

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи



Бессарабов Владислав Олегович

**РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям сферы деятельности, в т.ч. экономика предпринимательства)

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук



Научный руководитель:
доктор экономических наук,
профессор
Петренко Светлана Николаевна

Донецк – 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
РАЗДЕЛ 1 КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ	
1.1 Концепция «открытого общества» как основа развития предпринимательства.....	15
1.2 Институт социальной ответственности бизнеса и его роль в формировании и развитии предпринимательской среды.....	33
1.3 Концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса как интерпретация сущности международных стандартов социальной ответственности.....	57
Выводы по разделу 1.....	77
РАЗДЕЛ 2 ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА И ЕЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	
2.1 Состояние проблем развития социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона.....	79
2.2 Современный подход к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.....	105
2.3 Оценка состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона.....	132
Выводы по разделу 2.....	158
РАЗДЕЛ 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ОСНОВ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА	
3.1 Методический подход к реализации положений международных стандартов социальной ответственности предприятиями.....	160
3.2 Реализация механизма формирования информационного обеспечения	

социальной ответственности бизнеса.....	174
3.3 Модель взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности как основа развития бизнеса.....	204
Выводы по разделу 3.....	225
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	227
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	230
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	252
ПРИЛОЖЕНИЕ А	
Характеристика основных теорий управления (в которых рассматриваются вопросы соотношения уровня предоставления информации о социальной ответственности бизнеса и специфических характеристиках субъектов хозяйствования).....	253
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	
Интересы, взносы, стимулы, конфликты интересов заинтересованных сторон предприятия.....	255
ПРИЛОЖЕНИЕ В	
Сущность этапов исторического развития концепций социальной ответственности бизнеса.....	262
ПРИЛОЖЕНИЕ Д	
Влияние внешних и внутренних факторов на процесс формирования и развития предпринимательской среды.....	263
ПРИЛОЖЕНИЕ Е	
Сущность категории «социальная ответственность бизнеса» на международном уровне, учеными, компаниями и признаки института социальной ответственности бизнеса.....	267
ПРИЛОЖЕНИЕ И	
Международные стандарты социальной ответственности бизнеса.....	273
ПРИЛОЖЕНИЕ К	
Характеристика деятельности и задачи министерств Донецкой Народной Республики по регулированию социальной ответственности бизнеса.....	277

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Основные информационные потоки социальной ответственности бизнеса на предприятии и структура расходов на социальную ответственность предприятия.....	279
--	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ М

Анкета тестирования диагностики состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.....	287
---	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ Н

Матрицы попарных сравнений критериев оценки информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.....	296
---	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ П

Интегральные приоритеты параметров оценки информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.....	300
---	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ Р

Интегральные и глобальные приоритеты по элементам информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса предприятий Донецкой Народной Республики.....	304
--	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ С

Состояние информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики.....	309
--	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ Т

Сравнительная характеристика структуры социальных отчетов компаний.....	315
---	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ У

Структура и содержание внутрифирменного стандарта «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса».....	317
--	-----

ПРИЛОЖЕНИЕ Ф

Качественные характеристики финансовой отчетности применительно к раскрытию показателей финансового характера в социальной отчетности.....	342
--	-----

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Развитие социально-экономических отношений в Донецкой Народной Республике приводит к необходимости адаптации функционирования предприятий к современным условиям хозяйствования. Деятельность любого предприятия опирается на готовность общества к развитию такого рода деятельности. Для того чтобы иметь постоянную общественную поддержку, предприятиям необходимо проводить определенные социальные мероприятия (финансирование благотворительных проектов, социальная защита работников, забота об экологической ситуации), а также информировать о такой деятельности общество, тем самым подчёркивая свою социальную значимость.

Повышенный интерес общества к социальной ответственности бизнеса характеризуется тем фактом, что по состоянию на 1 февраля 2017 г. в национальный реестр корпоративных нефинансовых отчётов Российского союза промышленников и предпринимателей внесены 164 компании и организации, которые в период 2000-2016 гг. опубликовали 751 социальный отчёт. Следует отметить тенденцию увеличения количества обнародованных социальных отчётов на 15,37 % за последние два года (2015 г. – 561 отчёт, 2016 г. – 751 отчет).

Достижение баланса экономических и социальных целей предприятия является основой, на которой базируется процесс развития социально ориентированной экономики в целом и социальной ответственности бизнеса в частности. Эта проблема должна рассматриваться с позиций совершенствования как направлений социальной ответственности, так и их информационного обеспечения для повышения результативности деятельности предприятий.

Степень разработанности проблемы. Исследованию тенденций и закономерностей развития предпринимательства посвящены работы ученых: Азарян Е.М., Акерлофа Дж., Алексеева С.Б., Ангелиной И.А., Асаула А.Н., Бакунова А.А., Балабановой Л.В., Балашовой Р.И., Бусыгина А.В., Виноградской А.М., Гречиной И.В., Ильина А.В., Кабирова Ш.О.,

Келлермана М., Кредисова В.А., Лапусты М.Г., Лоншаковой А.Н., Маркина С.В., Орловой В.А., Омелянович Л.А., Петрушевского Ю.Л., Поклонского Ф.Е., Припотня В.Ю., Святюк А.Р., Сименко И.В., Тищенко А.Н., Цветковой Е.В.

Проблемы современного предпринимательства в концепции «открытого общества» К. Поппера с позиций экономической теории и политики были рассмотрены в работах ученых: Абрамова М.А., Дземы А.И., Лысенко В.И., Мизеса Л., Мартышина О.В., Сороса Дж., Хайека Ф.

Исследованию социальной ответственности бизнеса, посвящено значительное количество работ зарубежных и отечественных ученых, а именно: Акимовой И.М., Балабанюк Ж.М., Безруковой А.А., Березиной А.Ю., Благова Ю.Е., Блума П., Грековой Г.И., Грицины Л.А., Гришкина В.О., Защук М.С., Колота А.М., Корсунова А.С., Курьянова С.С., Кэррола А., Лазоренко О.В., Лукина С.Ю., Морозовой И.А., Нагоронова А.В., Петрова М.А., Солодухина К.С., Ткаченко Н.В., Туркина С.В., Фролова Д.П., Чижишина А.И., Шихвердиева А.П.

Существенный вклад в развитие теоретико-методических основ формирования и отражения информации о социальной ответственности предприятий в отчётности внесли ученые: Алигаджиева Е.М., Безверхов К.В., Воробей В.Д., Гальчак Х.Р., Диппаза С.А., Жиглей И.В., Карагод В.С., Король С.Я., Краснова М.В., Левицкая С.А., Левушкина С.В., Лень В.С., Николс Ф., Одинцова Т.М., Парушина Н.В., Пацула О.И., Петренко С.Н., Погосова А.В., Попова Л.А., Проданчук М.А., Ракевич Н.А., Сафонова Н.С., Соловей Т.Н., Сорокина Е.М., Сухарева Л.А., Чебан Ю.Ю.

Отмечая ценность полученных результатов учёными-предшественниками, следует подчеркнуть, что работ, посвященных комплексному решению проблемы развития социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде, еще недостаточно. Остаются нерешенными проблемы теоретического, организационного и методического характера, касающиеся процесса развития социальной ответственности бизнеса и её информационного обеспечения.

Таким образом, актуальность темы исследования определяется необходимостью изучения потребностей заинтересованных сторон в информации о социальной ответственности бизнеса; разработки научно-методического подхода к реализации и апробации положений международных стандартов социальной ответственности бизнеса; формирования направлений социальной ответственности предприятий и разработки соответствующего информационного обеспечения.

Связь работы с научными программами, планами, темами. Диссертация выполнена в соответствии с планами научно-исследовательской работы кафедры бухгалтерского учёта ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при выполнении госбюджетных тем: «Теоретико-методологические основы формирования социоориентированного учёта и отчётности» (Д-2013-24, номер государственной регистрации 0113U004163) – автором разработаны рекомендации по совершенствованию структуры и содержания социальной отчётности, взаимосвязи её показателей с показателями финансовой отчётности; «Социально-институциональный подход в развитии системы бухгалтерского учёта: теория, методология, организация» (Д-2016-7) – автором разработан механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Цель и задачи исследования. Цель диссертационной работы заключается в комплексном решении проблемы развития социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи теоретического и практического характера, а именно:

- 1) исследовать концепцию «открытого общества», определить её значение для развития предпринимательства в целом и социальной ответственности бизнеса в частности;

2) усовершенствовать иерархическую структуру и содержание элементов института социальной ответственности, направленных на развитие предпринимательской среды;

3) проанализировать международные стандарты социальной ответственности бизнеса и усовершенствовать подходы к реализации их положений;

4) сформировать концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса;

5) изучить современное состояние социальной ответственности бизнеса и его информационного обеспечения на предприятиях региона;

6) разработать и адаптировать механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;

7) разработать научно-методическую основу регламентации и унификации формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Объектом исследования является процесс развития социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде.

Предметом исследования являются теоретические, методические и прикладные положения развития социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т.ч. экономика предпринимательства), в части п. 8.11. «Формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды. Экономическое поведение предпринимательских структур»; п. 8.25 «Социальная ответственность в предпринимательской деятельности».

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке теоретических положений и формировании методических рекомендаций по развитию социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде.

