

**А. А. Соломеин,
А. В. Тахтобина**

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
БИЗНЕСА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ
В г. ИРКУТСКЕ (НА ПРИМЕРЕ СЕТИ РЕСТОРАНОВ «ISTPROJECT»)**

Авторы рассматривают актуальность развития социальной ответственности на предприятиях общественного питания. Представлены результаты социологического исследования реализации практики социальной ответственности в сети ресторанов «Istproject».

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социальные программы, предприятие общественного питания.

**A. A. Solomein,
A. V. Takhtobina**

**THE CURRENT STATE OF SOCIAL RESPONSIBILITY
OF BUSINESS IN THE SPHERE OF PUBLIC
CATERING IN IRKUTSK (ON THE EXAMPLE
OF RESTAURANTS NETWORK OF ISTPROJECT)**

Authors consider relevance of development of social responsibility at catering establishments. Results of social research of implementation of practice of social responsibility are provided to restaurants networks of Istproject.

Keywords: social responsibility of business, social programs, catering establishment.

Как показывает общемировая практика многие компании стремятся решать социальные проблемы местного сообщества и собственного персонала. От решения социальных проблем зависит качество и уровень жизни населения, что, в свою очередь, ведет к социальной стабильности в государстве. На сегодняшний день проблемы развития практик социальной ответственности бизнеса активно обсуждаются в российском экспертном сообществе. Однако, в основном представлен опыт крупных отечественных предприятий, которые обладают значительным финансовым ресурсом.

Несмотря на большое количество работ, посвященных исследованию проблем социальной ответственности организаций, вопросы развития практик социальной ответственности в сфере общественного питания пока остаются малоизученными, хотя актуальность их несомненна. Предприятия питания, развивая социально-ответственную политику, выстраивают положительную установку в обществе к потреблению качественных продуктов, а также привлекают к трудовой деятельности квалифицированный персонал для удовлетворения нужд потребителя услуг.

В настоящее время в г. Иркутске в сфере общественного питания функционирует 1 264 предприятия на примерно 52 тыс. посадочных мест [1]. Многие рестораны объединены в группы и являются частью определенной ассоциации ресторанов. Так, например, группа компаний «Материк» включает в себя 24 заведения общественного питания, ассоциация ресторанов «Байкальская Виза» включает в себя 6 ресторанов с разными концепциями, в состав группы компаний «Истлэнд» входит 4 заведения общественного питания, сеть ресторанов «Грот» насчитывает 4 проекта, сеть кафе «Sushistudio» включает 10 заведений, в сеть ресторанов «IstProject» входит 6 разноплановых проектов.

Нами будет проанализирована практика социальной ответственности бизнеса сети ресторанов «IstProject», которая является типичным представителем сетевой компании общественного питания в г. Иркутске. Сеть Istproject была основана в 2006 году, в сеть входит 6 ресторанов: «Kabuki Project» (японская кухня, 100 посадочных мест), «Prego» (итальянская кухня, 50 посадочных мест), «Kabuki Sushi» (японская кухня, 88 посадочных мест), «Chento» (японская и итальянская кухни, 66 посадочных мест), «Кружаль» (бар), «Buono» (кондитерская). В настоящее время в сети ресторанов «IstProject» трудится около 150 чел.

В экспертном сообществе под социальной ответственностью бизнеса принято понимать добровольный вклад предприятия в экономическое и экологическое развитие общества, которое не всегда связано с напрямую с основной деятельностью компании. Выделяют 2 направления социальной ответственности бизнеса — внешнее (направлено на местное сообщество и не связано напрямую с основной деятельностью предприятия) и внутреннее (направлено на работников предприятия). В табл. 1 представлены направления социальной ответственности бизнеса в сети ресторанов «IstProject».

Поскольку реализация практики социальной ответственности на предприятии общественного питания является важным аспектом в деятельности компании, становится весьма необходимым изучение мнения работников по вопросам развития внутренних и внешних направлений социальной ответственности бизнеса. Авторами статьи было проведено социологическое исследование мнения представителей администрации и работников сети ресторанов «IstProject» по проблеме социальной ответственности. Изучение мнения администрации сети ресторанов было организовано в форме экспертного интервью, опрос работников был осуществлен в форме анкетирования. Выборочная совокупность составила 68 чел.

