

Специфика социальной политики на предприятиях ракетно-космической промышленности в оценках экспертов

А.Г. Чернышова, заведующий учебно-научной лабораторией социологических исследований, аспирант четвертого года обучения кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области

«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Московская область

В статье проанализирована специфика социальной политики на предприятиях ракетно-космической промышленности. Приводятся результаты авторского экспертного исследования. Автор делает вывод, что в целом предприятия РКП являются социально ответственными, но некоторым элементам социального пакета необходимо больше уделить внимания, чтобы повысить эффективность социальной политики, проводимой на предприятиях РКП.

Экспертный опрос, социальная репутация, социальный пакет, социальная ответственность.

Specific of social policy at the rocket and space enterprises in expert assessments

A.G. Chernyshova, head of the scientific and educational laboratory of social research, 4th year postgraduate student of the Department of Humanities and Social Disciplines,

State Educational Institution of
Higher Education Moscow Region

«University of technology», Korolev, Moscow region

The article deals with specific of social policy at the rocket and space enterprises. Results of author's expert research are given. The author concludes rocket and space enterprises to be responsible, but some elements of social package must be paid more attention to increase efficiency of social policy implemented in the enterprises.

Expert survey, social reputation, social package, social responsibility.

В настоящее время корпоративная социальная политика все чаще становится предметом дискуссий и социологических исследований, особенно это касается социальной ответственности бизнеса и то, какие мероприятия он осуществляет. [1] От того как предприятие осуществляет свою деятельность в области социальной ответственности как внутри самого предприятия, так и вне его, зависит его социальная репутация.

С целью изучения экспертной оценки специфики социальной политики предприятий ракетно-космической промышленности в сентябре-октябре 2018 года учебно-научной лабораторией социологических исследований ГБОУ ВО МО «Технологический университет» был проведен экспертный опрос сотрудников, занимающих руководящие должности на предприятиях ракетно-космической промышленности (АО «Российские космические системы», ГКНПЦ им. М.В. Хруничева, ЦНИИМАШ, ФГУП «Организация «Агат», КБ «Химмаш», РКЦ «Прогресс», Корпорация «ВНИИЭМ»). В социологическом исследовании приняли участие 100 экспертов в возрасте от 30 до 70 лет, имеющие опыт руководящей работы не менее 3-х лет, из них 78,8 % респондентов мужского пола и 21,2 % респондентов женского пола. Из этого следует, что на предприятиях ракетно-космической промышленности большинство руководящих должностей занимают мужчины. Более четверти респондентов имеют ученую степень кандидата и доктора наук (27,7 %). Это говорит о высоком уровне образования руководящего состава предприятий РКП. Руководство предприятий ежедневно решает многочисленные задачи и принимает множество решений, которые затрагивают все области деятельности, включая и социальные вопросы.

Экспертный опрос продемонстрировал, что подавляющее большинство экспертов (84,8 %) убеждено, что руководство их предприятий заинтересовано в решении социальных вопросов,

только каждый десятый (10,6%) полагает, что руководство заинтересовано, если это не требует больших материальных затрат.

В рамках данного исследования важно было узнать, какие именно направления социальной политики реализуются на предприятиях РКП. Абсолютное число участников экспертного опроса (95,5 %) к реализуемым направлениям отнесло «своевременную выплату заработной платы» (см. Табл. 1). Из этого можно сделать вывод, что на предприятиях РКП, как правило, не бывает задержек выплат заработной платы. Больше половины руководителей считают, что такие направления социальной политики как: «обучение и переквалификация сотрудников» (68,2%), «предоставление путевок в санатории, дома отдыха/детские учреждения для сотрудников и членов их семьи» (75,8%), «медицинское страхование» (56,1%), «дополнительные выплаты нуждающимся сотрудникам» (53,0%) и «организация культурного/спортивного досуга сотрудников» (53%) реализуются на предприятиях ракетно-космической промышленности.

