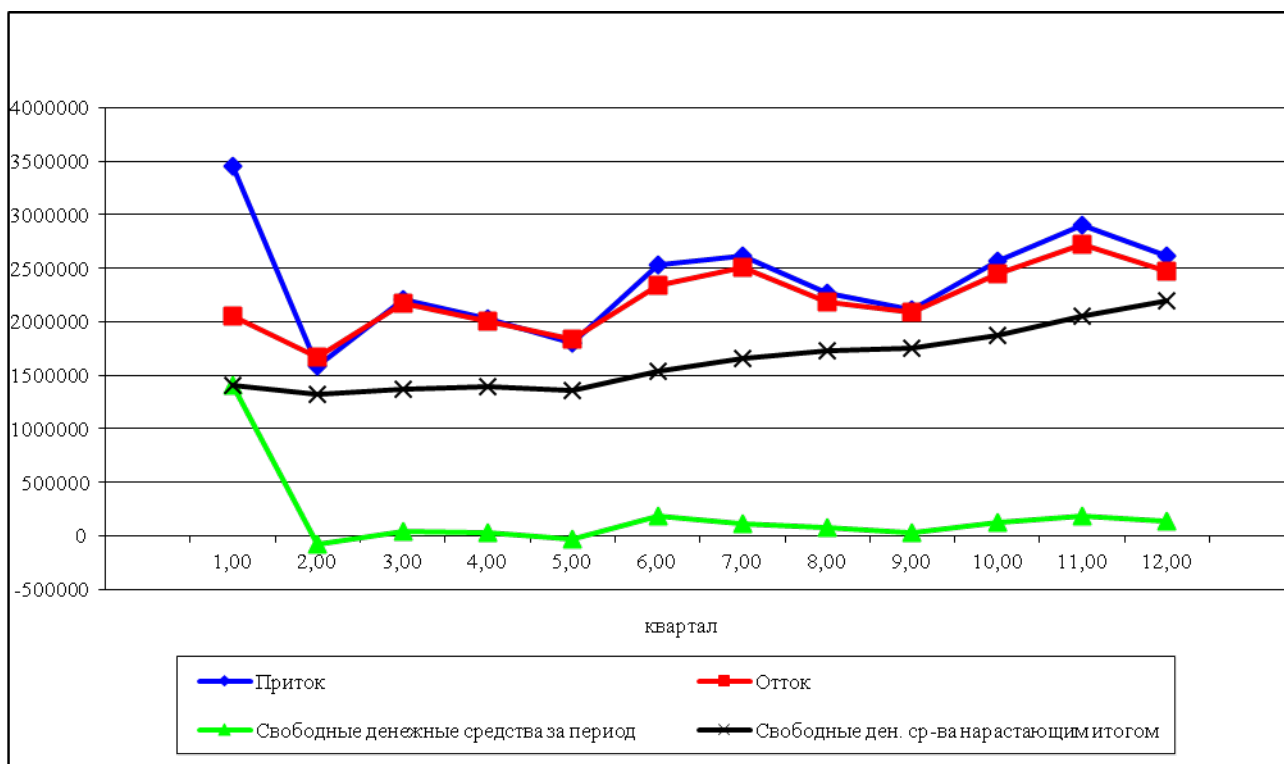


Рис. 3.3. Движение денежных средств, р.

Финансовая эффективность проекта характеризуется системой показателей финансовой состоятельности проекта, отражающих соотношение затрат и результатов [30, с. 402]. Представим названные показатели в укрупненном виде (на начальном этапе реализации проекта и на конец срока анализа (табл. 3.8)).

Таблица 3.8

Показатели финансовой состоятельности проекта

Показатель	Значения показателя	
	1-й квартал	12-й квартал
Коэффициент общей ликвидности, раз	16,91	20,03
Коэффициент общей платежеспособности, %	95,89	95,47
Себестоимость к выручке от реализации, %	115,10	94,32
Оборачиваемость активов, раз	0,65	1,04
Рентабельность активов, %	-9,99	4,68
Рентабельность инвестированного капитала, %	-10,41	4,91

Представим названные показатели в разбивке по кварталам графически (рис. 3.4 и 3.5).

Коэффициент общей ликвидности характеризует потенциальную платежеспособность предприятия в относительно долгосрочной перспективе. Данный коэффициент наиболее часто используется для оценки уровня текущей платеже-

способности предприятия [47]. Принято считать, что уровень платежеспособности предприятия является приемлемым, если значение коэффициента общей ликвидности находится в диапазоне от 1,0 до 2,5.

