

### ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Харитоновна Н.А., Харитоновна Е.Н.

*Магнитогорский государственный  
технический университет им. Г.И. Носова,  
Магнитогорск*

В условиях реализации приоритетного направления развития экономики России (удвоение ВВП и снижение уровня бедности за счет роста реальных доходов населения) актуальны вопросы социальной ответственности и этики в бизнесе.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой показывает, что социально ответственное поведение – это возможность для предприятия реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности бизнеса и устойчивости его развития. Результаты исследований (Walker Information, Conference Board) выявили прямую связь между социальной ценностью компании (суммарным эффектом ее позитивного влияния на общество), ее репутацией и устойчивостью спроса на ее продукцию (работы, услуги), а также положительную корреляцию между показателями эффективности финансово-хозяйственной деятельности и социальной активностью экономического субъекта. Так, доходность продаж у социально активных предприятий на 3% выше, доходность активов выше на 4%, а доходность капитала и акций на 10% выше, чем у компаний, не проявивших себя в этой сфере (KLD, 2002). Не случайно современный менеджмент переходит от концепции тотального управления качеством (Total Quality Management, TQM) к социально-ориентированной концепции управления (Total Responsibility Management, TRM), которая предполагает существенные инвестиции для решения социальных вопросов региона, включая сохранение окружающей среды.

В настоящее время социальная активность предприятия выходит за рамки «благотворительности», становится частью его бизнес-активности и осуществляется совместными усилиями всех подразделений предприятия, поскольку социальные инвестиции формируют репутацию современного бизнеса, а также отражают его стабильность. В частности, корпоративная социальная ответственность связана со следующими функциями бизнеса:

- общая политика и стратегия устойчивого развития;
- организация труда и производственный процесс, развитие человеческих ресурсов;
- сбыт и продажа товаров;
- отношения с властью и другими заинтересованными сторонами;
- капитальные вложения;
- охрана окружающей среды.

Широкую область социальной ответственности бизнеса (своевременная уплата налогов и сборов, создание рабочих мест с высоким уровнем заработной платы и социальных гарантий, решение проблем социальной инфраструктуры региона, благотворительность и т.п.) все чаще называют «корпоративным

гражданством», что позволяет сравнивать поведение современных предприятий с поведением граждан, реализующих свою ответственность перед обществом.

Основными принципами корпоративного гражданства, по мнению авторов, являются:

- самостоятельный поиск предприятием направлений для социальных инвестиций, связанных с решением наиболее актуальных для общества проблем;
- постепенный переход от благотворительности в чистом виде к созданию условий для экономической эффективности функционирования объектов социальной сферы;
- привлечение населения региона к решению социальных проблем.

В любой стране экономические и социальные ожидания граждан от бизнеса достаточно высоки (производство качественных товаров по разумной цене, достойная заработная плата, защита здоровья и обеспечение безопасности, защита окружающей среды, борьба с бедностью, предоставление индивидуальной адресной социальной помощи, поддержка здравоохранения, образования, науки, искусства и культуры), что вынуждает предприятия заниматься социальной деятельностью.

По мнению западных аналитиков, корпоративное гражданство приносит бизнесу ощутимые преимущества на рынке: продвижение товара, расширение маркетинговой ниши, сохранение старых клиентов и завоевание новых, укрепление отношений с партнерами и властью, повышение лояльности сотрудников и т.п. Кроме того, растет индекс устойчивости бизнеса Dow Jones, который включает в себя показатель уровня социальной активности предприятия, и если он низок, то и оценка устойчивости хозяйствующего субъекта также будет невысока, что моментально сказывается на его инвестиционной привлекательности.

Возможно три варианта поведения предприятия в социальной сфере:

- полное игнорирование социальной инфраструктуры;
- оказание единовременной социальной помощи, финансирование единичных проектов;
- осуществление планомерной социальной деятельности, социальных инвестиций, выработка оптимальных решений, сочетающих социальную пользу и решение задач предприятия.

Только последняя модель социальной деятельности хозяйствующего субъекта позволяет формировать его устойчивую положительную деловую репутацию и соответствовать принципам корпоративного гражданства.

