

УДК 331.1

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА СРЕДНЕГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ТЦ «ГРИНВИЧ» г. КЕМЕРОВО

Д. Здесенкова, ученица, 11 класс

Научный руководитель: Т.В. Раенко, учитель обществознания
МБОУ «Гимназия №21» г. Кемерово

В развитых странах понятие социальной ответственности бизнеса давно и прочно вошло в научный и общественно-политический оборот. До сих пор в российском обществе, несмотря на имеющиеся в его распоряжении ресурсы, бизнес остается часто «немым». Его социальная деятельность только начинает становиться объектом серьезного научного анализа.

Объект исследования – социальные отношения между государством, обществом и предприятиями среднего бизнеса, складывающиеся в процессе социально-экономического развития.

Предмет исследования роль среднего бизнеса в социальном развитии общества и механизмов формирования их социальной ответственности как составляющей социальной политики

Цель исследовательской работы: выявление роли предприятий среднего бизнеса в социальном развитии общества на примере ТРЦ «Гринвич»

Задачи

1. Определить понятие социальной политики среднего бизнеса и ее составляющих
2. Условия формирования социальной политики среднего бизнеса как социальных отношений между государством, обществом и бизнесом
3. Изучить направления социальной политики среднего бизнеса на примере ТРЦ «Гринвич»
4. Определить условия результативности социальной политики среднего бизнеса на примере ТРЦ «Гринвич»

Теоретической и методологической основой работы послужили системный подход к исследуемому объекту и предмету; ключевые положения трудов отечественных и зарубежных ученых, посвященных теории социального развития; концептуальные подходы законодательных актов РФ, средств массовой информации.

В качестве фактологической и статистической базы использовались материалы формирования социальной политики среднего бизнеса на примере ТРЦ «Гринвич» г. Кемерово. ТРЦ «Гринвич»-предприятие в составе холдинга ООО «Гостиный двор». В холдинг также входят и другие предприятия, такие как ООО «Кволити», ООО «Новые Зори», ООО «Селяна», ООО «Пышка» .

Сегодня социальную политику бизнеса чаще понимают и определяют как социальную ответственность или социальное предпринимательство. Но под этими терминами понимают и благотворительность, и меценатство, и корпоративную социальную ответственность, и спонсорство, и филантропию и т.д. В совокупности

это влияние бизнеса на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес - решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют.

Эффективность социальных программ можно оценивать в трех аспектах[4]: 1) по совокупности количественных и качественных показателей; 2) по соотношению затрат, результатов и долгосрочного воздействия результатов социальных программ; 3) по возможности применения способов достижения эффективности деятельности организации в результате реализации корпоративных социальных программ. Все направления социальных программ должны оцениваться по совокупности количественных и качественных показателей, которые приведены в таблице 1.

Таблица 1. Показатели эффективности программ социального предпринимательства

№ п/п \ж	Направление соцпрограмм организации	Показатели эффективности социальных программ в рамках данного направления
1.	Развитие персонала	- количество руководителей и специалистов, сотрудников прошедших переподготовку/обучение, - объем средств, выделенных на обучение и переподготовку персонала, - средний уровень заработной платы персонала, - количество, прошедших - объем средств, выделенных на предоставление соцпакета и премии - количество часов обучение в расчете на одного сотрудника
2.	Охрана здоровья и безопасные условия труда	- количество сотрудников, получивших путевки в дома отдыха, санатории - объем средств, выделенных организацией на охрану труда и технику безопасности, - объем средств, на поддержание санитарно-гигиенических и эргономических условий - объем средств, выделенных организацией на поддержку материнства и детства
3.	Природоохранная и ресурсосбережение	- количество проведенных акций по озеленению, субботников и аналогичных мер, - объем средств, на организацию экологически безопасного производства.
4.	Развитие местного сообщества	- объем средств, выделенных организацией на участие в благотворительных акциях, - объем средств, выделенных на проведение программ и акций поддержки социально незащищенных слоев населения, - объем средств, выделенных организацией на спонсирование местных культурных, образовательных и спортивных объектов и мероприятий, - количество людей, получивших в той или иной форме помощь от организации, - объем средств, выделенных организацией на поддержку детства и юношества, - объем средств, выделенных на поддержку социально значимых исследований
5.	Добросовестная деловая практика	- объем средств, выделенных организацией на публикацию информации (корпоративный сайт, информационные брошюры и т.п.), - объем средств, выделенных организацией на проведение программ сотрудничества - объем средств, выделенных организацией на обучение поставщиков, бизнес-партнеров и прочих заинтересованных в деятельности организации сторон.