Наиболее значимые результаты исследования, содержащие научную новизну, характеризуется следующими положениями:

усовершенствовано:

концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса, пути реализации которого, в отличие от существующих, направлены на разработку методических основ адаптации международных стандартов социальной ответственности, механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса и взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности;

иерархическую структуру и содержание социальной ответственности бизнеса, которую отличает институциональный подход, реализация которого позволила сформировать иерархию элементов социальной ответственности бизнеса как социально-экономического института, ориентированного на развитие предпринимательской среды путем согласования интересов заинтересованных сторон;

методический подход к реализации положений международных стандартов социальной ответственности, отличающийся от существующих совокупностью последовательных действий по формированию: 1) приоритетов развития предприятия, учитывающих направления социальной ответственности бизнеса и позволяющих минимизировать конфликты интересов заинтересованных сторон; 2) взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности, способствующей последовательному раскрытию информации нефинансового и финансового характера в социальной отчётности для заинтересованных сторон;

механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, в основу формирования которого, в отличие от существующих, положены организационная, методическая и техническая компоненты, позволяющий повысить качество информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, оптимизировать процесс формирования информации о социальной ответственности предприятия для заинтересованных сторон;

научно-методическую основу регламентации процесса формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, которая отличается унификацией сбора, обработки и систематизации информации, необходимой заинтересованным сторонам для принятия управленческих решений о социальной ответственности предприятия;

получили дальнейшее развитие:

понятийно-категориальный аппарат: *институт социальной ответственности бизнеса* (форма организации деятельности субъекта хозяйствования, обуславливаемая комплексом норм, ценностей, процедур и принципов, а также наличием материальных и других ресурсов, что в совокупности обеспечивает удовлетворение интересов всех групп заинтересованных сторон на взаимовыгодных условиях с целью достижения как экономических, так и социальных результатов); *предпринимательская среда* (совокупность внешних и внутренних факторов, которые оказывают как позитивное, так и негативное влияние на деятельность субъектов хозяйствования); *социальная отчетность* (совокупность взаимосвязанных количественных и качественных показателей, отражающих экономические, экологические и социальные результаты взаимодействия субъекта хозяйствования и общества);

методический подход к оценке состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, который отличается от существующих методов параметризацией его элементов, учитывающих их значимость для предприятия.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, достигнутым уровнем разработанности изучаемой проблемы, научной новизной, полученной в результате исследования, и заключается в научном решении проблемы развития социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде. Разработанные в диссертации рекомендации по

развитию социальной ответственности бизнеса могут являться основой для дальнейших исследований в сфере экономики.

Практическая значимость полученных результатов заключается в обогащении практики научно обоснованными рекомендациями по совершенствованию методических подходов к развитию социальной ответственности бизнеса и её информационного обеспечения с целью оптимизации принятия управленческих решений.

Наиболее важное значение имеют: рекомендации по реализации положений международных стандартов социальной ответственности; рекомендации по разработке механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса и составлению соответствующего внутрифирменного стандарта; рекомендации по совершенствованию структуры и содержания социальной отчетности, взаимосвязи её показателей с показателями финансовой отчётности.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены в деятельность: Управления труда и социальной защиты населения администрации Ленинского района г. Донецка (г. Донецк, справка № 02-08/4110/1/07 от 25.10.2018 г.); ООО «Треналофф-Траст» (г. Донецк, справка № 37 от 15.04.2018 г.); ООО «Лемма Плюс» (г. Торез, справка № 14/л от 20.06.2018 г.); Общественной организации «Фонд поддержки развития образования» (г. Донецк, справка № 311 от 01.03.2018 г.); ООО «Донремонт» (г. Донецк, справка № 65/б от 11.12.2017 г.).

Материалы научного исследования используются в учебном процессе при подготовке учебно-методических комплексов по дисциплинам: «Социальная ответственность бизнеса», «Предпринимательство и бизнес-культура», «Бухгалтерская финансовая отчётность», «Бухгалтерский управленческий учёт (продвинутый уровень)» в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (г. Донецк, справка № 08.07/1513 от 06.11.2018 г.).

Методология и методы исследования. Теоретическую и методологическую основу исследования составили научные труды отечественных и зарубежных ученых по современным проблемам развития предпринимательства и социальной ответственности бизнеса. В ходе исследования были использованы материалы научно-практических конференций и семинаров по теме диссертационной работы, а также материалы специальной, общеэкономической научной литературы и периодических изданий. Информационной базой исследования послужили статистические данные министерств Донецкой Народной Республики, Российского союза промышленников и предпринимателей, данные маркетинговых и социальных исследований, научные источники, информация периодических печатных, справочных и информационных изданий, данные социальной отчетности ведущих мировых компаний, экспертные оценки, информация ряда официальных корпоративных сайтов, результаты собственных опросов руководителей, менеджеров различных уровней управления и ведущих специалистов предприятий Донецкой Народной Республики.

Для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач использованы следующие общенаучные и специальные методы: анализа и синтеза, индукции и дедукции – для исследования понятийного аппарата; институционального подхода – для усовершенствования иерархической структуры и содержания элементов социальной ответственности бизнеса; сравнительного анализа и анкетирования – для изучения опыта социальной ответственности мировых компаний и отечественных предприятий; логический – для исследования современного процесса формирования информационного обеспечения предприятиями; метод анализа иерархий – для проведения оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики; системного подхода – для определения проблем развития социальной ответственности бизнеса в разрезе; моделирования – для разработки и адаптации механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;

графический метод – для наглядного отражения отдельных результатов исследования. Обработка данных осуществлялась с помощью персонального компьютера с использованием пакета EXCEL для Windows.

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения:

1. Концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса.

2. Иерархическая структура и содержание социальной ответственности бизнеса, основанная на институциональном подходе.

3. Методический подход к реализации положений международных стандартов социальной ответственности.

4. Механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

5. Научно-методическая основа регламентации процесса формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса и его унификации.

6. Понятийно-категориальный аппарат: институт социальной ответственности бизнеса, предпринимательская среда, социальная отчетность.

7. Методический подход к оценке состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Степень достоверности и апробация результатов. Диссертация представляет собой самостоятельное научное исследование.

Основные результаты диссертационной работы обсуждались и получили высокую оценку на 15 конференциях различного уровня: «Управление предприятием в условиях нестабильности» (г. Донецк, 2016 г.), «Инновационное развитие российской экономики» (г. Москва, 2016, 2017 г.), «Менеджмент качества и устойчивое развитие в изменяющемся мире» (г. Саранск, 2016 г.), «Актуальные проблемы развития экономики современной России» (г. Черкесск, 2016 г.), «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (г. Москва, 2017 г.), «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт,

перспективы» (г. Донецк, 2017 г.), «Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты» (г. Горловка, 2018 г.), «Приоритетные векторы развития промышленности и сельского хозяйства» (г. Макеевка, 2018 г.), «Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития» (г. Донецк, 2018 г.), «Анализ состояния и перспективы развития экономики России» (г. Иваново, 2018 г.), «Экономика России: реалии и перспективы развития» (г. Краснодар, 2018 г.), «Современные вызовы и реалии экономического развития России» (г. Ставрополь, 2018 г.), «Менеджмент и маркетинг: теория и практика» (г. Чебоксары, 2018 г.).

Публикации. Основные положения диссертационной работы изложены в 31 научной публикации, в том числе: 2 коллективные монографии, 14 статей в научных специализированных изданиях, 15 тезисов докладов. Общий объем публикаций автора составляет 14,65 печ. л.

Логическая структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трёх разделов, заключения, списка использованной литературы, приложений. Объем работы составляет 230 страниц. Работа содержит 46 рисунков, 46 таблиц, 16 приложений, которые размещены на 92 страницах. Список использованной литературы насчитывает 206 наименований и размещен на 22 страницах.

РАЗДЕЛ 1 КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ

1.1 Концепция «открытого общества» как основа развития предпринимательства

Стремительное развитие науки и техники, тенденции развития социальных и экономических отношений в обществе привели к тому, что в современных реалиях решение социальных, культурных, исторических, политических, а также экономических проблем не может происходить в рамках отдельной группы социума.

Тенденция привлечения общества к решению проблем, которые имеют не только региональное, национальное, а и международное значение, является прямым следствием процесса построения социально ориентированной экономики, глобализации.

Развитие предпринимательства в условиях построения социально ориентированной экономики не может происходить без учета как общественных интересов в целом, так и интересов заинтересованных сторон отдельно взятых хозяйствующих субъектов, в частности. Все это подчеркивает необходимость формирования достоверной информации, которая должна служить интересам государства, общества, отдельного работника.

Динамическая трансформация современного мира приводит к необходимости переосмысления роли и значения человека в контексте глобализации как экономических, так и социальных процессов, происходящих в обществе.

Сейчас социум находится на пороге зарождения принципиально нового, информационного общества, активная научная дискуссия по поводу перспектив становления и развития которого началась в XX веке.

