

ЭКОНОМИКА АПК



УДК 339.13:36(571.15)

Ю.А. Бугай, М.Л. Акишина, А.А. Фанненштиль
Yu.A. Bugay, M.L. Akishina, A.A. Fannenshtiel

УРОВЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

THE LEVEL OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF RURAL BUSINESS AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

Ключевые слова: сельский бизнес, сельские территории, сельское развитие, социальная ответственность, уровни социальной ответственности.

Обозначены социально-экономические и геополитические задачи общества. Изложены особенности занятости сельского населения в условиях постиндустриального развития общества. Приведено доказательство, что сельская экономика перестала быть преимущественно аграрной. Сформулировано понятие «сельский бизнес». Определены его особенности. Изложена сущность и виды корпоративной социальной ответственности. Определены следующие уровни корпоративной социальной ответственности: обязательный, начальный, продвинутый. Приведены результаты исследования уровня корпоративной социальной ответственности сельского бизнеса. Исследования проводились в 2014 г. на основе анкетирования руководителей бизнес-структур, расположенных в глубинных сельских населенных пунктах Алтайского края (расстояние до ближайшего города или крупного районного центра более 100 км). Приведены доказательства того, что все исследуемые организации имеют внутреннюю и внешнюю корпоративную социальную ответственность. Внутренняя корпоративная социальная ответственность имеет обязательный и начальный уровни. Внешняя корпоративная социальная ответственность характеризуется продвинутым уровнем. Мероприятия, составляющие внешнюю корпоративную социальную ответственность, во многом зависят от вида экономической деятельности организации. Показана тесная взаимосвязь инфраструктуры аграрного бизнеса с общей инфраструктурой села. Это объясняет то, что руководители сельскохозяйственных организаций участвуют в уборке и ремонте дорог муниципалитета, проводят мероприятия по поддержке в нормальном состоянии и уборке

прилегающих территорий, находящихся в собственности муниципалитета. Показано, что, оказывая спонсорскую помощь на проведение социокультурных, культурно-массовых мероприятий в селе, участвуя в решении ряда задач, стоящих перед муниципалитетом, сельский бизнес вносит значительный вклад в повышение качества жизни и привлекательности проживания в селе.

Keywords: rural business, rural territories, rural development, social responsibility, levels of social responsibility.

Social and economic and geopolitical tasks of society are designated. Features of employment of country people in the conditions of post-industrial development of society are stated. The proof is provided that the rural economy stopped being the mainly agrarian. The concept "rural business" is formulated. Its features are defined. The essence and types of corporate social responsibility is stated. The following levels of corporate social responsibility are determined: obligatory, initial, advanced. Results of research of level of corporate social responsibility of rural business are given. Researches were conducted by authors in 2014 on the basis of questioning of heads business of the structures located in deep rural settlements of Altai Region (distance to the next city or the large regional center more than 100 km). Are provided proofs of that all studied organizations have internal and external corporate social responsibility. Internal corporate social responsibility has obligatory and initial levels. External corporate social responsibility is characterized by the advanced level. The actions making external corporate social responsibility in many respects depend on a type of economic activity of the organization. The close interrelation of infrastructure of agrarian business with infrastructure of the village in general is shown. It explains that only heads of the agricultural

organizations participate in cleaning and repair of roads of municipality, and hold events for support in a normal state and cleaning of the adjacent territories which are in property of municipality. It is shown that giving sponsor help on carrying out sociocultur-

al, cultural events in the village, participating in the solution of a number of the tasks facing municipality, rural business makes the significant contribution to improvement of quality of life and appeal of residence in the village.

Бугай Юрий Александрович, к.э.н., доцент, зав. каф. планирования и прогнозирования бизнес-процессов, Алтайский государственный аграрный университет. E-mail: yrbugai@mail.ru.

Акишина Марина Леонидовна, к.э.н., доцент, каф. государственного, муниципального и корпоративного управления, Алтайский государственный аграрный университет. E-mail: akishinamar@list.ru.