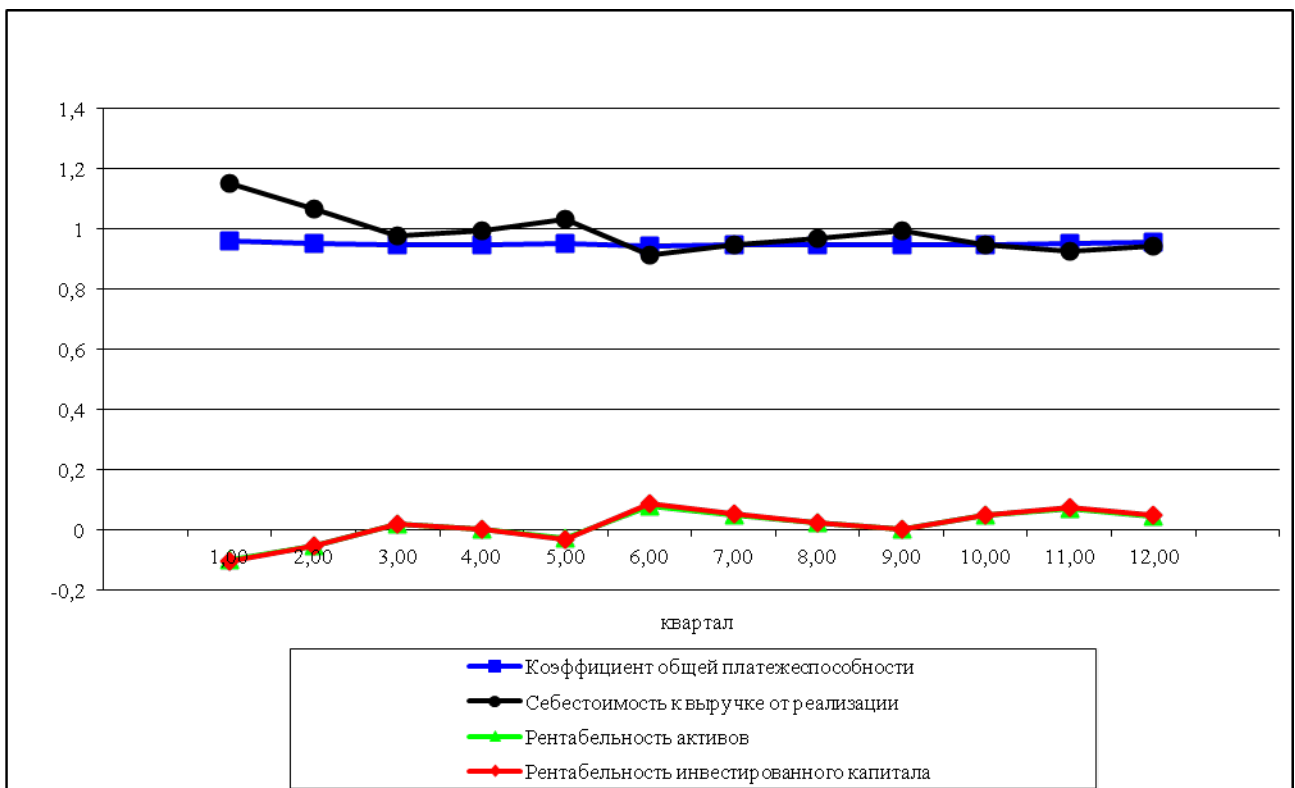


Рис. 3.4. Коэффициенты финансовой оценки, %

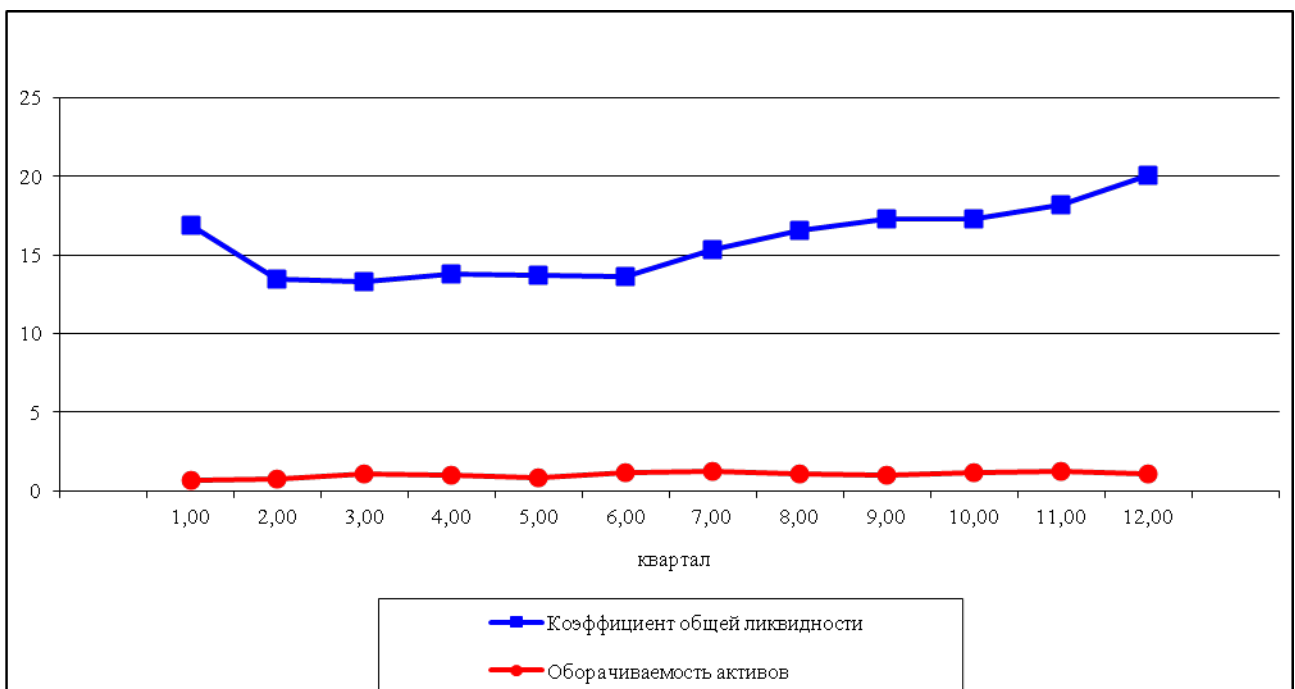


Рис. 3.5. Коэффициенты финансовой оценки, раз

Полученные нами значения показателя характеризуют высокую платежеспособность предполагаемого к реализации проекта. Существенное снижение значений данного коэффициента происходит лишь в первом-втором квартале, когда финансирование за счет уставного капитала прекращается.

Коэффициент платежеспособности определяет долю собственного капитала в общих источниках финансирования организации [47]. Чем выше значение данного показателя, тем более финансово устойчив проект. Значения коэффициента применительно к проведенным расчетам достаточно высокие.

Показатель, отражающий процентное отношение себестоимости к выручке от реализации, показывает степень затратности проекта – в нашем случае можно говорить о средней величине расходов, требуемых для внедрения и успешной реализации проекта.

Оборачиваемость активов при рассмотрении каждого из исследуемых периодов имеет тенденцию к увеличению, что является положительным фактором.

Рентабельность активов с 1-го по 12-й квартал увеличилась и приобрела положительное значение, что свидетельствует о наращивании эффективности деятельности.