Однако в современных экономических условиях России социальная деятельность хозяйствующего субъекта – дополнительные расходы, практически не имеющие реальной экономической отдачи для предприятия.

Во-первых, в России не существует законодательной базы, позволяющей активно привлекать предприятия к решению социальных проблем региона. Так, в настоящее время для предприятий при финансировании социальных и благотворительных про-

ектов нет никаких налоговых льгот: расходы социальной инфраструктуры, принадлежащей экономическому субъекту, принимаются для целей налогообложения прибыли только в пределах доходов по конкретным объектам, а вся благотворительность является внереализационной деятельностью предприятия, не учитываемой при расчете налога на прибыль (глава 25 Налогового Кодекса РФ). Кроме того, практически любое безвозмездно переданное имущество включается в налоговую базу для расчета налога на добавленную стоимость, налога на доходы физических лиц и единого социального налога, что также минимизирует социальную деятельность предприятий.

Во-вторых, недостаточно развитый рынок ценных бумаг не позволяет привлекать к инвестициям в реальный сектор экономики значительную часть населения, как это происходит в странах с развитой рыночной экономикой, что снижает значимость общественного мнения и деловой репутации бизнеса в условиях России.

При этом имеющее место государственное финансирование объектов социальной сферы в большинстве случаев покрывает только минимальные текущие издержки, а для реализации долгосрочных социальных инвестиционных проектов требуется поиск дополнительных источников финансовых средств.

В этой связи для более активного привлечения коммерческих организаций для решения социальных проблем региона, с точки зрения авторов, целесообразно изменение законодательно-правовой базы в области бухгалтерского учета и налогообложения по следующим направлениям.

1) Признание стоимости социальных инвестиций предприятия как его деловой репутации при оценке нематериальных активов.

2) Включение постоянных «социальных расходов» хозяйствующего субъекта по содержанию независимых объектов социальной сферы (образование, здравоохранение, культура и т.п.) в сумму расходов, учитываемых при налогообложении прибыли предприятия.

3) Предоставление предприятию льготы по налогу на прибыль (до определенного размера) при целевом финансировании жилищного строительства с последующей бесплатной передачей жилья социально незащищенным гражданам.

Включение стоимости социальных инвестиций в валюту баланса предприятия в качестве нематериальных активов (как оценки его деловой репутации) позволит повысить производственный потенциал промышленного предприятия, который для многих отраслей материального производства недостаточно высок и требует кардинальных решений в области увеличения стоимости внеоборотных активов. Так, на основании проведенных авторами исследований установлено, что в настоящее время практически на любом предприятии черной металлургии величина нематериальных активов не превышает 1% от валюты баланса, а сумма финансирования капитальных вложений в социальную инфраструктуру региона достаточно велика (до 10% от суммы чистой прибыли за период), что, при условии изменения законодательства,

позволило бы существенно увеличить стоимость нематериальных активов и собственного капитала.

В дальнейшем, данные нематериальные активы можно было бы амортизировать в течение 20 лет в соответствии с требованиями бухгалтерского стандарта «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2000), а рассчитанную сумму износа не включать в расходы для расчета налога на прибыль.

Другие направления изменений в налоговом законодательстве целесообразны как появление альтернативного источника финансирования объектов социальной сферы региона, особенно в части выплат в пользу физических лиц.

Если социальные расходы включать до налогообложения прибыли предприятия, то при потере поступлений в государственный бюджет в размере 0,24 руб. общество получает целевые выплаты в пользу работников бюджетной сферы на уровне 1,00 руб. (при условии исключения указанных сумм из налоговой базы по единому социальному налогу).

В первую очередь указанные средства должны направляться на дополнительные выплаты физическим лицам, а при создании комплексной системы контроля за использованием «социальных расходов» появится возможность целевого финансирования объектов социальной сферы в части их содержания. При этом в качестве контролирующего органа за целевым использованием средств может выступать действующая Администрация муниципального образования, которая утвердит составленную смету расходов и направления использования дополнительных денежных средств.