Необходимо отметить, что в научной среде идет активный процесс исследования существующих концепций развития общества, наиболее

перспективными из которых, по нашему мнению, являются концепции постиндустриального, информационного, сетевого и открытого обществ, сущность которых рассмотрена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Сущность современных концепций общества
(составлено автором на основе [3; 21; 64; 68; 70; 77; 115; 177; 178; 205])

Концепция	Сущность концепции	Представители
1	2	3
Постиндустриальное общество	<p>Центральное место в концепции отводится теоретическому знанию.</p> <p>Переход к постиндустриальному обществу обусловлен активной модернизацией технологий, механизацией и автоматизацией производства, вследствие чего доля людей, непосредственно занятых в производстве, значительно уменьшилась.</p> <p>Представители данной концепции определяют постиндустриальное общество как такое, в экономике которого приоритет перешел от производства товаров к оказанию услуг, проведению исследований, организации системы образования и повышения качества жизни, в котором класс технических специалистов стал основой общества.</p>	<p>Д. Белл, Дж. Гершуни, К. Кумар, А. Кумарасвами, А. Пенти</p>
Информационное общество	<p>Центральное место в концепции отводится информации как основе теоретического знания.</p> <p>Переход к информационному обществу, прежде всего, заключается в массовости процессов информатизации, компьютеризации (т.е. компьютерного обеспечения общества и государства), медиатизации (рост качества информации и информативная направленность общественного развития) и интеллектуализации (рост роли и возможностей для развития интеллекта).</p> <p>Представители концепции основное внимание уделяют информации и появлению большого количества субъектов, которые ее производят, обслуживают и используют, вследствие чего в обществе доминируют теоретические знания, меняется понимание системы общественного производства, происходит рост объемов и качества предоставляемых услуг субъектами хозяйствования.</p>	<p>Й. Масуда, Д. Белл, У. Дайзард, М. Кастельс, М. Маклюэн, Э. Тоффлер, Ф. Уэбстер, К. Шеннон</p>
Сетевое общество	<p>Центральное место в концепции отводится вариантам использования информации в обществе.</p> <p>Переход к сетевому обществу обусловлен активным взаимодействием экономических, социальных, политических институтов, а также их интеграцией в одну глобальную сеть.</p> <p>Представители концепции выделяют такие характерные черты сетевого общества: увеличение роли информации в жизни общества, увеличение доли компьютерных коммуникаций, создание глобального информационного (коммуникативного) пространства, и, соответственно, изменение самой социальной реальности, в которой все основные сферы жизнедеятельности основываются на «сетевой логике».</p>	<p>М. Кастельс Д. Барни, Дж. Ван Дайк, Д. Тапскотт, Д. Шуллер, Б. Уеллмен,</p>

Продолжение таблицы 1.1

1	2	3
Открытое общество	Центральное место в концепции отводится информации о ценностях, потребностях, ответственности общества или отдельных его групп. Критерием перехода к «открытому» обществу выступает активное участие людей в общественной жизни. Представители концепции к главным составляющим «открытого общества» относят ценности, потребности, идеалы свободы, справедливости, ответственности, демократии.	К. Поппер, Дж. Горер, Л. фон Мизес, Дж. Ст. Милль, Дж. Сорос, Ф. Хайек, Л. Харрисон

Прежде всего, отметим, что представленные концепции не являются логическим продолжением одна другой (за исключением концепций постиндустриального и информационного общества в рамках исследований Д. Белла), а разрабатывались параллельно в XX – начале XXI в.

Тем не менее, анализ вышеуказанных концепций позволяет утверждать, что в основе каждой из них находится ценностная ориентация на информацию, что связано с переходом от постиндустриального общества к информационному, появление которого, собственно, и обусловлено развитием информационных технологий, радикально меняющих общественную жизнь.

Все представленные концепции не ограничиваются рассмотрением экономической стороны взаимоотношений в обществе, а затрагивают социальные и политические (речь идет в большей степени о концепции «открытого общества») стороны жизни общества.

Основу концепций постиндустриального, информационного и сетевого обществ составляет, прежде всего, развитие производства информационных, а не материальных ценностей. Представители указанных концепций утверждают, что значительная роль в поступательном развитии общества нового формата должна отводиться интегрированным информационно-коммуникационным технологиям (концепция сетевого общества), наукоемким отраслям промышленности и знаниям, которые постепенно перестают выполнять вспомогательную функцию и превращаются в самостоятельный ресурс, на основании которого принимают важные управленческие решения (концепции постиндустриального и

информационного обществ). При этом стратегическими ресурсами и главными факторами развития таких обществ является человеческий капитал, концентрация теоретического знания, обработка информации, образование и т.д.

Трудно согласиться с тем, что движущей силой современного общества является исключительно техника, осуществляющая обработку и преобразование информации, а также сам процесс обработки полученной информации, на что указано в работах ряда авторов [17; 205].

Уделяя внимание исследованиям в данном направлении, по нашему мнению, ученые упускают из виду тот факт, что источником экономического и социального прогресса общества является, прежде всего, человек, с присущими ему потребностями, ценностями и интересами.

В этой связи концепция «открытого общества» К. Поппера в ее современной интерпретации Дж. Соросом является актуальной в контексте глобализации и социализации бизнеса, так как направлена на становление демократического, социального, правового государства посредством согласования общественных и индивидуальных интересов в социуме, которое должно происходить посредством развития, прежде всего, предпринимательства.

Рассматривая рыночный характер взаимоотношений индивидов в обществе в контексте социальных процессов и явлений, формирование «открытого общества» представляет собой многоплановую и многоуровневую научную проблему, решение которой позволит расширить права и свободы человека и общества.

Впервые термин «открытое общество» был применен А. Бергсоном в морально-религиозном контексте. Под этим понятием А. Бергсон понимал общество, характеризующееся отсутствием антагонизмов и предпочитающее свободу личности и свободу творчества. В отличие от статического (закрытого общества) открытое общество максимально динамично. Его основа – творческая личность, его свойство – дух новаторства, который способен сломать любые фиксированные схемы закрытого общества [3].

Необходимо отметить, что идея «открытого общества», впервые высказанная А. Бергсоном в труде «Два источника морали и религии», а затем продолженная К. Поппером в работе «Открытое общество и его враги», была выдвинута как антитеза понятию тоталитарного общества, а именно была «...направлена против нацизма и коммунизма...» [145; с. 1].

Следовательно, к главным составляющим «открытого общества» можно отнести закон, идеалы свободы, справедливости, ответственности, честности [145, с. 9]. «Открытое общество» нуждается в максимальном проявлении творческого потенциала всех своих членов в решении любой проблемы, возникающей перед обществом и государством в процессе исторического развития.

Феномен «открытого общества» К. Поппер рассматривал в противопоставлении традиционному «закрытому обществу», в котором люди верят в существование магических табу и действуют, исходя из этой веры, а члены «открытого общества» научились основывать свои решения на совместном критическом обсуждении и возможностях собственного интеллекта [145, с. 251].

Принимая решения, основанные на собственном интеллекте, индивид должен быть готов нести полную личную ответственность за свои поступки. Условием такой ответственности выступает свободная личность, зависящая только от себя. Человек с такой точки зрения предстает как «частный собственник своей жизни», ее неограниченный владелец и распорядитель, откуда и вытекает классическая просвещенческая идея о договорном характере общественных отношений [77, с. 85]. То есть речь идет о том, что отношения в «открытом обществе» обретают формальный характер сделки (договора).

Вышесказанное позволяет утверждать, что обмен, как и любой процесс, происходящий в «открытом обществе», должен быть актом свободы, в связи с этим, в «открытом обществе» первая обязанность человека – обладать соответствующими знаниями для того, чтобы совершить данный обмен.

В свою очередь, это означает, что люди должны брать на себя ответственность за соблюдение прав человека, добровольно подчиняться закону,

заботиться об общественном благосостоянии, а также должны «четко осознавать, что именно выступает в роли морального фундамента демократии...» [115, с. 60].

При кажущейся многоаспектности и обширности понимания сущности «открытого общества», одним из обязательных признаков такого общества является его способность обеспечивать информативность взаимоотношений в обществе [115].

Другими словами, все решения, принимаемые членами «открытого общества», должны основываться на информации, содержание которой контролируется общественностью, что не позволяет ей стать инструментом пропаганды [159].

Глубокое и всестороннее рассмотрение процесса построения «открытого общества» с позиций теории и практики в работах ученых [3; 77; 115; 119] позволило нам прийти к следующему выводу: в «открытом обществе» каждый индивид получает возможность реализации личных и общественных интересов в соответствии с собственными потребностями и запросами. При этом реализация личных и общественных интересов происходит на основе накопленной им информации, а также полной личной ответственности за свои поступки.

Сформулированный тезис должен быть положен в основу развития предпринимательства. Однако стоит отметить, что основу концепции «открытого общества» составляют вопросы и проблемы исключительно философского характера, поэтому для решения задач исследования, необходимо рассмотрение данной концепции с позиций экономической теории.

По нашему мнению, в данном направлении представляет интерес современная интерпретация концепции «открытого общества», предложенная Дж. Соросом, основой которой выступают рациональные (экономические) и иррациональные (не экономические) интересы, потребности индивидов и общества, социальная ответственность бизнеса.

Дж. Сорос считает чрезмерно упрощенным понимание «открытого общества» К. Поппером, указывая при этом, что модель такого общества, как правило, не уделяет должного внимания рыночному характеру взаимоотношений

индивидов в обществе. Автор утверждает, что концепция «открытого общества» слишком общая, чтобы давать рецепты для принятия конкретных решений.

Тем не менее, термин «открытое общество» автором употребляется в трех различных смыслах, а именно:

- равновесное состояние общества (речь идет о таком обществе, где происходит гармоничное достижение как личных, так и общественных интересов);
- идея, к которой можно приблизиться, но которая в реальности недостижима;
- цель, к которой следует стремиться.

Стоит отметить, что в целом «открытое общество», по Дж. Соросу, не отличается от его трактовки К. Поппером, а именно оно предполагает свободу, демократию, верховенство закона и прав каждого человека, социальную справедливость и социальную ответственность. Однако приобретает экономический окрас, о чем свидетельствуют результаты проведенного нами анализа работ Дж. Сороса, посвященных данной тематике [158-160].

Рассматривая возможность построения «открытого общества» в современном мире, учёный отмечает, что «...пропаганда рыночных принципов зашла слишком далеко и стала слишком односторонней. Рыночные фундаменталисты верят в то, что лучшим средством достижения общего блага является ничем не ограниченное стремление к благу личному. Это ложная вера, и, тем не менее, она приобрела очень много последователей. Именно она является помехой на пути к нашей цели – глобальному открытому обществу. Мы очень близки к этой цели, однако не сможем достичь ее, если не осознаем ошибочности рыночного фундаментализма и не устраним несоответствия между экономической организацией мира ... и его социальной организацией» [160, с. 171].