Таблица 1 – Распределение ответов экспертов на вопрос «Какие из перечисленных направлений социальной политики реализуется на вашем предприятии?» (в % от общего числа опрошенных, выбирается любое количество вариантов ответов)

Направления социальной политики	%
Своевременная выплата заработной платы	95,5
Предоставление путевок в санатории, дома отдыха/детские учреждения для сотрудников и членов их семьи	75,8
Обучение и переквалификация сотрудников	68,2
Медицинское страхование	56,1
Дополнительные выплаты нуждающимся сотрудникам	53,0
Организация культурного/спортивного досуга сотрудников	53,0
Оптимизация условий работы	25,8
Льготное/ипотечное кредитование	9,1
Все перечисленное	7,6
Дополнительные выплаты неработающим пенсионерам	6,1
Ничего из перечисленного не реализуется	0

Наряду с этим, по мнению экспертов, предприятиям необходимо уделять больше внимания льготному/ипотечному кредитованию, только 9,1% указали данное направление социальной политики, а также дополнительным выплатам неработающим пенсионерам (6,1%).

Исходя из того, что направления социальной политики реализуются на предприятиях не в полной мере, нам было важно узнать, как оценивают эксперты эффективность социальной политики на предприятиях РКП. Всего 15,6 % оценили эффективность социальной политики как высокую, почти половина экспертов (48,4%) оценили эффективность социальной политики как среднюю, каждый пятый эксперт (18,8%) эффективность социальной политики оценил, как низкую и 17,2% руководителей затруднились ответить. Это означает, что социальной политике на предприятиях РКП уделяется недостаточно внимания.

Выполнение всех обязательств как внутри предприятий РКП, так и вне их, влияют на репутацию предприятия. До середины XX века понятие «репутация», как правило, применялось по отношению к человеку и отождествлялось с такими понятиями как «честь» и «достоинство». [2] В последнее время этот термин стал применяться и по отношению к предприятиям и учреждениям. Репутация в настоящее время становится не менее значимой, чем получение прибыли и производство продукции, товаров, работ и услуг. Репутация фирмы – это нематериальный актив предприятия, и он складывается из многих факторов таких как: качество выпускаемой продукции, своевременная оплата всех обязательств перед государством, своевременная выплата заработной платы сотрудникам, социальная защита работников, экологическая безопасность, благотворительность, прозрачная и открытая финансовая отчетность, создание рабочих мест и т.п.

У предприятий РКП за годы работы сформировалась своя репутация. Ракетно-космическая промышленность является лидирующей отраслью российского машиностроения и одной из мощнейших в мире.

Одной из задач экспертного опроса было изучения мнения о важности социальной репутации для предприятий РКП. Абсолютное число респондентов (90,9%) выразили убеждение в том, что для их предприятий социальная репутация является важной (Таблица 2)..

Таблица 2 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «По Вашему мнению, важна ли для Вашего предприятия социальная репутация?» (в % от общего числа опрошенных)

	%
Да	90,9
Нет	1,5
Затрудняюсь ответить	7,6
Итого:	100

По мнению трети экспертов (33,3%), социальная репутация предприятий РКП, включает в себя «доверие сотрудников предприятия». Около четверти руководителей, участвующих в исследовании (22,5%), назвали «доверие партнеров и коллег». Каждый пятый (18,6%) под социальной репутацией предприятия понимает «общественное мнение о предприятии» (см. Табл. 3). Грамотное руководство, эффективное управление, забота о сотрудниках, ответственность перед партнерами, все это вместе и формирует положительное мнение о предприятии, тем самым создавая позитивную репутацию предприятий РКП.