Таблица 1

Направления социальной ответственности бизнеса
в сети ресторанов «IstProject»

Внутренние направления	Внешние направления
Развитие персонала, повышение квалификации сотрудников	социальный маркетинг
Охрана здоровья и безопасные условия труда	содействие охране окружающей среды
Оказание материальной помощи сотрудникам	благотворительность

Внутренние направления	Внешние направления
Рекреация и оздоровление работников, социальный пакет	ответственность перед потребителями товаров и услуг
Формирование корпоративной культуры	ответственность перед партнерами и поставщиками

Проанализируем наиболее важные результаты, полученные в ходе проведенного социологического исследования. Необходимо было оценить мнение сотрудников относительно обязанности коммерческих компаний учувствовать в практике социальной ответственности. По мнению 26,7 % респондентов работодатель должен решать социальные вопросы только своих сотрудников (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос
«На Ваш взгляд, в каком объеме коммерческие организации должны решать социальные вопросы?» (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	Удельный вес в общем количестве респондентов, %
Решать все социальные вопросы в обществе	14,5
Решать социальные вопросы общества частично	50,8
Решать социальные вопросы только своих работников	26,7
Работодатель не должен решать социальные вопросы	4,8
Затрудняюсь ответить	3,2
Итого	100,0

Вопрос о том, является ли работодатель социально-ответственной компанией, выявил неоднозначное мнение среди респондентов. Сотрудники производства (повара, бармены, кухонные работники) не считают компанию социально-ответственной, либо же они затруднились дать ответ. Изучив ответы с позиции уровня образования, мы определили, что работники с высшим образованием в меньшей степени считают организацию социально-ответственной. В свою очередь группа сотрудников с неполным, средним и средне-специальным образованием считают компанию социально-ответственной (табл. 3).

По мнению администрации компании, сеть ресторанов «IstProject» является социально-ответственной, поскольку оказывает помощь людям, которые оказались в трудной жизненной ситуации, а также занимается благотворительной деятельностью.

Вопрос об отношении респондентов к полезности предлагаемых в сети ресторанов блюд выявил, что сотрудники, связанные с производством продукции, затруднились дать ответ (табл. 4).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Считаете ли вы сеть ресторанов IstProject социально ответственной компанией?»
в зависимости от рода деятельности в компании и уровня образования респондентов (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	Род деятельности						Уровень образования респондентов				
	повар	официант	бармен	кух. работник	руководящий состав	специалист	неполное среднее	среднее общее	среднее специальное	незаконченное высшее	высшее
Да	35,7	76,9	22,2	75,0	33,5	25,0	100	50,0	43,8	52,9	31,2
Нет	28,5	7,6	55,6	0,0	41,5	25,0	0,0	0,0	25,0	29,4	37,5
Затрудняюсь ответить	35,8	15,5	22,2	25,0	25,0	50,0	0,0	50,0	31,2	17,7	31,3
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «Считаете ли вы продукт, производимый сетью ресторанов IstProject, полезным для здоровья потребителей?»
в зависимости от рода деятельности в компании (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	Род деятельности					
	повар	официант	бармен	кух. работник	руководящий состав	специалист
Считаю полностью полезным	21,4	53,8	33,4	50,0	25,0	37,5
Считаю полезным частично	64,3	46,2	66,6	25,0	75,0	50,0
Считаю продукт полностью вредным	7,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Затрудняюсь ответить	7,2	0,0	0,0	25,0	0,0	12,5
Итого	100	100	100	100	100	100

Для оценки реализации внешней социальной ответственности нами был задан вопрос сотрудникам сети ресторанов о том, в каких социальных программах чувствует их работодатель. Из табл. 5 видно, что основная часть работников затруднилась дать ответ на поставленный вопрос. Объяснением данной ситуации может служить сокращение в последнее время количества внешних социальных программ на предприятии.

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос «В каких внешних социальных программах, по вашему мнению, участвует компания IstProject?» в зависимости от продолжительности работы в компании (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	Продолжительность работы				
	до 6 мес.	от 6 мес. до 2 лет	от 2 до 4 лет	от 4 до 6 лет	от 6 до 10 лет
Благотворительные пожертвования и спонсорская помощь	11,1	28,0	35,0	16,6	20,0
Реализация внешних социальных программ за счет стоимости продукта и услуг компании	22,2	16,0	38,3	20,8	80,0
Участие в совместных социальных программах с администрацией города	0,0	16,0	6,7	10,0	0,0
Затрудняюсь ответить	66,4	40,0	20,0	52,6	0,0
Итого	100	100	100	100	100