Поскольку рассматриваемые расходы (выплаты) коммерческих организаций для объектов социальной сферы являются доходами (поступлениями), они не должны облагаться налогом на добавленную стоимость и другими косвенными налогами.

Реализация предлагаемого варианта повышения реальных доходов населения предполагает соответствующую корректировку налогового законодательства, а также изменение публичной отчетности предприятий (в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках»), где должны быть выделены отдельные строки: «социальные расходы» и соответственно, «социальные доходы», информация по которым позволит определить уровень социальной направленности бизнеса.

При этом целесообразно предусмотреть дополнительное стимулирование коммерческих организаций в части финансирования «социальных расходов» в виде приоритетного предоставления кредитных ресурсов (по более низким процентам), минимизации ставок существующих налогов при достижении экономическим субъектом определенного уровня расходов социальной направленности.

Критерием оценки указанного уровня может стать коэффициент ( $K_{SC}$ ), отражающий социальную направленность бизнеса:

$$K_{SC} = \frac{SC}{CP}, \quad (1)$$

где SC (social charges) – «социальные расходы», связанные с адресными дополнительными выплатами по объектам социальной сферы; CP (charges for the

period) – расходы, формирующие финансовый результат от деятельности предприятия за период.

Если значение предлагаемого коэффициента больше определенного уровня (например, 5 – 10%), то хозяйствующий субъект может получить статус предприятия с высоким уровнем социальной направленности, что позволит ему претендовать на определенную государственную поддержку своего бизнеса.

В целом, с точки зрения авторов, предлагаемые меры позволят повысить социальную активность бизнеса, что положительно скажется на оценке социально-экономического положения регионов ( $K_{SEP}$  (social and economic position)), определяемой исходя из сово-

купности экономического и социального положения отдельных хозяйствующих субъектов:

$$K_{SEP} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m K_{EP_{ij}} + \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m K_{SP_{ij}}, \quad (2)$$

где  $K_{EP}$  – коэффициент экономического положения;  $K_{SP}$  – коэффициент социального положения;  $i$  – хозяйствующий субъект;  $j$  – параметры оценки положения субъекта;  $n$  – число хозяйствующих субъектов;  $m$  – количество факторов.

Работа выполняется по Гранту Президента РФ

### Психологические науки

#### ПСИХОДИАГНОСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ

Богданова Е.Е.

*Краснодарский краевой базовый  
медицинский колледж*

Успех в образовательном процессе сегодня напрямую зависит от профессиональной ориентации студента, его мотивации на приобретение специальности, получение необходимого уровня знаний и практических навыков в условиях возрастающей конкуренции на современном рынке труда.

Целью нашей работы было изучить профессиональную ориентированность студентов, поступивших на I курс отделения "Сестринское дело".

С помощью методики ДДО (дифференциально-диагностического опросника), предназначенной для отбора на различные типы профессий (в соответствии

с классификацией Е.А.Климова) было обследовано 115 человек в возрасте от 17 до 19 лет.

Как известно, существует пять типов профессий:

1 - "человек – природа" - все профессии, связанные с растениеводством, животноводством и лесным хозяйством;

2 - "человек - техника" - все технические профессии;

3 - "человек - человек" - все профессии, связанные с обслуживанием людей, с общением;

4 - "человек - знак" - все профессии, связанные с обсчетами, цифровыми и буквенными знаками, в том числе и музыкальные специальности;

5 - "человек - художественный образ" - все творческие специальности.

Результаты исследования представлены в таблицах 1, 2 и 3.

**Таблица 1.** Приоритетный выбор типа деятельности

Приоритетное направление	Количество студентов	%
"Человек - природа"	2	1,76
"Человек - техника"	-	0
"Человек - человек"	24	21,23
"Человек - знак"	-	0
"Человек - художественный образ"	5	4,42
ВСЕГО: 31 человек		

Анализ данной таблица свидетельствует о том, что 24 человека из 115 имеют четкий выбор типа профессии, связанный с обслуживанием людей, т.е. близкий в медицинской профессии.