Таблица 3 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «Что, по Вашему мнению, включает в себя социальная репутация предприятия?» (в % от общего числа опрошенных, выбирается не более трех вариантов ответов)

Элементы социальной репутации	%
Доверие сотрудников предприятия	33,3
Доверие партнеров и коллег	22,5
Общественное мнение о предприятии	18,6
Все вышеперечисленное	15,5
Отношение государства по отношению к предприятию	7,0
Отзывы в средствах массовой информации	2,3
Ничего из перечисленного	0,8
Итого:	100

С учетом развития экономики в стране можно ожидать, что значимость социального пакета будет возрастать с каждым годом. Он будет являться действенным инструментом мотивации персонала и управления человеческими ресурсами – как наличными, так и потенциальными. Содержательный социальный пакет формирует благоприятное общественное мнение, поднимает рейтинг работодателя, обеспечивает приток и закрепление на предприятиях РКП квалифицированных кадров [4].

Главное назначение социального пакета – способствовать:

- привлечению высококвалифицированного и конкурентно-способного персонала;
- сохранению на предприятии работников наиболее значимых категорий;
- мотивации работников на качественный и производительный труд.

В перечне социального пакета обязательно должны присутствовать свои специфические для предприятия услуги, льготы, контрастирующие на фоне предложений социального пакета других предприятий на рынке труда. Формирование социального пакета должно осуществляться предприятиями в зависимости от своих финансовых возможностей [3].

Ответы руководителей предприятий РКП разного уровня на вопрос «Каким элементам социального пакета, по Вашему мнению, уделяется недостаточно внимания?» распределились

следующим образом: пятая часть экспертов (21,1%) выбрала такой элемент социального пакета как «предоставление ссуд и беспроцентных кредитов для приобретения им жилья», 12,4 % – «абонементы в спортивные учреждения, медицинское обслуживание сотрудников», каждый десятый (9,7 %) – «качественное медицинское обслуживание/страхование». Одинаковое количество экспертов (8,6%) в качестве элементов социального пакета, требующих больше внимания, указало: «оплачиваемое за счет предприятия обучение», «переобучение персонала», «предоставление жилья иногородним и нуждающимся работникам» и «обеспечение бесплатного или с частичной оплатой питания». «Заботу о сотрудниках, вышедших на пенсию», выбрали 8,1 % экспертов, «организацию досуга сотрудников» – 6,5%, «возможность лечения и отдыха в санаториях» – 5,4%, «компенсацию расходов на транспорт» – 4,9% и «выплаты на значимые события», «компенсации по больничному листу и беременности и родам» – 1,1% (табл. 4):.

Таким образом, первоочередной задачей, на которую надо обратить внимание при разработке социального пакета, является возможность приобрести своё жилье с частичной помощью предприятий. Надо отметить, что медицинское обслуживание тоже имеет немаловажное значение при работе на предприятиях РКП, т.к. осуществляется конструирование, производство и разработка высокоточного и трудоёмкого оборудования и изделий для космической промышленности. Этому элементу социального пакета, по мнению экспертов, уделяется недостаточно внимания.

Таблица 4 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «Каким элементам социального пакета, по Вашему мнению, уделяется недостаточно внимания?» (в % от общего числа опрошенных, выбирается любое количество вариантов ответов)

Элементы социального пакета	%
Ссуды на приобретение жилья, беспроцентные кредиты	21,1
Оплачиваемые абонементы в спортивные учреждения	12,4
Качественное медицинское обслуживание/страхование	9,7
Оплачиваемое за счет предприятия обучение, переобучение персонала	8,6
Предоставление жилья иногородним и нуждающимся работникам...	8,6
Обеспечение бесплатного или с частичной оплатой питания	8,6
Забота и материальная поддержка сотрудников, вышедших на пенсию	8,1
Организация досуга работников	6,5
Возможность лечения/отдыха в санатории за счет предприятия	5,4
Компенсация расходов на транспортные услуги	4,9
Денежные выплаты значимых событий: свадьба, юбилей, смерть родственников.	4,9
Компенсация расходов по больничному и отпуска по беременности и родам	1,1
Итого:	100