Фанненштиль Анна Александровна, к.э.н., доцент, зав. каф. государственного, муниципального и корпоративного управления, Алтайский государственный аграрный университет. E-mail: fannenstiel@list.ru.

Bugay Yuriy Aleksandrovich, Cand. Econ. Sci., Assoc. Prof., Chair of Business Processes Planning and Forecasting, Altai State Agricultural University. E-mail: yrbugai@mail.ru.

Akishina Marina Leonidovna, Cand. Econ. Sci., Assoc. Prof., Chair of State, Municipal and Corporate Government, Altai State Agricultural University. E-mail: akishinamar@list.ru.

Fannenstiel Anna Aleksandrovna, Cand. Econ. Sci., Assoc. Prof., Head, Chair of State, Municipal and Corporate Government, Altai State Agricultural University. E-mail: fannenstiel@list.ru.

Введение

Развитие сельских территорий является одним из важнейших стратегических направлений деятельности государства, в котором равное значение имеют как социально-экономические, так и геополитические задачи. Социально-экономические интересы государства заключаются в повышении уровня жизни сельского населения, его эффективной занятости и обеспечения, как минимум, простого демографического воспроизводства. Геополитические задачи состоят в недопущении чрезмерного оттока населения из сельской местности, ее обезлюдивания, особенно в приграничных территориях, что позволяет осуществить необходимый приток за имеющейся территорией проживающим на ней населением. И та, и другая задача требуют равномерного размещения рабочих мест по всей территории страны. На разных этапах развития страны это решалось разными методами – от прямого принуждения, когда сельским жителям не выдавались паспорта, до применения экономических стимулов проживания в сельских поселениях [1].

Целью исследования является определение уровня социальной ответственности сельского бизнеса.

Задачи исследования:

- 1) сформулировать понятие «сельский бизнес» и определить его особенности;
- 2) дать характеристику видов корпоративной социальной ответственности;
- 3) определить уровни корпоративной социальной ответственности и дать им характеристику;
- 4) провести анализ корпоративной социальной ответственности сельского бизнеса в Алтайском крае по видам и уровням;
- 5) определить влияние уровня корпоративной социальной ответственности сельского бизнеса на развитие сельских территорий.

Объектом исследования выступает корпоративная социальная ответственность сельского бизнеса.

Методы исследования – абстрактно-логический, экспериментальный, анализа, синтеза.

Результаты исследования

В индустриальную эпоху традиционно было четкое отраслевое структурирование рабочих мест в зависимости от вида поселений. Так, жители села автоматически приравнивались к работникам сельскохозяйственного производства. Достаточно часто в качестве места проживания указывалось не название поселения, а название колхоза или совхоза. Низкий уровень механизации и применяемых технологий, регулируемые государством объемы производства, борьба с тунейдством способствовали привлечению к работе в сельскохозяйственных организациях подавляющее количества имеющихся трудовых ресурсов села, а в периоды напряженных полевых работ – подростков, пенсионеров, а также иных лиц, не являющихся жителями данного поселения (студенты, военнослужащие, городские служащие).

Рост производительности труда, интенсификация сельскохозяйственного производства, произошедшие в результате внедрения современных техники и технологий, привели к возможности обеспечения страны продовольствием с привлечением меньшего количества живого труда. В условиях постиндустриального развития общества, свободы выбора населением как в целом видов деятельности (трудовой, нетрудовой), так и конкретных видов экономической деятельности, масштабы занятости сельского населения ограничиваются потребностями производства. Однако это не означает, что село потеряло свою функцию как место проживания. Сельская местность, как и городская, – это не

только место жительства, но и территория размещения экономических объектов, поэтому она должна стать как привлекательным местом жительства, так и привлекательным местом для размещения новых видов экономической деятельности.