Рентабельность инвестированного капитала дает представление о том, насколько эффективно менеджмент предприятия инвестирует средства в основную деятельность предприятия. Применительно к проекту данный показатель увеличивается, что обусловлено наличием необходимости дальнейших инвестиций в проект.

Таким образом, полученные значения вышеуказанных показателей говорят о финансовой эффективности проекта и о его устойчивости.

Основными показателями, характеризующими уровень эффективности инвестиционных вложений, являются: чистый дисконтированный доход (*ЧДД*, *NPV*), индекс доходности (*ИД*, *PI*), срок окупаемости (*РВ*) и внутренняя норма доходности (*ВНД*, *IRR*) [49].

Основные показатели эффективности инвестиций проекта представлены в табл. 3.9.

Таблица 3.9

Основные показатели эффективности инвестиций проекта

Показатель	Значение показателя
Дисконтированный чистый поток денежных средств (<i>NPV</i>), р.	249 797
Номинальная годовая ставка сравнения (<i>RD</i>), %	15
Простой срок окупаемости, квартал	11
Дисконтированный срок окупаемости, квартал	11
Индекс доходности (<i>PI</i>), %	157
Внутренняя норма доходности годовая номинальная (<i>IRR</i>), %	32

Динамика показателей инвестиционной эффективности проекта представлены на рис. 3.6.