В рамках экспертного опроса было выявлено, что руководство компании занимается следующими внутренними направлениями социальной ответственности относительно персонала — предоставление социального пакета сотрудникам, наличие бесплатного обучения, материальная помощь сотрудникам, проведение спортивно-оздоровительных мероприятий, корпоративные мероприятия, поддержка сотрудников, работающих длительный срок. По мнению же работников сети ресторанов «IstProject» наиболее важными социальными программами являются охрана здоровья и безопасные условия труда, предоставление социального пакета и развитие благотворительности. Проанализировав ответы относительно занимаемой должности работников, можно указать на то, что работники, находящиеся непосредственно на производстве в большей степени беспокоит охрана здоровья и безопасные условия труда, а также возможность получения расширенного социального пакета, что связано с большими физическими нагрузками (табл. 6).

Результаты социологического исследования показывают, что для большинства сотрудников старшего возраста наличие практики социальной ответственности на предприятии является важным фактором при выборе места работы (табл. 7). Для молодых сотрудников наличие практики корпоративной социальной ответственности не имеет принципиального значения при выборе основного места работы.

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, какие направления социальной ответственности (внутренние и внешние) должны преимущественно реализовываться на предприятиях общественного питания» (в % от числа опрошенных)

Варианты ответов	Род деятельности					
	повар	официант	бармен	кухонный работник	руководящий состав	специалист
Охрана здоровья и безопасные условия труда	60,0	29,5	38,5	47,0	25,0	14,4
Расширенный социальный пакет	25,5	35,5	40,0	36,0	39,0	45,0
Благотворительность	24,5	15,0	18,5	15,5	22,2	26,6
Участие в совместных социальных программах с администрацией города	0,0	20,0	3,0	1,5	13,8	14,0
Итого	100	100	100	100	100	100

На основании полученных результатов можно заключить, что на сегодняшний день социальная ответственность бизнеса в сфере общественного питания находится на стадии зарождения, большинство программ являются личной инициативой руководства компании.

Таблица 7

Распределение ответов на вопрос «Является ли для Вас важным фактором, при выборе места работы наличие у предприятия практики корпоративной социальной ответственности?» (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	Возраст респондента				
	до 25 лет	26–29 лет	30–39 лет	40–49 лет	50 лет и старше
Для меня это важно	43,2	45,5	40,0	60,0	100,0
Для меня это не имеет принципиального значения	45,9	54,5	20,0	20,0	0,0
Для меня это совершенно не важно	5,4	0,0	20,0	20,0	0,0
Затрудняюсь ответить	5,5	0,0	20,0	0,0	0,0
Итого	100	100	100	100	100

Внутренняя социальная ответственность состоит из программ, направленных на соблюдение Трудового кодекса Российской Федерации и установленных норм по отношению к предприятиям общественного питания. Как показало анкетирование, в организации большое внимание уделяется обучению сотрудников, что объясняется тем, что прибыль ресторанов напрямую зависит от уровня профессионализма сотрудников.

Результаты проведенного социологического исследования позволяют сделать ряд выводов. В настоящее время наблюдается повышение значимости социальной ответственности бизнеса, что отмечается сотрудниками и администрацией сети ресторанов «IstProject». В тоже время проявляется противоречивость оценок при рассмотрении важности наличия социально-ответственной деятельности коммерческих организаций при выборе места работы сотрудниками. С одной стороны, работники считают, что в той или иной степени бизнес-сообщество должно решать социальные вопросы, с другой стороны это не оказывает огромного влияния на их выбор относительно места работы.

Необходимо отметить то, что большинство организаций общественного питания в г. Иркутске относятся к предприятиям малого или среднего бизнеса. Поэтому такие инструменты как этические коды и социальные стандарты практические не используются, что обусловлено большими временными, финансовыми и организационными затратами.

Список использованной литературы

1. Отчет мэра города Иркутска «О деятельности органов местного самоуправления города Иркутска в 2014 году». — Администрация города Иркутска, 2014. — С. 44–47.

УДК 331.55

Б. Л. Токарский,
О. В. Тарабан

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ В ОРГАНИЗАЦИИ: ПОЗИЦИЯ РАБОТОДАТЕЛЯ

В статье приведены данные социологического исследования позиции работодателей в отношении факторов формирования качества трудовой жизни в организации, проанализированы особенности оценки работодателями уровня качества трудовой жизни персонала.

Ключевые слова: качество трудовой жизни, оценка, факторы.