Сегодня на законодательном уровне понятие «сельский бизнес» и «аграрный бизнес» являются тождественными. Например, в федеральной целевой программе «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года» под сельскими территориями (сельской местностью) понимаются: «...сельские поселения или сельские поселения и межселенные территории, объединенные общей территорией в границах муниципального района, а также сельские населенные пункты и рабочие поселки, входящие в состав городских округов (за исключением городских округов, на территории которых находятся административные центры субъектов Российской Федерации) и городских поселений, на территории которых преобладает деятельность, связанная с производством и переработкой сельскохозяйственной продукции». В этом документе также отмечено, что «наращивание социально-экономического потенциала сельских территорий, придание этому процессу устойчивости и необратимости является стратегической задачей государственной аграрной политики...» [2].

На наш взгляд, сельский бизнес не равен сельскохозяйственному (аграрному) бизнесу. Произошедшие в последнюю четверть века структурные сдвиги в экономике села свидетельствуют о том, что прекратилось доминирование аграрной направленности сельского бизнеса. Наиболее ярко это прослеживается в аграрных регионах страны, к числу которых относится Алтайский край.

Проведенный нами анализ показал, что в 2012 г. численность экономически активного (ЭАН) сельского населения Алтайского края в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) составила 698,3 тыс. чел. В то же время среднегодовая численность работников крупных и средних сельскохозяйственных организаций Алтайского края оказалась равной 66,7 тыс. чел., т.е. менее 10% от ЭАН [3].

Таким образом, под сельским бизнесом мы предлагаем понимать любой вид предпринимательской деятельности, организованной в сельской местности, вне зависимости от вида экономической деятельности и юридического адреса организации.

Независимо от того, что интересы бизнеса направлены на получение прибыли и обеспечение рентабельного и конкурентоспособного производства, сельский бизнес, в отличие от городского, имеет ряд особенностей. Данные

особенности были нами определены и сгруппированы по следующим направлениям.

Во-первых, отсутствие городской анонимности общения и большая зависимость эффективности ведения бизнеса от включения предпринимателей в социокультурную сферу села, отличающуюся особым самобытным образом жизни. Здесь принято отпускать продукцию в долг, «приходить на выручку» односельчанам, оказавшимся в сложных жизненных ситуациях, ставя на первый план не экономическую выгоду, а моральные ценности.

Во-вторых, повышенная ответственность за качество производимой продукции (услуг). Предоставление некачественной продукции или услуг в селе более жестко наказывается потребителями, чем в городе, в силу их ограниченного числа и тесного общения.

В-третьих, низкий уровень развития социально-инженерной инфраструктуры села и, прежде всего, дорог. Для любого вида экономической деятельности необходимо наличие нормальных систем водоснабжения, водоотведения, тепло- и энергоснабжения как для производственных, так и для бытовых целей. Кроме этого любой вид бизнеса требует постоянного общения с различными экономическими субъектами и государственными органами, находящимися в территориальной отдаленности от места размещения бизнеса. Здесь прослеживается более тесная связь инфраструктуры бизнеса с общей инфраструктурой сельских территорий, чем в городских поселениях.

В-четвертых, достаточно высокий уровень патернализма в социально-трудовых отношениях. Сельскому предпринимателю, особенно если он является жителем села, где размещен его бизнес, приходится заниматься решением большого спектра внепроизводственных проблем своих работников, а в отдельных случаях – и односельчан.

В-пятых, ведение производства с минимальным негативным воздействием на окружающую среду и общество. Особенно часто это наблюдается, когда место работы и жительства бизнесмена и его семьи совпадают.

Вышеизложенное свидетельствует о том, что успешное решение задач по развитию сельских территорий и эффективной предпринимательской деятельности во многом зависит от уровня социальной ответственности сельского бизнеса.

Термин социальной ответственности нашел широкое распространение в начале 1970-х годов, хотя организации и правительства предпринимали действия относительно различных аспектов социальной ответственности еще в конце XIX в., а в некоторых случаях и ранее [4].

В соответствии с национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000 – 2012 «Руководство по социальной ответственности», разработанным на основе одноименного международного стандарта, «социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение» [5].