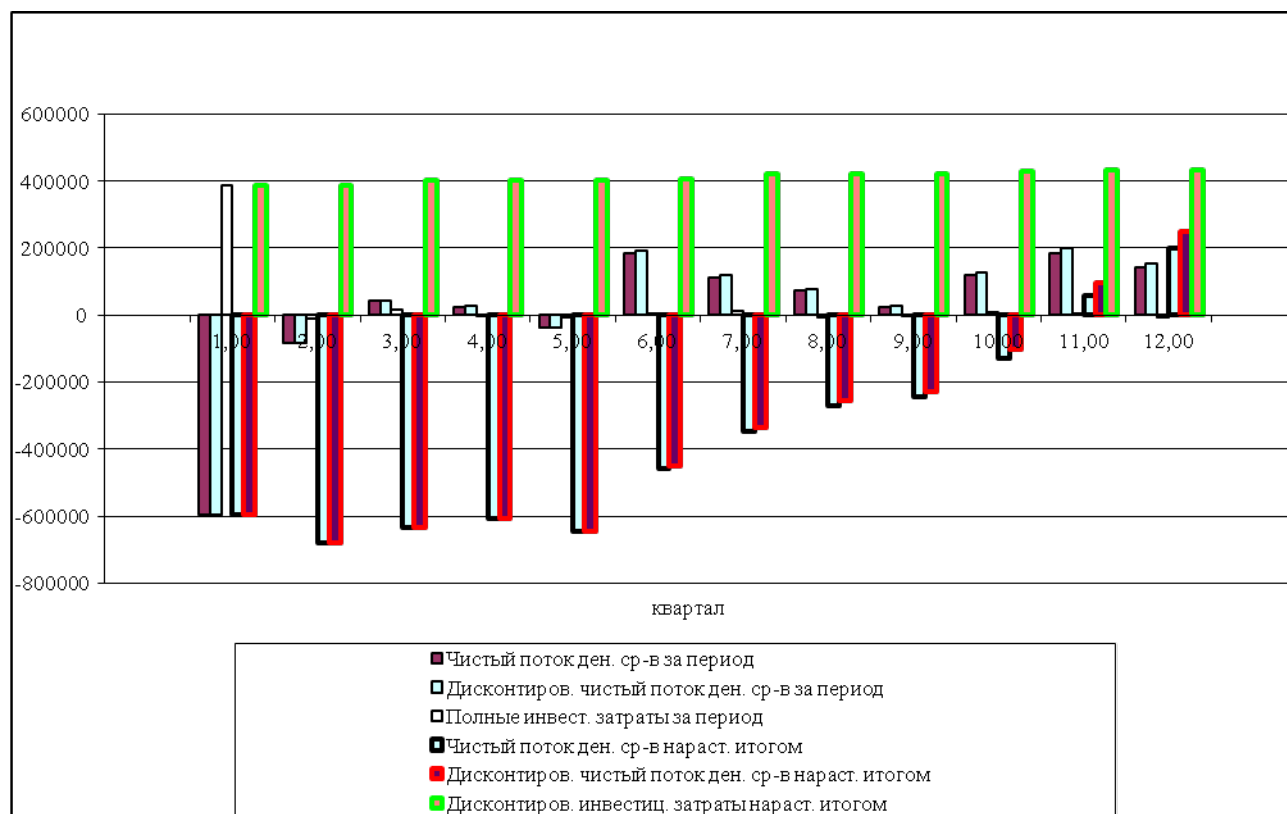


Рис. 3.6. Показатели эффективности проекта, р.

Чистый дисконтированный доход показывает абсолютную величину прибыли, приведенной к началу реализации проекта и должен иметь положительное значение, иначе инвестиционный проект нельзя рассматривать как эффективный. Чем больше ЧДД, тем эффективнее проект, и тем надежнее он защищен от отрицательного влияния факторов риска [30, с. 400]. В нашем случае реализация проекта позволила данному показателю достигнуть значения 249 797 р.

Внутренняя норма доходности характеризует «запас прочности» проекта, выраженный в разнице между ВНД и ставкой дисконтирования (в процентном исчислении) [18]. Создание столовой АО «Труд» позволит через три года достигнуть данному показателю значения 32 %, а ставка дисконта, принятая за базу сравнения 15 %. Таким образом, запас прочности составляет 17 %.

Период окупаемости инвестиций показывает число периодов (лет, кварталов), в течение которых полностью окупятся вложения в проект [30, с. 400]. Соответственно, чем ниже значение данного показателя, тем более быстро окупаемыми окажутся инвестиции. В рамках данной работы срок окупаемости равен 11 кварталам.

Реализация данного проекта позволит в дальнейшем обосновать возможность оказания услуг по предоставлению питания сторонним предприятиям, что

обеспечит реализацию стратегии развития АО «Труд» и позволит укрепить позиции компании на рынке.