Затраты организации на социальные программы включают: финансовые ресурсы; временные ресурсы; материальные ресурсы (оборудование, телефоны, Интернет и т.п.); добровольческий труд и пожертвования работников организации.

К результатам, полученным в ходе реализации социальных программ, относятся: привлеченные дополнительные ресурсы (бюджетные средства, частные пожертвования, ресурсы партнеров); конкретные позитивные результаты в решении актуальных социальных задач; выгоды, полученные для развития бизнеса. Эффективная социальная программа не тратит, а приносит прибыль организации за счет привлечения и удержания лучших специалистов.

Оценка экономической эффективности социальных программ необходима и для определения последствий для бюджета от реализации программы, обоснования необходимых объемов бюджетных средств и других ресурсов, для сравнения альтернативных программ и мероприятий, наконец, для обоснования внесения изменений в ранее принятые и реализуемые программы в части их финансового обеспечения. [2]

Результатом реализации любых программ, в том числе и социально ориентированных, всегда является создание новой стоимости. Решение о финансировании любой программы означает, что общество оценивает ее результаты выше, чем затрачиваемые ресурсы. [3] Методика оценки предполагает работу в основном с социально-экономической стоимостью. Социально-экономическая стоимость - это часть социального результата, которая может быть измерена в стоимостном выражении. Поскольку социально-экономические результаты измеряются в тех же стоимостных показателях, что и затраты на реализацию программы, социально-экономическая эффективность социальных программ может быть измерена с помощью тех же принципов, которые применяются для оценки эффективности инвестиционных проектов. [1]

ТРЦ «Гринвич» находится в микрорайоне ФПК Заводского района г Кемерово С 2007Г. Комплекс представляет собой единую площадку для компаний, предлагающие услуги довольно высокого качества для группы покупателей у которых уровень дохода «средний+». Операторы торговли подбираются таким образом, чтобы полностью удовлетворить все потребности и возможности для всех посетителей. Инфраструктура комплекса достаточно развита, полностью соответствуя всем запросам покупателей. Кинозалы, общественные места для отдыха и т.п. – все это соответствует представлению комфорта в современном комплексе. Средний показатель проходимости ТРК «ГРИНВИЧ»: будние дни-11500 человек в день, выходные-15000 человек в день.

В сфере внешней социальной политики ТРЦ «Гринвич» проводит активную работу. К ней относятся: спонсорство и благотворительность, организация природоохранной деятельности, организация студенческих отрядов, организация спортивно-оздоровительных мероприятий для людей разного возраста с разным уровнем дохода. В 2009 и 2013 годах «Гринвич» проводила благотворительные акции для детских домов, которые сводились к покупке игрушек и выделение денег на ремонт зданий. Организация принимает участие не только в праздничных, но и социально-значимых для местного населения мероприятиях: спонсорство проектов, направленных на формирование ЗОЖ и поддержку региональной политики, культуры, образования. В коллективе ООО Торговый центр «Гринвич» царит добрый, теплый микроклимат. Здесь любят, ценят профессию, гордятся тем, что работают в современном, динамично развивающемся предприятии. Трудовая деятельность работников направлена на улучшение обслуживания населения, увеличение объема реализации товаров.

1 июня 2012 года компания «Гринвич» участвовала в проекте «Маршруты помощи», посвященной Международному дню защиты детей. Для детей были организованы праздничные культурные и спортивные мероприятия с вручением по-

дарков. Организацию мероприятия по природоохранной деятельности компания «Гринвич» стала проводить с 2007 года. В 2007 году компания «Гринвич» проводила мероприятия по озеленению. Был организован отряд, который занимались озеленением улиц города, отсыпка дорог. Отряд состоял из студентов и учащихся, их деятельность сводилась к посадке деревьев и облагораживанию клумб. Для детей было организовано бесплатное питание.

Рассмотрим социальную политику на примере двух предприятий группы компаний «Гостиный двор»: ТРК «Гринвич» и «Селяна» они затрагивают городское и сельское население. ООО «Селяна» находится в п. Кузбасском, Кемеровского района. Данная компания активно принимает участие в жизни жителей данного поселка: постройка новых домов, восстановление спортивной инфраструктуры, финансовая поддержка местной школы, сохранение природных зон и памятников культуры.