Анализируя мнения ученых, занимающихся вопросами корпоративной социальной ответственности (КСО) (Э.М. Короткова, Н.В. Бакша, А.А. Данилюк), мы определили, что существуют следующие ее виды:

- по отношению к организации:

а) внутренняя, включает: меры социальной защиты работников организации; развитие человеческого капитала организации; выявление и учет интересов работников организации при принятии важных управленческих решений; социально ответственная реструктуризация;

б) внешняя, предполагает: содействие охране окружающей среды; взаимодействие с местным сообществом и местной властью; спонсорство и корпоративная благотворительность;

- по содержанию:

а) экономическая – обязанность организации на рынке как производителя товаров и услуг удовлетворять какие-либо потребности потребителей и, таким образом, извлекать свою прибыль;

б) правовая – законопослушность бизнеса в условиях рыночной экономики, соответствие деятельности компании тем ожиданиям общества, которые зафиксированы в правовых нормах;

в) этическая – соответствие тем ожиданиям общества, которые не оговорены в правовых нормах, но основаны на существующих нормах морали;

г) филантропическая – благотворительные действия, направленные на оказание помощи нуждающимся, в том числе при реализации социальных программ [6].

Соблюдение законодательства является фундаментальной основой любой организации и неотъемлемой частью ее социальной ответственности. Организации в разной степени и масштабах реализуют основные направления КСО в силу ряда объективных и субъективных причин. В этой связи для раскрытия особенностей разных видов корпоративной социальной ответственности нами сформулированы следующие ее уровни:

- обязательный – осуществление деятельности организации в области социально-трудовых отношений в полном соответствии с требованиями законодательства;

- начальный – реализация добровольных инициатив (сверх законодательства), направленных на решение социально-экономических проблем, улучшение экологической обстановки, повышение качества продукции, продвижения инноваций и т.д.;

- продвинутой – активные действия компании, направленные на продвижение принципов КСО в деловом сообществе, в том числе среди деловых партнеров, поставщиков, профессиональных сообществ, коллег по бизнесу. В результате организация становится провайдером идей социальной ответственности, формируя благоприятную среду для дальнейших коллективных действий по достижению позитивных перемен.

Для определения уровня КСО в 2014 г. авторским коллективом было проведено анкетирование руководителей бизнес-структур, расположенных в глубинных сельских населенных пунктах Алтайского края (расстояние до ближайшего города или крупного районного центра более 100 км). По видам экономической деятельности респонденты распределились следующим образом: сельское хозяйство – 85%, торговля – 15%.

Практически во всех организациях реализуется обязательный уровень внутренней КСО, что обусловлено необходимостью выполнения требований законодательства. Во всех исследуемых организациях проводятся мероприятия, характеризующие начальный уровень КСО. Так, треть респондентов указала, что ими осуществляется: оказание материальной помощи работникам в целом и при уходе в очередной оплачиваемый отпуск; продажа собственной продукции работникам по льготным ценам. 43% респондентов отметили организацию повышения квалификации работников, проведение конкурсов профессионального мастерства и организацию льготного питания сотрудников. Две трети респондентов оказывают работникам транспортные услуги. Более 70% респондентов оплачивают услуги мобильной связи и проводят профессиональные праздники. 85% респондентов организуют доставку работников к рабочим местам.

Одной из особенностей организации аграрного бизнеса является большая территориальная рассредоточенность производственных объектов. Это как раз подтверждается тем, что только сельскохозяйственные товаропроизводители организуют доставку работников к рабочим местам, оказывают работникам транспортные услуги и организуют обычное и (или) льготное питание сотрудников. Представители сферы торговли отличались большим вниманием к здоровью своих работников и сплоченности коллектива, а также заботой о бывших работниках. Только ими отмечено проведение лечебно-про-

филактических и оздоровительных мероприятий; проведение других корпоративных мероприятий; поддержка ветеранов; выходное пособие пенсионерам.