Отметим, что под рыночным фундаментализмом автор понимает рыночную саморегуляцию, а также возможность достижения общественного блага в рамках свободной неограниченной конкуренции. Отсюда следует вывод о том, что рыночные отношения не нуждаются ни в государственном вмешательстве, ни во вмешательстве со стороны международного сообщества,

Придерживаясь мнения о том, что рыночные отношения в «открытом обществе» находятся под влиянием как личных, так и общественных интересов, учёный критикует позицию большинства современных экономистов, которая заключается в том, что людям следует стремиться только к удовлетворению личных интересов, оставляя при этом необходимость достижения общего благосостояния вне поля своей деятельности.

Глобализация экономики и развитие предпринимательства приводят к необходимости построения «открытого общества», признавая при этом существование некоторых общих интересов, имеющих приоритет над личными.

Исходя из этого, правомерно рассматривать всех людей как участников рынка и как участников политического (социального) процесса. Отсюда следует вывод: если в первом случае человек должен преследовать личные интересы, то во втором – интересы общества.

Личные интересы, как правило, не оказывают влияния на общественные интересы, независимо от того, заботится ли субъект принятия решений об общественном благе или нет. Участники рынка преследуют собственную выгоду в процессе свободного обмена с другими его участниками [160, с. 213].

Решения, принимаемые человеком или субъектом хозяйствования, имеют социальные последствия и непосредственно влияют на условия существования общества, однако, крайне важно понимать, что они не всегда совпадают с интересами целого общества или отдельных его групп. Здесь Дж. Сорос приводит пример избирателей, которые, голосуя, выражают свои воззрения на то, в чем состоят общественные интересы [160, с. 214].

Как следствие, различные виды деятельности должны оцениваться по разным критериям: рыночные решения участников рынка следует оценивать по их индивидуальным последствиям (преимущественно экономическим), а решения участников политического (социального) процесса – по общественным последствиям (преимущественно социальным).

Дальнейшее логичное рассуждение на тему основных экономических категорий «открытого общества», а именно «потребностей», «ценностей»,

«интересов», «социальной ответственности» приводит Дж. Сороса к следующему выводу: «...рыночные ценности неморальны, тогда как ценности общественные являются моральными по самой своей сути. Рыночные ценности ориентированы на победу, общественные – на то, чтобы заставить человека поступать по правилам независимо от того, приводит ли это к победе или поражению» [160, с. 216].

Анализ современной интерпретации концепции «открытого общества», позволяет сделать вывод о том, что современные реалии приводят к необходимости более детального изучения и переосмысления фундаментальных экономических категорий, таких как «потребность», «ценность», «интерес» и т.д.

Здесь уместно обратить внимание на то, что современному этапу развития общества характерна активизация процессов трансформации понятий и принципов экономической науки в целом. Причем отметим, что в предпринимательской деятельности эта трансформация происходит посредством переосмысления её социальной значимости, а также модификации методологии, на основе которой будет формироваться информация о процессах хозяйствования, способная направлять действия (решения) человека, в зависимости от его интересов и убеждений.

Очевидно, что человечество пытается упорядочить информацию о процессах хозяйствования, начиная с появления письменности и математики (арифметики). До сих пор эта задача не потеряла свою актуальность.

В условиях построения социально ориентированной экономики, «открытого общества» особую актуальность приобретает вопрос социализации всего научного знания, а, в первую очередь, гуманитарных и общественных наук, в состав которых входит и экономика, развитие которой следует рассматривать в контексте необходимости достижения гармонии социальных и экономических интересов всех членов общества.

В качестве попытки преодолеть конфликт личных и общественных интересов (основанных на неморальных и моральных ценностях), Дж. Сорос высказывает мнение, которое представляет интерес в рамках исследования.

Автор указывает на необходимость применения принципа «субсидиарности», поясняя, что «... поскольку выработка решения относительно того, в чем состоит общее благо, дело сложное, такие решения должны приниматься на самом низком уровне...» [160, с. 186].

Приходим к выводу, что личные и общественные интересы необходимо рассматривать на уровне отдельно взятого хозяйствующего субъекта (или человека), так как вероятность того, что индивид подчинит собственные интересы интересам сообщества выше, чем на государственном уровне, где границу между интересами будет установить достаточно трудно.

Следовательно, такие основополагающие категории «открытого общества», как «потребность», «ценность», «интерес», «ответственность» и, собственно, «открытость информации» должны быть учтены при изучении закономерностей и тенденций развития современного предпринимательства.

Критически анализируя современную интерпретацию концепции «открытого общества», по нашему мнению, можно представить её в виде последовательной цепочки экономических категорий, что схематично изображено на рисунке 1.1.

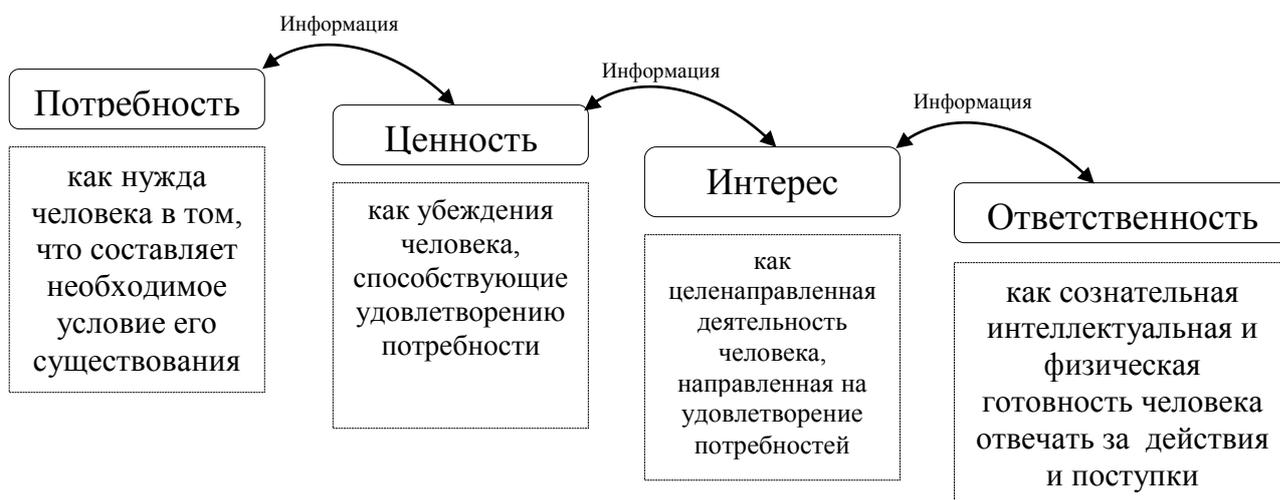


Рисунок 1.1 – Современная интерпретация концепции «открытого общества» как последовательной цепочки экономических категорий (сформировано автором на основе обобщения [158-160; 179])

По нашему мнению, в основе концепции «открытого общества» лежит динамическая трансформация указанных на рисунке 1.1 категорий их последовательный переход друг к другу, что позволяет отдельно взятому хозяйствующему субъекту (или человеку) корректировать свои потребности и интересы, предопределить свою ответственность. В данном контексте открытое общество ориентировано на расширение границ современного предпринимательства, активное развитие государственно-частного партнерства, формирование основ социальной ответственности бизнеса.

Как видно, все представленные на рисунке 1.1 экономические категории взаимосвязаны и взаимообусловлены. Так, раскрывая связь между потребностями и интересами, необходимо подчеркнуть, что интерес возникает не только на основе определенных потребностей, но и ценностей, которыми руководствуется человек при удовлетворении своих потребностей.

В свою очередь, интерес как целенаправленная деятельность человека, направленная на удовлетворение потребностей, способствует формированию ответственности как общества в целом, так и каждого человека, в частности.

Факт существования у людей различных интересов объясняется, прежде всего, внутренней иерархией потребностей для каждого человека. Отметим, что единственно верную иерархию потребностей разработать невозможно, поэтому рассмотрим наиболее известную теорию потребностей (в части их иерархии), предложенную А. Маслоу [120], опираясь на которую, охарактеризуем потребности, интересы и ответственность в «открытом» обществе (таблица 1.2).

Таблица 1.2 – Характеристика потребности, интереса и ответственности в «открытом» обществе (составлено автором на основе [120])

Уровень потребности по А. Маслоу / Характеристика потребности	Интерес	Направления ответственности
1	2	2
<i>1. Физиологические</i> Потребность в дыхании, пище, одежде, отдыхе и т.д.	Приобретение, хранение, производство необходимого количества пищи, одежды и т.д.	– экономное использование воды, электроэнергии и других ресурсов; – обеспеченность общества достаточным количеством пищи, одежды и т.д.

1	2	3
<u>2. Экзистенциальные</u> Потребности в безопасности существования, уверенности в будущем, стабильности условий жизнедеятельности, и т.д.	Обеспечение комфортных и безопасных условий жизни путем приобретения средств защиты, а также наличие постоянного заработка и постоянной занятости и т.д.	– профилактика правонарушений в обществе; – обеспечение социальной защиты и безопасность населения и т.д.
<u>3. Социальные</u> Потребности в общении, заботе о близких, во внимании к себе и т.д.	Принадлежность к той или иной группе общества, участие в общественной жизни социума и т.д.	– уважение к людям пожилого возраста, инвалидам; – обеспечение возможности для развития волонтерства, образования, спорта и т.д.
<u>4. Престижные</u> Потребности в карьерном росте, признании, уважении и т.д.	Повышение квалификации, развитие профессиональных компетенций, приобретение эксклюзивных материальных ценностей и т.д.	– формирование престижности выбора определенной профессии, а также необходимости профессионального роста и т.д.
<u>5. Духовные</u> Потребности в творчестве и самовыражении, развитии собственной личности и т.д.	Посещение культурных мероприятий, создание необходимых условий для духовного, культурного роста и т.д.	– формирование убеждений, ценностных ориентации, эстетических идеалов, патриотических настроений и т.д.