Также был произведен анализ чувствительности проекта к изменению основных показателей. Применен сценарий, в котором произошло повышение цен на ингредиенты на 10 %. Основные показатели эффективности проекта при изменении цены представлены в табл. 3.10.

Таблица 3.10

Основные показатели эффективности инвестиций проекта
при изменении цены

Показатель	Значение показателя
Дисконтированный чистый поток денежных средств (<i>NPV</i>), р.	-1 775 217
Номинальная годовая ставка сравнения (<i>RD</i>), %	15
Простой срок окупаемости, квартал	Не достигнут
Дисконтированный срок окупаемости, квартал	Не достигнут
Индекс доходности (<i>PI</i>), %	-277
Внутренняя норма доходности годовая номинальная (<i>IRR</i>), %	н/о

А также была рассмотрена ситуация, в которой произошло повышение цен за единицу продукции на 10 %, что повлекло за собой снижение объемов реализации на 20 %. Основные показатели эффективности проекта при изменении стоимости единицы продукции представлены в табл. 3.11.

Таблица 3.11

Основные показатели эффективности инвестиций проекта
при изменении цен и объемов реализации

Показатель	Значение показателя
Дисконтированный чистый поток денежных средств (<i>NPV</i>), р.	-1 874 119
Номинальная годовая ставка сравнения (<i>RD</i>), %	15
Простой срок окупаемости, квартал	Не достигнут
Дисконтированный срок окупаемости, квартал	Не достигнут
Индекс доходности (<i>PI</i>), %	-309
Внутренняя норма доходности годовая номинальная (<i>IRR</i>), %	н/о

Таким образом, по проведенным расчетам можно сделать следующий вывод: при негативном сценарии развития вероятность достижения цели проекта в рамках предполагаемого бюджета и в указанные сроки можно оценить как низкую и проект с экономической точки зрения можно признать неперспективным. Но так как проект социальной направленности, руководство вряд ли примет стратегию

повышения цен, а также в работе предприятия за последний год наблюдается положительная динамика, идет устойчивый рост портфеля заказов и наращивание объемов производства, что влечет за собой привлечение к труду большего количества персонала. На основании этого можно сделать вывод, что моделируемая ситуация является маловероятной и проект будет приносить прибыль.

Выделим преимущества и недостатки открытия столовой на предприятии (табл. 3.12).

Таблица 3.12

Преимущества и недостатки открытия столовой на предприятии

Качества	Характеристика
Положительные	Контроль за качеством питания
	Доступность точки питания
	Гибкая ценовая политика
	Экономия рабочего времени
Отрицательные	Необходимость создания обособленного подразделения
	Отток ресурсов от основного производства
	Необходимость решения дополнительных задач, постоянный надзор контролирующих органов
	Необходимость постоянного разнообразия ассортимента, для недопущения оттока посетителей

По данным социологических исследований, социальные и психологические факторы влияют на повышение производительности труда гораздо больше, чем технические и организационные факторы. Создание компанией комплекса благоприятных социальных условий повышает производительность труда. Одним из социальных проектов можно назвать открытие производственной столовой. Столовая может послужить как инструмент влияния на мотивацию сотрудников, ведь в дружеской атмосфере могут передаваться корпоративные ценности, и это напрямую будет воздействовать на повышение производительности труда.

Организация программ доступного питания на предприятии оказывает положительное влияние на всех участников этой программы.

Для работников предприятия положительный эффект выражается в следующем:

- качественное питание на производстве благоприятно сказывается на здоровье работника и является важным аспектом программ по снижению производственного травматизма и профилактики различных заболеваний;

– организация питания без отрыва от производственного процесса влечет за собой повышение качества жизни;

– восполнение энергетических затрат организма работника означает рост производительности труда каждого работника, что влечет за собой раскрытие потенциала работника и его профессиональный рост.

Для работодателя положительный эффект будет выражаться в следующем:

– получение работником нормы питания и возможность восполнения энергетических затрат ведет не просто к поддержанию плановых показателей производительности труда, но и к его устойчивому развитию;

– выражение заботы о здоровье коллектива путем предоставления им доступного питания на производстве создает положительный образ социально ответственного работодателя;

– предоставление питания как инструмент социальной политики предприятия, помогает привлекать и удерживать лучшие кадры;

– предоставление питания работникам предприятия положительно сказывается на корпоративном духе и психологическом климате внутри коллектива.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный в учебном пособии анализ социальной ответственности предприятия демонстрирует, что социальная ответственность, с одной точки зрения, является важным компонентом системы управления организацией, а с другой – осуществление реализации государственной политики посредством решения предпринимателем социальных задач.