В сфере внутренней социальной политики компания «Гостиный двор» осуществляет разнонаправленную деятельность: создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат на уровне, обеспечивающим сохранение и развитие человеческого потенциала, являющемся конкурентоспособным на рынке труда; развитие персонала, включая его профессиональное обучение; постоянное повышение квалификации сотрудников; охрана здоровья и обеспечения безопасных условий труда; социальное страхование сотрудников (оплата пособий по листкам нетрудоспособности, предоставление оплачиваемого отпуска в дородовый и послеродовый периоды, пособия по уходу за ребенком до достижения им полутора лет); выплаты компенсирующего и стимулирующего характера.

Система оплаты труда в компании «Гринвич» соответствует нормам, установленным Трудовым Кодексом РФ, федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ. Зарплата сотрудников состоит из трех частей. Первая часть – это должностной оклад, вторая часть состоит из выплат компенсирующего характера (оплата ежегодного очередного отпуска, оплата ночных и праздничных часов). Третья часть – выплаты стимулирующего характера (премии за достижение определенных результатов в работе, оказание материальной помощи). В качестве социального пакета в компании «Гостиный двор» предлагается: оплата пособий по листкам нетрудоспособности; оплата отпуска по беременности и родам, выплата пособий беременным женщинам, вставшим на учет в ранние сроки беременности; предоставление ежегодного оплачиваемого отпуска; медицинское страхование; обязательное пенсионное страхование; обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний; возмещение транспортных расходов сотрудникам, постоянная работа которых имеет разъездной характер; возмещение расходов, связанных с командировками сотрудников; система обучения (участие в конференциях, семинарах, курсах повышения квалификации); корпоративные мероприятия и оплата расходов по занятию спортом; организация досуга членов семьи сотрудников и оплата мобильной связи.

Начиная с 2009 года компания ТРЦ «Гринвич» увеличила инвестиции в обучение сотрудников и усовершенствовала работу по развитию персонала. В сложившейся ситуации для организации важно удерживать в период кризиса постоян-

ных клиентов, а по возможности, приобрести новых, поэтому значимым измерением результативности и квалификации специалистов будет количество оформленных ими сделок за месяц, а также число заключенных первичных сделок. Было принято решение рассчитывать вознаграждение «Бонус за привлечение новых клиентов» в зависимости от шкалы значений по количеству первичных сделок. Так как задача привлечения новых клиентов становится более сложной, чем в обычных условиях, размеры бонуса для работника имеют три варианта и зависят от количества новых привлеченных клиентов. Аналогично составлено начисление «Бонуса за число сделок». Компания «Гостиный двор» стремится создать для своих сотрудников безопасную рабочую среду и свести к минимуму риск получения травм и несчастных случаев. Увеличение средства, выделяемых в 2012 году на медицинское обслуживание и оздоровительные мероприятия способствовали сокращению заболеваемости. Данные инвестиции позволяют увеличить число рабочих дней за счет сокращения продолжительности и числа заболеваний работников, что в свою очередь способствует повышению производительности труда.

Осуществление эффективной социальной политики на практике позволит повысить эффективность функционирования финансового института социальной поддержки населения, будет способствовать развитию социальной сферы, превращению России в социально ориентированное государство и ускорению темпов экономического роста страны в целом. Проводя развернутую внутреннюю социальную политику, бизнес через членов семей работников вносит свой посильный вклад в стабилизацию социальной ситуации во всем российском обществе. [1,5]

Исследование позволило убедиться в том, что готовность бизнеса к проведению внешней и внутренней социальной политики на примере ТРЦ «Гринвич» есть результат продуктивного взаимодействия власти и бизнеса, осознания возможностей каждой из сторон, стремления достичь баланса интересов. Чтобы тратить свои деньги на СП, бизнес сначала должен их заработать. Поэтому требования власти должны учитывать реальные возможности бизнеса, а не исходить из того, что сегодня власть хочет от бизнеса получить.

Список литературы

1. Аракелов, Г.П. Особенности формирования социальной политики на промышленном предприятии// Экономика и финансы. – 2009. - №11(164) – С. 8-11.
2. Богатова, Т.В Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности: Социальная политика предприятий». Ассоциация менеджеров России, 2013. С. 6-7.
3. Зубаревич, Н. Социальное партнерство в регионах// SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры. – №2.-2005, С. 5-15.
4. От социальной ответственности бизнеса к корпоративному гражданству (концептуально-аналитический аспект). // <http://www.Politcom.ru>. 2004/analit123.php Перегудов С.
5. Туркин, С. Зачем бизнесу социальная ответственность // Управление компанией. №7.-2004 С. 18-25..