На основании представленного в таблице 1.2 материала понятно, что идентификация определенной потребности происходит в сознании человека, в свою очередь, для формирования интереса и, как следствие, ответственности, необходима информация о происходящих событиях и процессах. Следовательно, особое внимание для развития предпринимательства необходимо уделить изучению таких категорий, как «интерес» и «ответственность».

Не возникает сомнений в том, что формирование информации, которая бы отражала реальное соотношение социальных, экономических интересов и ответственности, является крайне актуальной. В свою очередь, данная необходимость демонстрирует, что существующая методология и подходы к организации хозяйственной деятельности не всегда могут удовлетворять потребность социума (отдельной его группы) в информации.

По нашему мнению, удачно отмечено в [81, с. 17]: «...порядок, хозяйственный и государственный – необходимая основа для социального и

культурного порядка; общество может процветать, прогрессировать и достичь лучшего будущего только через обеспечение порядка ...».

Достижение порядка в согласовании интересов субъектов хозяйствования (в лице отдельных индивидов) и общества возможно только в случае организации предпринимательской деятельности с учетом культурных, политических и экономических факторов, при этом важное место должно отводиться анализу интересов тех групп пользователей информации, которые оказывают непосредственное влияние на деятельность хозяйствующего субъекта.

Анализ научных работ, посвященных проблемам корпоративного управления [88; 117; 122; 143; 156; 166; 186; 187], позволил выделить основные теории управления, в которых рассматриваются вопросы соотношения уровня предоставления информации о деятельности компании и специфических интересов субъектов хозяйствования. К таким теориям можно отнести агентскую теорию (agency theory), теорию заинтересованных сторон или теорию стейкхолдеров (stakeholders theory), контрактную теорию (contract theory) [81, с. 81].

Основные положения данных теорий систематизированы в приложении А. Рассмотрим возможности применения положений представленных теорий в контексте необходимости достижения согласования интересов и формирования ответственности в процессе предпринимательской деятельности.

Отметим, что на положения агентской теории не стоит опираться в полной мере, так как заключение контрактов между субъектами может как происходить, так и не происходить. Следовательно, нельзя достоверно оценить влияние интересов того или иного субъекта на хозяйственную деятельность, формирование показателей отчетности в рамках только заключенных контрактов и, как следствие, соответствующих расходов.

По нашему мнению, наиболее полно влияние заинтересованных сторон можно определить, опираясь на теорию стейкхолдеров (и, как следствие, на контрактную теорию, так как она является симбиозом положений двух

предыдущих теорий). С помощью данной теории на практике можно решить следующие задачи:

- определить стейкхолдеров компании и оценить их потенциальное влияние на ее деятельность. Как правило, на практике фокусировка идет на группу заинтересованных сторон, взаимоотношения с которой действительно важны, и с интересами которой действительно стоит считаться, потому что она постоянно влияет на деятельность компании и, следовательно, может заставить компанию изменить свое поведение;
- определить цели, которые необходимо достичь в отношениях с каждым из стейкхолдеров, факторы, влияющие на достижение целей, и возможные риски;
- определить возможности для взаимовыгодного сотрудничества. На этом этапе изучаются направления действий компании, целью которых является максимальное удовлетворение интересов стейкхолдеров;
- гармонизировать взаимоотношения со стейкхолдерами в целом [156].

Стоит отметить, что теория стейкхолдеров компании (заинтересованных сторон) произвела настоящую революцию в менеджменте. Автором является специалист в области стратегического управления Р. Фриман, который в работе «Стратегический менеджмент: подход заинтересованных сторон» не только представил наиболее полное и универсальное определение понятия «стейкхолдеры» как совокупности агентов, осуществляющих несомненное влияние на компанию, в то же время испытывающих влияние компании на себе, но и предложил принципиально иной взгляд не только на природу компании, но и на ее целевое назначение. Согласно его утверждению, приоритетной установкой руководства компании должна стать максимальная ориентация на удовлетворение интересов всех категорий стейкхолдеров и, конечно, достижение собственных целей [198].

Основными субъектами теории заинтересованных сторон являются компании, а их ответственность проявляется через действия конкретных индивидов, которые были обусловлены их принадлежностью к компании.

В свою очередь, всех стейкхолдеров компании целесообразно разделить на внешних (государственные органы на местном, региональном и национальном уровнях, потенциальные работники, инвесторы, финансовые институты, поставщики, СМИ, общественные организации, клиенты и т.д.) и внутренних (акционеры, административный персонал и другие работники компании).

Способом внедрения положений теории заинтересованных сторон в практическую деятельность является использование различных инструментов, предназначенных для стратегического управления, анализа и измерения эффективности различных аспектов деятельности компании.

Целесообразно выделить систему показателей ответственности (Accountability Scorecard – ASC), которая впервые была описана известным консультантом Ф. Николсом в 2000 г. На рисунке 1.2. приведена структура модели Accountability Scorecard [203, с. 56].

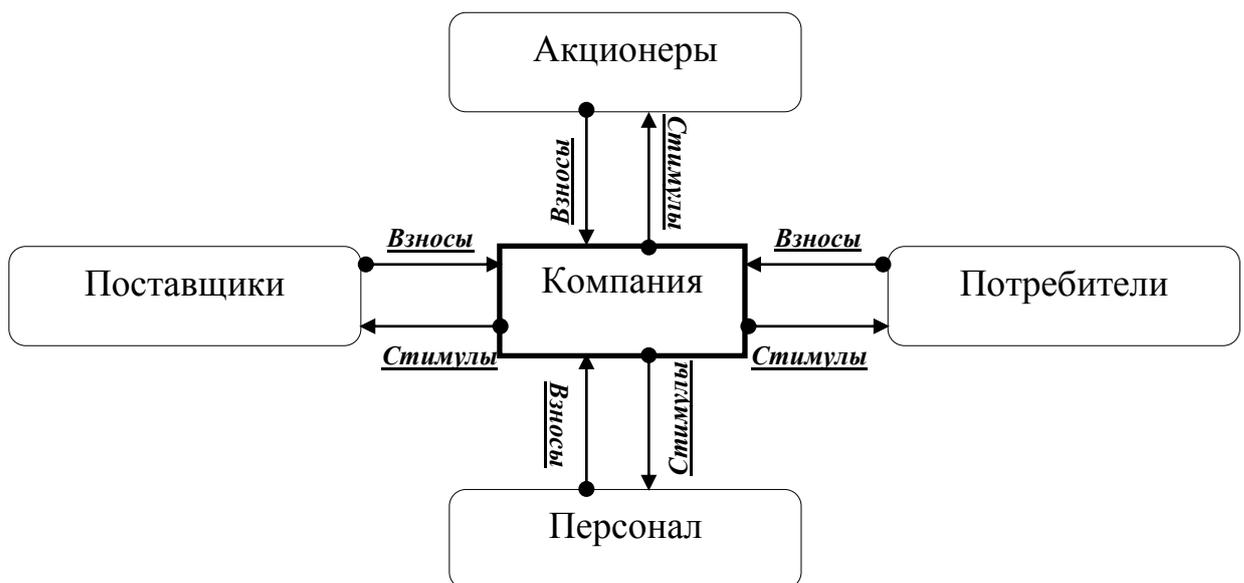


Рисунок 1.2 – Структура модели Accountability Scorecard [203, с. 56]

Системой измерения результативности бизнеса (в контексте взаимодействия с заинтересованными сторонами), которая получила распространение в мире, является сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard – BSC), разработанная в 1992 г. профессором Робертом Капланом и известным консультантом Дэвидом Нортон. Структура модели Balanced Scorecard представлена на рисунке 1.3 [201, с. 75].

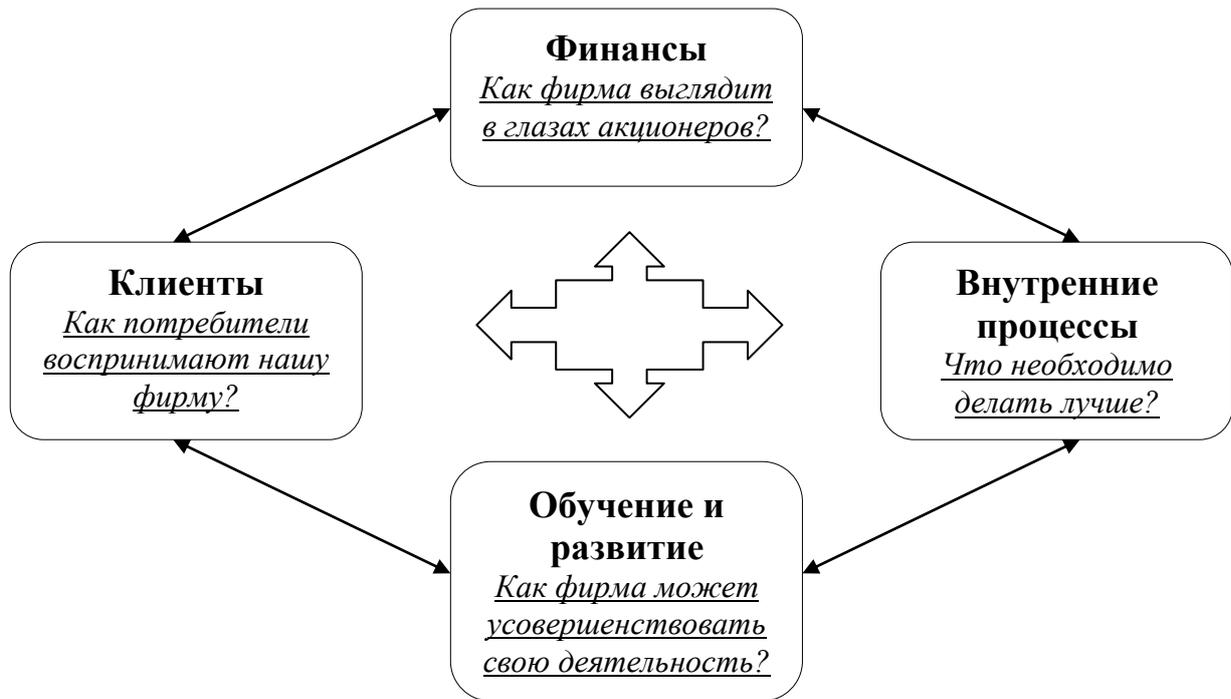


Рисунок 1.3 – Структура модели Balanced Scorecard [201, с. 75]