Полноценное социально-экономическое развитие организаций обеспечивается их деятельностью, включая: уплату налогов в полном объеме; установление экономически обоснованного уровня заработной платы; дополнительное пенсионное обеспечение работников; вложение средств в профессиональное развитие персонала и охрану труда; формирование собственной социальной инфраструктуры; социальное инвестирование; добровольное занятие благотворительностью [7].

Современное производство требует от организаций проведения мероприятий направленных на *содействие охране окружающей среде*. На обязательном уровне это сводится к соблюдению требований по сохранению экологии в месте присутствия организации с целью избежания наказания за загрязнение окружающей среды. Начальный уровень предполагает выпуск экологически чистой продукции в совокупности с мероприятиями по ресурсосбережению энергии, воды, трудновозобновляемых ресурсов. На продвинутом уровне к вышеизложенному добавляется участие организации в восстановлении природных местообитаний и различных функций и услуг, предоставляемых экосистемами. Опрошенные нами респонденты указали на реализацию мероприятий, относящихся к внешней КСО.

Отмеченная нами особенность сельского бизнеса, заключающаяся в тесной связи инфраструктуры бизнеса с общей инфраструктурой села, полностью нашла практическое подтверждение. Так, все опрошенные нами руководители сельскохозяйственных органи-

заций отметили, что участвуют в уборке и ремонте дорог муниципалитета, а 90% респондентов указали на проведение мероприятий по поддержке в нормальном состоянии и уборке прилегающих территорий, находящихся в собственности муниципалитета. Проведение указанных мероприятий торговыми организациями не отмечено.

Более 70% респондентов в той или иной степени занимаются благотворительностью (рис.).

Почти 30% руководителей сельскохозяйственных организаций оказывают все виды отмеченной выше спонсорской помощи. Оказание спонсорской помощи на развитие социально-инженерной инфраструктуры села торговыми организациями не осуществляется.

Заключение

Проведенные нами исследования доказывают, что современный бизнес постепенно становится социально ответственным. Для его успешного ведения предприниматели на обязательном уровне социальной ответственности выполняют требования законодательства, затрачивая денежные средства на обеспечение работников спецодеждой и спецобувью, создание безопасных условий труда, включая проведение мероприятий по предупреждению опасных и вредных производственных факторов, выплачивают заработную плату в размерах не ниже установленной региональным соглашением величины. Кроме этого они финансируют мероприятия по улучшению социально-бытовых условий труда, улучшению социально-психологического климата в коллективе, поддержке здоровья и повышению профессионального уровня своих работников, что говорит о начальном уровне ответственности сельского бизнеса.

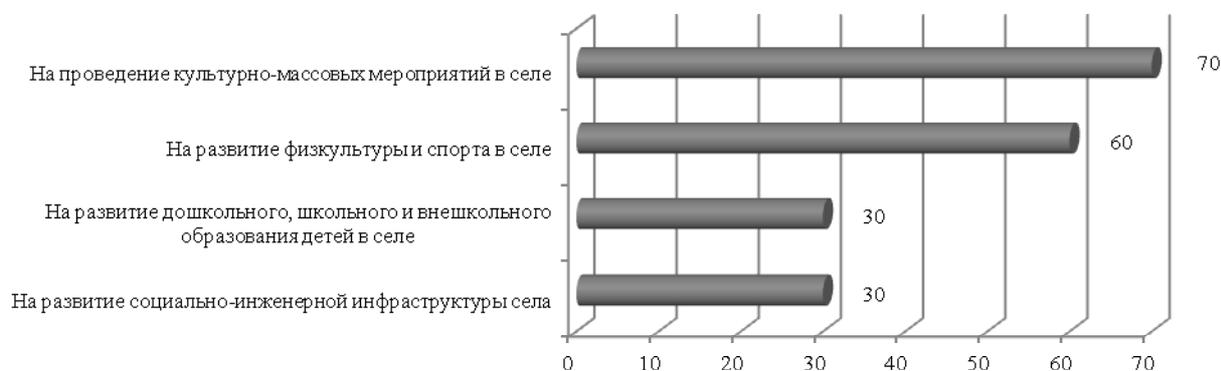


Рис. Доля респондентов, оказывающих спонсорскую помощь по ее видам, % к числу опрошенных