Несмотря на то, что эксперты выделили элементы социального пакета, которым недостаточно уделено внимания, почти три четверти респондентов (71,2%) в целом удовлетворены объемом услуг, предоставляемых социальным пакетом их предприятия, (сумма ответов «полностью удовлетворяет» и «скорее удовлетворяет, чем не удовлетворяет» на вопрос «В какой мере Вас удовлетворяет объем услуг, предоставляемых социальным пакетом Вашего предприятия?»). Пятая часть экспертов (19,7%) высказала неудовлетворенность по поводу социального пакета (сумма ответов «скорее не удовлетворяет, чем удовлетворяет» и «совсем не удовлетворяет» на вопрос «В какой мере Вас удовлетворяет объем услуг, предоставляемых социальным пакетом Вашего предприятия?»). Затруднились ответить 9,1 % респондентов (табл. 5).

Таблица 5 – Распределение ответов экспертов на вопрос: «В какой мере Вас удовлетворяет объем услуг, предоставляемых социальным пакетом Вашего предприятия?» (в % от общего числа опрошенных)

	%
Полностью удовлетворяет	7,6
Скорее удовлетворяет, чем не удовлетворяет	63,6

Скорее не удовлетворяет, чем удовлетворяет	13,6
Совсем не удовлетворяет	6,1
Затрудняюсь ответить	9,1
Всего	100,0

Социальная ответственность предприятия – это неотъемлемая часть социальной политики. Предоставление социальных гарантий, льгот, организация рабочих мест, проведение досуга, забота о сотрудниках и их здоровье, а также забота о членах их семей и многое другое является основополагающей задачей для предприятия. Предприятия на добровольной основе берут на себя обязанность по реализации мероприятий, которые направлены на улучшение ситуации в тех областях жизнедеятельности, которые не связаны с их основной деятельностью [4].

Своевременная выплата заработной платы, её индексация в соответствии с инфляцией, предоставление социального пакета, заключение коллективных договоров с сотрудниками, предоставление им социальных гарантий и льгот и т.д. характеризуют предприятие как социально ответственное перед своими работниками. Но предприятие также должно выполнять все свои обязательства и перед государством, партнерами, принимать участие в благотворительности, проводить мероприятия по улучшению экологической ситуации. Именно выполнение всех своих обязательств и характеризует предприятие как социально ответственное [5]. По мнению почти половины опрошенных экспертов (41,9%), социальная ответственность предприятия - это «выполнение предприятием всех своих обязательств перед сотрудниками». Четверть респондентов (25,6%) указали на «выполнение обязательств перед государством» Ответственность за экологическую безопасность выбрали 15,4% экспертов. Участие в благотворительности и спонсорстве – 2,6 %.

Таблица 6 – **Распределение ответов экспертов на вопрос: «По Вашему мнению, что для Вашего предприятия значит социальная ответственность»**(в % от общего числа опрошенных)

Социальная ответственность предприятия это –	%
Выполнение предприятием всех своих обязательств перед сотрудниками	41,9
Выполнение предприятием всех своих обязательств перед государством	25,6
Выполнение предприятием обязательств по экологической безопасности	15,4
Участие в благотворительности и спонсорстве	2,6
Социальная ответственность это все вышеперечисленное	13,7
Затрудняюсь ответить	0,9
Итого:	100,0

Интересно было узнать, хотят ли руководители и сотрудники предприятий РКП, чтобы их дети работали в РКП.

Таблица 7 – **Распределение ответов респондентов на вопрос: «Хотели бы Вы, чтобы Ваши дети работали на предприятиях РКП?»** (в % от числа опрошенных респондентов, занимающих разные должности)

	Должность на предприятии			
	Рядовой сотрудник	Руководитель группы	Руководитель отдела	Другое
Да	22,0	27,8	83,3	57,1
Скорее да	17,8	44,4		
Скорее нет	16,1			
Нет	20,3	5,6	16,7	14,3
Затрудняюсь ответить	23,7	22,2		28,6
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0

Рассмотрим зависимость между переменными «Должность респондента на предприятии» и «Желание, чтобы дети респондентов работали на предприятиях ракетно-космической промышленности».