Приведенные модели являются ярким примером значимости для развития предпринимательства концептуальных положений теории заинтересованных сторон, расширяющих мировоззрение современного менеджера и постепенно формирующим направления социальной ответственности как компании, так и ее заинтересованных сторон.

Согласно указанным системам, компании должны регулярно анализировать и оценивать интересы (взносы, стимулы) заинтересованных сторон с целью выявления:

- потребностей заинтересованных сторон в информации;
- возможных конфликтов интересов, которые могут возникнуть в результате определенных действий компании;
- ресурсной возможности (финансовой, трудовой и т.д.), которую можно ожидать в результате определенных условий.

Анализ сущности взаимоотношений заинтересованных сторон и компании позволил определить интересы стейкхолдеров, их взносы и стимулы (согласно модели Accountability Scorecard), а также рассмотреть их значение для развития предпринимательства. Результаты приведены в приложении Б (табл. Б.1).

Учитывая достаточно широкий круг заинтересованных сторон, компании необходимо использовать различные методы информирования их о разных сторонах своей деятельности (социальной, экологической, трудовой и т.п.), ключевую роль в этом должен занимать не только анализ интересов всех групп стейкхолдеров, но и изучение возможности отражения информации о таких интересах в учете. Матрица отражения информации, представляющей интерес для заинтересованных сторон в учете представлена в приложении Б (табл. Б.2).

Анализ сформированной матрицы позволяет сделать вывод о том, что основные интересы заинтересованных сторон сводятся к необходимости получения информации о расходах, доходах (как следствие, и о финансовом результате), структуре дебиторской и кредиторской задолженности компании. Отметим, что в целом формирование такой информации происходит в системе бухгалтерского учета однако без соответствующей детализации данных, что является одной из причин конфликта интересов.

Интересы всех заинтересованных сторон целесообразно разделять на индивидуальные и коллективные, что можно отнести к одной из особенностей «открытого общества» в интерпретации Дж. Сороса. Так, например, все внутренние заинтересованные лица имеют общий интерес – развитие компании. При этом индивидуальные интересы каждой из групп отличаются.

Например, требования профсоюзов по повышению заработной платы противоречат достижению максимальной прибыльности, расширение производства может иметь негативные последствия для окружающей среды, административный персонал может получать личную выгоду в случаях, когда это противоречит интересам акционеров.

Следовательно, возникает конфликт интересов, сущность которого заключается в сопоставлении взносов заинтересованных сторон и полученного ими стимула (или вознаграждения). В приложении Б (рис. Б.1) схематично изображены примеры конфликтов интересов между группами заинтересованных сторон.

Анализ данных, представленных в приложении Б (рис. Б.1), позволяет утверждать, что наибольшее количество конфликтов возникает между группами внутренних заинтересованных сторон (в лице акционеров и административного персонала) и внешних заинтересованных сторон (речь идет о государственных органах, поставщиках и подрядчиках, клиентах и обществе).

Следовательно, ключевым моментом при определении дальнейшей логики исследования является более детальное изучение такой основополагающей категории «открытого общества», как «ответственность». Отметим, что вопросы ответственности многогранны и могут рассматриваться не только с позиций экономики, но и социологии, философии, истории. Однако в рамках дальнейшего исследования внимание будет сконцентрировано на социальной ответственности бизнеса, придерживаясь принципа «субсидиарности», высказанного Дж. Соросом, который был описан ранее.

Таким образом, концепция «открытого общества» К. Поппера и ее современная интерпретация Дж. Соросом, направленная на становление демократического, социального, правового государства посредством согласования общественных и индивидуальных интересов в социуме, приводит к необходимости трансформации предпринимательской деятельности, переосмыслению ее роли и значения в современных условиях. При этом в основу развития предпринимательства в современных условиях должна быть положена гармонизация взаимоотношений заинтересованных сторон и субъекта хозяйствования с присущими им конфликтами интересов, подчеркивающими возрастающее значение социальной ответственности бизнеса.

1.2 Институт социальной ответственности бизнеса и его роль в формировании и развитии предпринимательской среды

Современные тенденции развития социально ориентированной экономики, поиск новых подходов к ведению предпринимательской деятельности и методов принятия социально ориентированных управленческих решений характеризуются существенными изменениями в социальной и экономической сферах деятельности субъектов хозяйствования. Управленческие решения, направленные на снижение социальной напряженности, улучшение качества жизни населения, защиту окружающей среды, участие в преодолении социальных проблем приобретают особую актуальность. Все это свидетельствует о росте значимости социальной ответственности при формировании стратегических интересов бизнеса.

Изучение специальной экономической литературы по вопросам исторического развития и становления социальной ответственности бизнеса [53; 57; 71; 72; 92; 105; 128; 148; 187] позволило систематизировать все положения в данном направлении в концепции, которые были свойственны каждому этапу:

- базовая концепция корпоративной социальной ответственности (1950 – 1970-е годы);
- концепция корпоративной социальной восприимчивости (1970 – 1990-е годы);
- концепция корпоративной социальной деятельности (1900-е годы – н.в).

Сущность этапов исторического развития концепций социальной ответственности бизнеса представлена в приложении В. Каждый предыдущий этап исторического развития социальной ответственности бизнеса являлся логической основой для развития его следующего этапа.

Так, в 60-х годах XX в. возникала базовая концепция корпоративной социальной ответственности, усилия представителей которой были направлены на поиск оптимальных подходов к удовлетворению социальных и экономических потребностей определенных социальных групп, при этом вопросы

информирования общественности о результатах проведения социальных мероприятий и программ не рассматривались.

Анализ исторического развития концепций социальной ответственности бизнеса, позволяет утверждать, что уже к началу 1970-х г. стало очевидно, что базовая концепция имеет только теоретическую ценность, так как ее положения не могут быть в полной мере применимы на практике. Соответственно, вопросы практической реализации принципов социально ответственной деятельности на уровне отдельных субъектов пришли на смену вопросам философского характера социальной ответственности, а вопросы информирования общественности о результатах проведения социальных мероприятий и программ приобрели особую актуальность в рамках концепции корпоративной социальной восприимчивости.

Желание экономических субъектов построить стойкие взаимоотношения с заинтересованными сторонами привели к переосмыслению обществом социальной значимости субъектов хозяйствования и привели к необходимости информирования общественности о результатах социальной активности компаний.

Отметим, что о росте значимости составления социальной отчетности в концепции корпоративной социальной восприимчивости свидетельствует тот факт, что в 1970-х годах появляются первые нефинансовые отчеты в Европе и Великобритании, а к 1980 году большинство американских корпораций систематически составляют социальные отчеты.

Динамичное развитие социальных и экономических отношений привело к возникновению категорий «предпринимательская среда», «этичное поведение», «предпринимательская культура», которые, в общем виде, рассматривались не только как «реакция» на необходимость выполнения компанией социальных обязательств, а и как способность компаний согласовывать свое поведение с потребностями общества в условиях построения социально ориентированной экономики.

Вектор исследований сторонников концепции корпоративной социальной деятельности направлен на создание комплексной модели, которая бы объединила

положения предшествующих концепций, как в качестве элементов теории социальной ответственности, так и в качестве прикладных аспектов социально ответственного поведения и формирования предпринимательской среды.

Все положения концепций социальной ответственности бизнеса направлены на практическую реализацию крупными корпорациями и компаниями, отсюда следуют различия в трактовках понятий «предпринимательская среда» и «корпоративная предпринимательская среда», «социальная ответственность бизнеса» и «корпоративная социальная ответственность бизнеса».

Речь идет о масштабах деятельности субъекта хозяйствования, вызывая тем самым лексические различия в данных определениях. Правомерность такого вывода подтверждают результаты анализа специальной экономической литературы, опираясь на которые последовательно рассмотрим понятия «(корпоративная) предпринимательская среда» и «(корпоративная) социальная ответственность бизнеса».

Так, Кредисов В.А. [101] рассматривает предпринимательскую среду как социально-экономические условия и факторы окружающей среды, которые влияют на функционирование предприятия и требуют реакции со стороны предприятия на них.

Виноградская А.М. [59, с. 24-25] утверждает, что предпринимательская среда – это общественно экономическая ситуация, которая включает уровень экономической свободы, наличие (или возможность) предпринимательской деятельности, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала и использования необходимых ресурсов.