Активное включение сельских предпринимателей в социокультурную сферу села и большая зависимость бизнеса от его социально-инженерной инфраструктуры оказывают влияние на формирование продвинутого уровня социальной ответственности сельского бизнеса. Оказывая спонсорскую помощь на развитие физкультуры и спорта, образование детей, проведение культурно-массовых мероприятий в селе, участвуя в финансировании мероприятий по поддержке в нормальном состоянии дорог и прилегающих к объектам бизнеса территорий, находящихся в собственности муниципалитета, сельский бизнес вносит значительный вклад в повышение качества жизни и привлекательности проживания на селе.

Библиографический список

1. Фанненштиль А.А., Акишина М.Л. Занятость населения в условиях территориальной модели сельского развития // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2012. – № 12 (98). – С. 112-117.
2. Федеральная целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года»: утверждена постановлением Правительства РФ от 15 июля 2013 года № 598 // Сайт компании «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document>.
3. Акишина М.Л., Фанненштиль А.А., Лейбгам Е.Ю., Назаркина Ю.Н., Пенчева С.Н. Совершенствование механизма формирования баланса трудовых ресурсов в сельской местности (на примере Алтайского края): монография. – Барнаул: РИО АГАУ, 2014. – 183 с.
4. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. – М.: Дашков и К, 2008. – 215 с.
5. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000 – 2012 «Руководство по социальной ответственности». – Режим доступа: <https://standartgost.ru>.
6. Бакша Н.В., Данилюк А.А. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие. – Тюмень: Изд-во Тюменского государственного ун-та, 2012. – 292 с.

7. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров / Э.М. Коротков, О.Н. Александрова, С.А. Антонов и др.; под ред. Э.М. Короткова. – М.: Юрайт, 2014. – 445 с.

References

1. Fannenshtil' A.A., Akishina M.L. Zanyatost' naseleniya v usloviyakh territorial'-noi modeli sel'skogo razvitiya // Vestnik Altaiskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2012. – № 12 (98). – S. 112-117.
2. Federal'naya tselevaya programma «Ustoichivoe razvitie sel'skikh territorii na 2014-2017 gody i na period do 2020 goda»: utverzhdena postanovleniem Pravitel'stva RF ot 15 iyulya 2013 goda № 598 // Sait kompanii «Konsult'antPlyus». – Rezhim dos-tupa: <http://www.consultant.ru/document>.
3. Akishina M.L., Fannenshtil' A.A., Leibgam E.Yu., Nazarkina Yu.N., Penche-va S.N. Sovershenstvovanie mekhanizma for-mirovaniya balansa trudovykh resursov v sel'skoi mestnosti (na primere Altaiskogo kraja): monografiya. – Barnaul: RIO AGAU, 2014. – 183 s.
4. Krichevskii N.A., Goncharov S.F. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost'. – M.: Dashkov i K, 2008. – 215 s
5. Natsional'nyi standart Rossiiskoi Federatsii GOST R ISO 26000 – 2012 «Rukovodstvo po sotsial'noi otvetstvennosti». – Rezhim dostupa: <https://standartgost.ru>.
6. Baksha N.V., Danilyuk A.A. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': uchebnoe posobie. – Tyumen': Izd-vo Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta, 2012. – 292 s.
7. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': uchebnik dlya bakalavrov / E.M. Korotkov, O.N. Aleksandrova, S.A. Antonov i dr.; pod red. E.M. Korotkova. – M.: Yurait, 2014. – 445 s.

Статья подготовлена по итогам научно-исследовательской работы, выполненной по заказу Минсельхоза России за счет средств Федерального бюджета, по теме «Анализ практики участия агробизнеса в социальном развитии села и разработка предложений по повышению социальной ответственности бизнеса в регионе (на примере Алтайского края)».