Также социальная ответственность способствует регулированию отношений между организацией и местным сообществом, что является одним из факторов стабильного развития отношений внутри государства. В настоящее время в мире складываются непростые геополитические и экономические отношения, в которых социальная ответственность предпринимательства перед обществом, и в первую очередь перед своими работниками, является обязательным условием выживания компании и ее конкурентоспособности.

Следование принципам социальной ответственности позволяет усовершенствовать социальную атмосферу внутри компании, укрепить авторитет и нарастить уровень доверия работников к работодателю, увеличить уровень их лояльности к организации и выстроить эффективную систему мотивации персонала.

При реализации социальных программ руководитель решает целый ряд серьезных проблем: привлечение в предприятие высококвалифицированного персонала, сохранение и наращивание трудового потенциала, повышение производительности труда.

Обобщая результаты исследования, следует отметить, что в первой главе представлено развитие взглядов на социальную ответственность и рассмотрены теоретико-методологические аспекты ее исследования. Также показано, что развитие социальной ответственности предпринимательства напрямую является результатом внедрения понятия «социальная ответственность» как нормы поведения современного общества.

В рамках данного учебного пособия нами был проведен финансовый анализ деятельности АО «Труд» за 2014–2015 гг. Анализ был осуществлен с использованием программного продукта «Альтфинансы», а также была проведена оценка социальной ответственности на предприятии.

На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что, несмотря на нестабильную внешнюю среду организации, руководство всеми силами старается не допустить падение основных производственных показателей и обеспечивать устойчивый рост компании. Это выражается в социально-экономическом сотрудничестве с муниципальными образованиями в регионах присутствия предприятия и поддержке местного сообщества. Но одним из главных

факторов, который влияет на изменение производственных показателей, является производительность труда работников, на которое обращают значительное внимание в организации.

Для того чтобы поддерживать мотивацию сотрудников к труду на высоком уровне на предприятии внедряется и финансируется большое количество социальных программ, призванных к сплочению коллектива, укреплению корпоративного духа, что на практике выражается в заинтересованности сотрудников при достижении общей цели предприятия.

Основным из предложений, приведенных в пособии, являлось создание в структуре АО «Труд» производственной столовой как одного из компонентов социальной ответственности на предприятии. Оценка эффективности создаваемой столовой производилась с использованием программного продукта Project Manager 3.15. Произведенный расчет позволил сделать выводы об эффективности проекта и его финансовой устойчивости. Изначальный посыл при расчете данного проекта, был в социальном воздействии на работников предприятия. Реализуемая столовая должна была стать одним из инструментов воздействия руководством предприятия на повышение трудовых показателей, но в конечном итоге становится еще и дополнительным источником прибыли предприятия. Окупаемость вложенных инвестиций происходит благодаря острой потребности работников предприятия в доступном пункте питания и за счет того, что источниками инвестиций выступают собственные средства компании.

В целом социальную деятельность корпорации можно определить как эффективную, но при проведении расчетов нами были выявлены некоторые «узкие места», возникновение которых связано со спецификой деятельности АО «Труд» как предприятия, функционирующего в дорожно-строительной отрасли.

В то же время реализация проекта создаст предпосылки к реализации стратегии развития АО «Труд» и позволит укрепить свои позиции на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ И РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. О долгосрочной государственной экономической политике : указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 596 // Российская газета. – 2012. – 9 мая.
2. ГОСТ Р ИСО 26000–2012. Руководство по социальной ответственности. – М. : Стандартинформ, 2014. – 34 с.
3. ГОСТ Р ИСО 14001–2007. Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению. – М. : Изд-во стандартов, 2007. – 27 с.
4. Профилактика неинфекционных болезней на рабочих местах с помощью рациона питания и физической активности : докл. Всемир. организации здравоохранения. – М. : Вассо, 2008. – 158 с.
5. СП 2.3.6.1079-01. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. – М. : Изд-во стандартов, 2001. – 8 с.
6. Андреева Е.И. Оценка экономической эффективности социальных программ / Е.И. Андреева, А.С. Ковалевская // Бюджет. – 2012. – № 4 (112). – С. 61–65.
7. Аникеева О.П. Модели социальной ответственности бизнеса: мировой опыт и российская практика / О.П. Аникеева, Л.М. Симонова // Вестник Тюменского государственного университета. – 2012. – № 4. – С. 13.
8. Бадюкина Е.А. Формирование корпоративной социальной ответственности. Рост рыночной капитализации компаний / Е.А. Бадюкина, Н.В. Кучерина // Вестник НИЦ СыктГУ. – 2007. – № 13. – С. 22–30.
9. Бакша Н.В. Корпоративная социальная ответственность : учеб. пособие / Н.В. Бакша, А.А. Данилюк. – М. : Тюм. гос. ун-т, 2013. – 274 с.
10. Барангов А.Б. Социальная ответственность предпринимательства: региональный аспект / А.Б. Барангов. – М. : Элиста, 2006. – 104 с.
11. Бизяева М.П. Проблемы становления корпоративной социальной ответственности в России / М.П. Бизяева // Управление персоналом. – 2009. – № 23. – С. 54.
12. Боуэн Г. Социальная ответственность предпринимателя / Г. Боуэн. – М. : Харпер, 1953.
13. Васюхин О.В. Основы ценообразования : учеб. пособие / О.В. Васюхин. – М. ; СПб. : ПбГУ ИТМО, 2010. – 54 с.