Асаул А.Н. под предпринимательской средой понимает наличие ситуаций и факторов, воздействующих на субъекты предпринимательской деятельности и требующих принятия управленческих решений для их устранения или приспособления. Другими словами предпринимательская среда представляет собой интегрированную совокупность объективных и субъективных факторов, позволяющих субъектам предпринимательства добиваться успеха в реализации

поставленных целей и подразделяется на внешнюю, как правило, не зависимую от субъектов предпринимательства, и внутреннюю, которая формируется непосредственно субъектом предпринимательства [14].

Бутенко А.И. и Кучеренко В.Р. [104, с. 46] под предпринимательской средой понимают комплекс условий и факторов внешнего порядка, которые влияют на возможности и конечные результаты деятельности субъектов рыночных отношений, а также позволяют предпринимателям достичь целей деятельности.

Здесь нельзя не отметить, что последнее определение является симбиозом мнений Кредисова В.А. и Виноградской А.М., с акцентом на разработку управленческих решений, в целом, возможного негативного влияния факторов и ситуаций в процессе функционирования предприятия.

Керельман М. и Келлер Д. [90, с. 12] определяют предпринимательскую среду как комплекс политических, правовых, организационных и нормативных условий, регулирующих предпринимательскую деятельность. Это – совокупность факторов, которые определяют состояние инвестиционного климата и включают в себя административные и исполнительные механизмы, разработанные для реализации государственной политики, а также организационные мероприятия, влияющие на порядок деятельности основных участников рынка, таких как государственные учреждения, регулирующие инстанции и организации, объединяющие предпринимателей.

По нашему мнению, Керельман М. и Келлер Д. акцентируют внимание на «контролируемости» факторов в предпринимательской среде, подчеркивают возможность снижения их влияния посредством административных ресурсов или нормативно-правовой базы. Отсюда следует, как минимум, «искусственная» природа всех факторов предпринимательской среды, что, по нашему мнению, не совсем верно, так как нельзя исключать и факторы, которые не поддаются какому-то либо контролю, являются исключительно объективными (общая политическая и, как следствие, экономическая ситуация и т.п.).

В данном контексте следует отметить мнение Ткаченко Т.П. [170], связанное с обоснованием необходимости рассмотрения предпринимательской

среды как системы, которая состоит из субъектов предпринимательской деятельности, нормативно-правовой базы, политической ситуации, социальных настроений в обществе, влияющих на деятельность предприятия.

Отдельно стоит отметить позицию Абдулаева З.З. [2], который считает, что предпринимательская среда – это совокупность объективных и субъективных факторов, оказывающих влияние на создание и функционирование субъектов предпринимательской деятельности и определяющих условия их существования и развития.

Такое мнение автора, связанное с разделением факторов предпринимательской среды на субъективные и объективные, в целом, не совпадает с мнением Керельмана М. и Келлера Д., но является логичным и обоснованным.

Подчеркнем, что Ворожбит О.Ю. [61], справедливо дополняет Абдулаева З.З., высказыванием о том, что существуют общие условия и факторы для нескольких сфер и специфические, оказывающие воздействие на конкретную сферу деятельности предпринимательской структуры.

Продолжая исследования Левушкиной С.В. [109], которая рассматривает предпринимательскую среду как совокупность объективных и субъективных факторов, позволяющих предпринимателям достигать поставленных целей и получать прибыль, Цветкова Е.В. [181] акцентирует внимание на том, что предпринимательская среда формируется на основе развития производительных сил, совершенствования производственных и экономических отношений, создания благоприятного общественного и государственного менталитета, формирования рынка как среды деятельности предпринимателей и других важнейших условий.

Результаты анализа мнения ученых по поводу определения предпринимательской среды позволяют говорить об отсутствии единого мнения, отсюда следует и отсутствие единства взглядов на сущность корпоративной предпринимательской среды.

Ильин А.В. [85] утверждает, что под корпоративной предпринимательской

средой следует понимать сложившуюся в стране благоприятную социально-экономическую, политическую, гражданско-правовую ситуацию, обеспечивающую экономическую свободу предпринимательским структурам для занятия предпринимательской деятельностью. Подчеркивая макроэкономический уровень формирования корпоративной предпринимательской среды, автор, в то же время, утверждает, что корпоративную предпринимательскую среду можно представить в единстве нескольких неразрывно связанных между собой принципиальных аспектов:

- в процессуальном аспекте – как совокупность процессов, которые протекают и получают развитие в деятельности предпринимателей в существующем культурном пространстве организации и, в конечном итоге, направлены на соответствующее организационное поведение;
- в системном аспекте – как совокупность звеньев корпоративной среды, а также их связей и взаимосвязей;
- в предметном аспекте – как результат оказанного воздействия корпоративной среды на поведение предпринимателей;
- в генетическом аспекте – как внутренний источник инициации необходимых корпоративных изменений, способствующих самосовершенствованию рассматриваемой организации и завоеванию новых позиций на целевом рынке.

Неоднозначного мнения придерживается Святюк О.Р. [153], предлагая рассматривать не корпоративную предпринимательскую среду, а её инфраструктуру, которая, по мнению автора, состоит из: 1) внешних субъектов корпоративного управления – государства, рынков, институциональных инвесторов; 2) внутренних структурных элементов – владельцев, организационно управленческой структуры, корпоративного контроля, корпоративной культуры.

Лоншакова А.Н. [113] подчеркивает, что благоприятная корпоративная предпринимательская среда должна рассматриваться как совокупность социально-экономических условий, которые характеризуются устойчивостью и рациональностью институциональных норм корпоративного управления, существованием условий для обеспечения социально-экономического

компромисса между корпорациями и обществом, поддержанием и развитием эффективных норм корпоративного поведения и т.п.

Подчеркнем, что в своих исследованиях автор акцентирует внимание на том, что формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды происходит, прежде всего, на уровне предприятия (микроуровне), а не на уровне отрасли (мезоуровне) или национальной экономики (макроуровне). Отсюда следует необходимость согласования различных стратегий предприятия (производственной, маркетинговой и др.) в рамках единой корпоративной стратегии, в основе которой, по мнению Лоншаковой А.Н. [112], должна лежать сбалансированная система показателей эффективности. Основными блоками последней являются: финансы, внутренние бизнес-процессы, обучение и карьерный рост, клиенты.

Итак, можно утверждать, что корпоративная предпринимательская среда включает в себя всю совокупность корпоративных связей и отношений, которые осуществляются в рамках предпринимательской деятельности. При этом авторы не акцентируют внимание на отличиях предпринимательской среды от корпоративной предпринимательской среды. Отсюда следует, что данные понятия отождествляются, а принципиальное отличие между ними, как уже было отмечено, связано с масштабами самого субъекта хозяйствования, применительно к которым применяются понятия «предпринимательская среда» или «корпоративная предпринимательская среда».

По нашему мнению, под предпринимательской средой следует понимать совокупность внешних и внутренних факторов, которые оказывают как позитивное, так и негативное влияние на деятельность субъектов хозяйствования.

Следует согласиться с мнением ряда учёных [84; 88; 104] о целесообразности рассмотрения предпринимательской среды как на макро, так и на микроуровне. Однако учитывая тот факт, что само государство (государственные органы) является стейкхолдером того или иного субъекта хозяйствования, по нашему мнению, формирование и развитие предпринимательской среды необходимо рассматривать на уровне отдельно

взятого предприятия, принимая во внимание как внутренние, так и внешние факторы.

При этом отметим, что целесообразным является разделение внешних факторов на два вида (прямого и непрямого (косвенного) влияния) в зависимости от характера воздействия и возможности контроля над ними со стороны руководства предприятия:

1) внешние факторы прямого влияния

Характеризуются совокупностью условий, влияющих на формы и результаты деятельности, что приводит к их непосредственному формированию в процессе функционирования хозяйствующего субъекта, в результате чего существует возможность контроля за воздействием этих факторов со стороны предприятия. Условия прямого влияния формируются в зависимости от собственного уровня развития предприятий и его соотношения с уровнем развития конкурентов, а также в процессе взаимодействия предприятия с заинтересованными сторонами;

2) внешние факторы непрямого (косвенного) влияния

Представляют собой совокупность условий и факторов, влияющих в целом на деятельность предприятия в долгосрочной перспективе, что приводит к невозможности осуществления непосредственного контроля за воздействием этих факторов со стороны предприятия. Следует подчеркнуть, что данные факторы не имеют индивидуальных особенностей проявления и действует на весь предпринимательский сектор страны, региона, отрасли. Условия косвенного влияния формируются государственной политикой и комплексом мер по государственному регулированию социально ответственной деятельности.

Учитывая динамичное развитие социальных и экономических отношений, обратим внимание, что в процессе формирования и развития предпринимательской среды совокупность внешних факторов следует понимать как открытую систему, которая развивается с учетом таких особенностей ее функционирования, как неопределенность и сложность. Придерживаясь такого мнения, считаем, что имеет смысл анализировать внешние факторы как

совокупность относительно самостоятельных подсистем: макро- (непрямого влияния) и микросреды (прямого влияния).

При этом макросреда предприятия включает общие факторы, не относящиеся непосредственно к направлениям деятельности предприятия, а влияющие на стратегические намерения и решения.

По нашему мнению, возможные классификационные признаки факторов макросреды являются достаточно условными, так как не имеет особого значения количество групп факторов макросреды. Важно выделить факторы, которые больше всего влияют на процесс формирования предпринимательской среды.

К факторам макросреды отнесем такие, которые оказывают значительное влияние на функционирование предприятия в отечественной экономике (например, общее финансовое состояние экономики и законодательство, регулирующие финансовые отношения, политическую ситуацию и т.д.).