H_0 : не существует статистической зависимости должностью респондента на предприятии и его желанием, чтобы дети респондентов работали на градообразующих предприятиях РКП.

H_1 : существует статистическая зависимость между должностью респондента на предприятии и его желанием, чтобы дети респондентов работали на градообразующих предприятиях РКП.

Таблица 8 – Критерии хи-квадрат

	Критерии хи-квадрат
	Асимптотическая значимость (2-сторонняя)
Хи-квадрат Пирсона	,007
Отношения правдоподобия	,002
Линейно-линейная связь	,030
Количество допустимых наблюдений	

Так как $p = 0,07$, зависимость между переменными значима ($p \leq 0,05$). Следовательно, существует статистически значимая зависимость между переменными «Должность респондента на предприятии» и «Желание, чтобы дети респондентов работали на предприятиях ракетно-космической промышленности».

Гипотеза H_0 отвергается. Принимается гипотеза H_1 о существовании статистически значимой зависимости между переменными «Должность респондента на предприятии» и «Желание, чтобы дети респондентов работали на предприятиях ракетно-космической промышленности». Результаты анализа показывают, что респонденты, занимающие руководящую должность, больше, чем рядовые сотрудники хотят, чтобы их дети работали на предприятиях РКП.

Выводы:

Подавляющее число экспертов считают, что руководство предприятий РКП заинтересовано в решении социальных вопросов. А вот эффективность проводимой социальной политики на предприятиях РКП, почти половина экспертов оценила как «среднюю». Это значит, что данному направлению деятельности предприятий РКП надо уделять больше внимания. На большинстве предприятий РКП выполняется такой показатель как «своевременная выплата заработной платы». А вот льготному и ипотечному кредитованию уделяется недостаточно внимания.

Эксперты выразили убеждение, что социальная репутация является важной для предприятий РКП. В первую очередь, это – доверие перед сотрудниками предприятий.

Предоставляемый социальный пакет является неотъемлемой частью социальной политики. Эксперты отметили, что недостаточно уделяется внимания таким элементам социального пакета как: ссуды, беспроцентные кредиты на приобретение жилья, абонементы в спортивные учреждения и медицинское обслуживание.

Несмотря на недостаточное внимание, уделяемое некоторым элементам социального пакета, в целом эксперты удовлетворены объемом социальных услуг, предоставляемых на предприятиях РКП. Также участники опроса подчеркнули, что социально ответственными предприятия РКП должны быть, прежде всего, перед своими сотрудниками. Сотрудники, занимающие руководящие должности, больше, чем рядовые сотрудники, хотят, чтобы их дети работали на предприятиях РКП.

В целом, по мнению экспертов, руководство предприятий РКП является социально ответственным, и выполняют свои главные обязательства перед сотрудниками.

Литература

1. Долгорукова И.В. Современные практики реализации корпоративной социальной политики на российских предприятиях // Вестник МГИМО Университета. 2014. № 3. С.206-214.
2. Кирилина Т.Ю. Духовно-нравственные основы подготовки кадров для социальной сферы в современной России // Материалы Ивановских чтений. 2015. № 4. С. 104-107.

3. Кирилина Т.Ю., Чернышова А.Г. Специфика социальной политики на предприятиях ракетно-космической отрасли// В сборнике: Россия и современный мир: капитал, солидарность, субъективность Материалы XXII Социологических чтений [Электронный ресурс]. 2017. С. 127-130.
4. Кирилина Т.Ю., Чернышова А.Г. Социальная политика на предприятиях ракетно-космической отрасли: состояние и перспективы // Социальная политика и социология. 2017. Т. 16. № 3 (122). С. 95-104.
5. Лапшинова К.В. Научограды как научно-технический и интеллектуальный потенциал России // Социальная политика и социология. Междисциплинарный научно-практический журнал // М. 2008. №2(38). С.61-68.