14. Грушенко В.И. Разработка организационной структуры управления предприятием в условиях экономического кризиса / В.И. Грушенко, Л.В. Фомиченкова, Т.В. Халдеев // Бизнес, прибыль, право. – 2001. – № 2. – С. 41–48.
15. Данилова Е. КСО как благотворительность – это прошлое / Е. Данилова // Аналитика. – 2008. – № 9. – С. 18–24.
16. Димитриева Н. Четверть века в авангарде дорожного строительства / Н. Димитриева // Областная (спецвып.). – 2013. – № 117. – С. 6.
17. Жулега И.А. Методология анализа финансового состояния предприятия / И.А. Жулега. – СПб. : ГУАП, 2006.
18. Касьяненко Т.Г. Инвестиции : учеб. пособие / Т.Г. Касьяненко. – М. : Эксмо, 2009. – 240 с.
19. Карлик А.Е. Реструктуризация в стратегии развития промышленных предприятий / А.Е. Карлик, Е.А. Гришпун // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 6. – С. 53.
20. Кибанова А.Я. Управление персоналом : энцикл. слов. / А.Я. Кибанова. – М. : Инфра-М, 1998. – 284 с.
21. Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. – 2-е изд. – М. : Дашков и К°, 2008. – 216 с.
22. Коротков Э.М. Корпоративная социальная ответственность : учеб. для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов и др. ; под ред. Э.М. Короткова. – М. : Юрайт, 2012. – 445 с.
23. Крылов Э.И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия / Э.И. Крылов [и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 191 с.
24. Ляховецкая Е.Р. Социально ответственный бизнес: за и против / Е.Р. Ляховецкая // Консультант. – 2014. – № 13. – С. 12.
25. Малинин Е.Д. Социальная ответственность предпринимателей и экономические реформы в России / Е.Д. Малинин // ЭКО. – 2000. – № 10. – С. 177–187.
26. Ненашев Н. Как оценивать эффективность корпоративных социальных программ / Н. Ненашев // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2008. – № 10. – С. 74.
27. Новичков А.В. Тенденции в области социальной ответственности корпораций / А.В. Новичков, А.А. Сарафанников // Экономика, государство и общество в XXI веке : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – М. : РГТЭУ, 2011. – 12 с.
28. Погосова Е.Ю. Гигиена питания / Е.Ю. Погосова // Санэпидконтроль. Охрана труда. – 2012. – № 1. – С. 10.

29. Семененко И.С. Корпоративное гражданство: западные модели и перспективы для России / И.С. Семененко // Политические исследования. – 2006. – № 2. – С. 59.
30. Сергеев И.В. Организация и финансирование инвестиций / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова, В.В. Яновский. – М. : Финансы и статистика, 2003.
31. Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учеб. для бакалавров / Г.Л. Тульчинский. – М. : Юрайт, 2014. – 164 с.
32. Чернявская Е.П. Социальная ответственность предпринимательства и ее влияния на производительность труда : дис. ... магистра экономики / Е.П. Чернявская ; БГУ. – Иркутск, 2016 – 143 с.
33. Юргенс И.Ю. Российский союз промышленников и предпринимателей. Точка зрения. Не своя игра / И.Ю. Юргенс // Профиль. – 2012. – № 7. – С. 755.
34. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model / A.B. Carroll // The Academy of Management Review. – 2005. – P. 500.
35. Carroll A. Corporate Social Responsibility: Evolution of Definitional Construct / A.B. Carroll // Business and Society. – 1999. – № 3. – P. 38.
36. Collins J.C. Built to last: successful habits of visionary companies / J.C. Collins, J.I. Porras. – 3rd ed. – L. : Random House Business Books, 2000. – P. 12.
37. Davenport K. Executive Summary Phrase II: Measuring the Business Value of Corporate Citizenship / K. Davenport, A. Carroll. – Inc. Washington, DC. 1999. – P. 23.
38. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – P. 66.
39. Towers Watson and Willis [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.towerswatson.com>.
40. Weiser J. Conversations with Disbelievers: Persuading Companies to Address Social Challenges Information [Electronic resource] / J. Weiser, S. Zadek. – Mode of access : <https://www.walkerinfo.com>.
41. Promoting a European framework for corporate social responsibility. Green Paper. European Commission, Directorate-General for Employment and Social Affairs Unit EMPL / D. 1, 2001. P. 42.
42. The Forum for Sustainable and Responsible Investment [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.ussif.org>.
43. The conference board. Trusted insights for business worldwide [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.conference-board.org>.

44. Анущенко К.А. Финансово-экономический анализ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / К.А. Анущенко, В.Ю. Анущенко. – М. : Дашков и К°, 2009. – 406 с. – Режим доступа : <http://institutiones.com/download/books.html>.
45. Бош Т. Социальная ответственность бизнеса и прибыль предприятия [Электронный ресурс] / Т. Бош. – Режим доступа : <http://un.by/pdf/%D2.Boshprofit.pdf>.
46. Братющенко С.В. Социальная ответственность предпринимательства (обзор концепций) [Электронный ресурс] / С.В. Братющенко. – М. : ИЭОПП СО РАН, 2005. – С. 166–178. – Режим доступа : http://nesch.ieie.nsc.ru/wrk/Soc_otvets.htm.
47. Войтоловский Н.В. Комплексный экономический анализ коммерческих организаций [Электронный ресурс] : учебник / Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина. – СПб. : СПбГУЭФ, 2010. – 264 с. – Режим доступа : <http://institutiones.com/download/books.html>.
48. Вышегородский Д.В. Корпоративная социальная ответственность: перспективы развития [Электронный ресурс] / Д.В. Вышегородский // Уральский рынок металлов. – 2004. – № 7. – С. 15. – Режим доступа : <http://www.urm.ru/ru/75-journal103-article1249>.
49. Ивашковская И.В. Корпоративные финансы [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И.В. Ивашковская. – М. : ГУ ВШЭ, 2007. – 334 с. – Режим доступа : <http://institutiones.com/download/books.html>.
50. Куринько Р. Что такое социальная ответственность бизнеса [Электронный ресурс] / Р. Куринько // Международный деловой журнал «Sustainable Business». – 2014. – С. 48. – Режим доступа : <http://csrjournal.com>.
51. Юркова Т.И. Экономика предприятий [Электронный ресурс] : учебник / Т.И. Юркова, С.В. Юрков. – 2006. – С. 54–82. – Режим доступа : <http://www.aup.ru/books/m88>.
52. Методические указания к выполнению, оформлению и защите магистерской диссертации.
53. Методические указания по работе с программным продуктом «Альтфинансы».
54. Методические указания по работе с программным продуктом Project Manager.
55. Бухгалтерская отчетность АО «Труд» за 2014–2015 гг.
56. Положение АО «Труд» «Об оплате труда и премировании персонала».
57. Положение АО «Труд» «О вахтовом поселке».

58. Стандарт предприятия СТП 6.3.0-07-2014 «Организация контроля условий проживания, питания работников филиала и состояния бытовых условий на филиалах».

59. Управленческая отчетность АО «Труд» (БДДС, БДР) за 2014–2015 гг.

60. Байкальский студенческий строительный отряд. – Режим доступа : <http://www.baikalsso.ru>.

61. Группа компаний «Труд». – Режим доступа : <http://www.gktrud.ru>.

62. Единая информационная система в сфере закупок. – Режим доступа : <http://zakupki.gov.ru>.

63. Ирkipедия – портал Иркутской области. – Режим доступа : http://irkipedia.ru/content/оао_trud.

64. Росавтодор. – Режим доступа : <http://www.rosavtodor.ru>.

65. Русский регистр. – Режим доступа : <https://www.rusregister.ru>.

66. Центральный банк. – Режим доступа : <https://www.cbr.ru>.

Учебное издание

**НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ
И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Учебное пособие

Составители

Рыков Виктор Михайлович

Чернявская Екатерина Петровна

Издается в авторской редакции

ИД № 06318 от 26.11.01.

Подписано к пользованию 19.01.17.

Издательство Байкальского государственного университета.

664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.

<http://bgu.ru>.