В свою очередь, микросреда представлена условиями, имеющими непосредственное отношение к направлениям деятельности предприятия (формируется под влиянием взаимодействия предприятия с поставщиками, клиентами, конкурентами и т.д.).

Внутренние факторы характеризуется условиями, которые непосредственно влияют на процесс формирования предпринимательской среды (например, организационная структура предприятия, структура и содержание информационных потоков социально ответственной деятельности и т.д.).

В совокупности на процесс формирования и развития предпринимательской среды оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы, что изображено на рисунке 1.4.

Очевидно, что внешние и внутренние факторы могут влиять на процесс формирования и развития предпринимательской среды как положительно, так и отрицательно. В этой связи в приложении Д рассмотрено влияние каждого внешнего и внутреннего фактора на процесс формирования и развития предпринимательской среды как с положительной, так и отрицательной стороны.

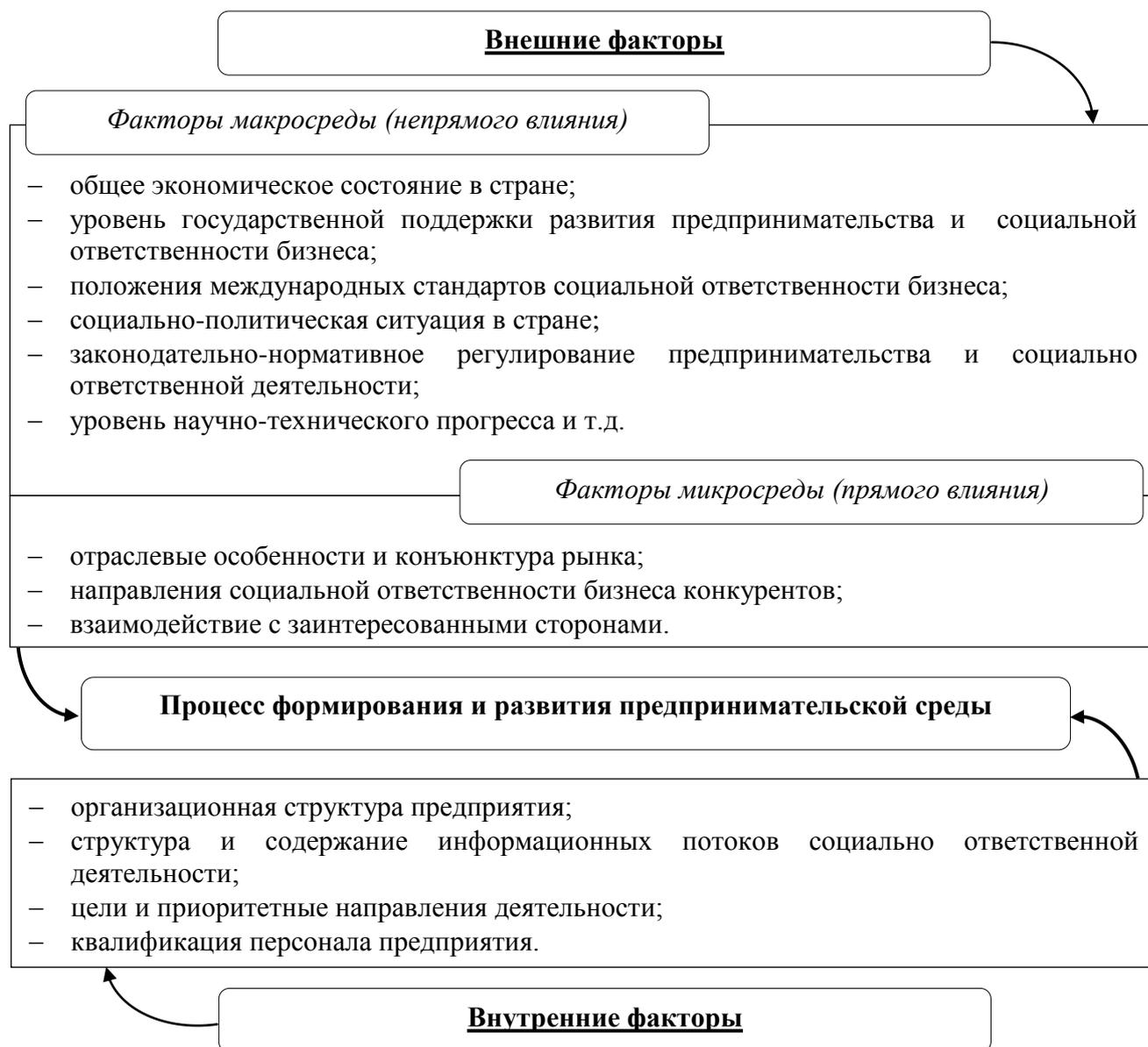


Рисунок 1.4 – Внешние и внутренние факторы, влияющие на процесс формирования и развития предпринимательской среды (составлено автором)

Подчеркнем, что «переход» от отрицательного к положительному влиянию внешних и внутренних факторов формирования и развития предпринимательской среды необходимо рассматривать в контексте социальной ответственности бизнеса, на чем уже было акцентировано внимание ранее.

Результаты проведенного исследования исторического развития концепций социальной ответственности бизнеса позволяют сделать вывод о том, что социальная ответственность бизнеса не возникла внезапно, она медленно

эволюционировала во времени и стала частью ежедневного словаря только в последнее десятилетие.

Анализ экономической литературы [6; 17; 20; 22; 53; 57; 60; 71; 72; 80; 91-94; 98; 99; 103; 105; 114; 124; 126; 128; 148; 172; 184; 185; 187] позволяет утверждать, что до сих пор не существует единого общепринятого определения социальной ответственности бизнеса, так как ученые, международные организации, отечественные компании характеризуют данное явление с разных сторон: с точки зрения этического поведения, устойчивого развития, окружающей среды и т.п. В приложении Е (табл. Е.1-Е.3) систематизированы определения категории «социальная ответственность бизнеса» в понимании международных организаций, всемирно известных компаний и ученых.

Анализ приведенных трактовок социальной ответственности бизнеса позволил сделать вывод об их ориентации на определение таких направлений и мероприятий социально ответственной деятельности, как: устойчивое развитие, экологические и социальные проблемы, этические нормы, развитие местных сообществ, обеспечение потребностей персонала, построение гражданского общества, забота о будущих поколениях, потребителях продукции, деловых партнерах, построении диалога с обществом. Ни одно из приведенных направлений не претендует на универсальность, поскольку ориентировано на сотрудничество только с одним или несколькими группами стейкхолдеров субъекта хозяйствования.

Следует обратить внимание на неоднозначность трактовки самой сути социальной ответственности бизнеса. В частности, различные компании определяют ее как обязательства, теорию и практику бизнеса, способ построения отношений, направление деятельности, содействие реализации определенных мероприятий. Такое различие в понимании можно объяснить уровнем интеграции социальной ответственности в деловую практику, которая может варьировать от проведения нерегулярных благотворительных акций до интеграции социальных и экологических целей компании.

В последние годы возрос интерес отечественных ученых к проблемам социальной ответственности. Появилось немало авторских трактовок этой категории, проанализировав которые следует отметить некоторые общие идеи:

- социальная ответственность бизнеса – это деятельность или одно из направлений деятельности предприятия;
- социальная ответственность бизнеса является добровольной деятельностью;
- социальная ответственность бизнеса не включает соблюдение предусмотренных законодательством норм и требований.

Учитывая современные реалии бизнеса, трудно в полной мере согласиться с данными утверждениями:

во-первых, социальную ответственность бизнеса не следует рассматривать как комплекс мероприятий, направленных на периодическое поддержание имиджа. Изначально социальная ответственность бизнеса – это совокупность исходных принципов, на которых должна строиться вся деятельность предприятия, которые нужно постоянно и системно соблюдать, учитывая взаимодействие с внешней и внутренней средой предприятия;

во-вторых, социально ответственное ведение бизнеса является общественно обусловленным, так как формируется четкая информация на запрос заинтересованных сторон, которые могут существенно повлиять на функционирование предприятия и финансовый результат деятельности;

в-третьих, дискуссионным является мнение, что социальную ответственность бизнеса следует рассматривать только лишь как обязательства по соблюдению законов, стремлению к реализации долгосрочных целей, которые являются полезными для общества [60, с. 8]. Сторонники данного подхода, ограничивают социально ответственную деятельность инициативами самого бизнеса и тем самым отрицают социальную ответственность компании в части соблюдения законодательных требований (уплата налогов, своевременная выплата заработной платы, соблюдение экологических требований и стандартов), считая несоблюдение таких требований невозможным вследствие введения санкций и штрафов.

Итак, отсутствие единого мнения в трактовании сущности социальной ответственности бизнеса обуславливает применения подхода, который бы гармонично объединял экономическую и социальную компоненты в реализации цели ведения бизнеса, отражал бы те связи и отношения, которые характерны предпринимательской среде.

Речь идет об институциональном подходе, который характеризуется как направление социально-экономических исследований, рассматривающих развитие общества посредством объединения граждан, формирования институтов. Именно институциональный подход охватывает проблемы экономического и социального развития общества в целом и субъекта хозяйствования, в частности.

В результате изучения экономического поведения отдельных индивидов, следует отметить, что традиционный институционализм и неинституционализм акцентируют внимание на различных аспектах влияния институтов на индивида. В рамках неинституционализма предполагается, что институты формируют ограничения действий индивидов, делая их более упорядоченными. По определению Д. Норта, «институты – это правила, механизмы, обеспечивающие их выполнение, и нормы поведения, которые структурируют повторяющиеся взаимодействия между людьми. Институты ограничивают и определяют спектр альтернатив, доступных экономическим агентам...» [129, с. 73].

Представители традиционного институционализма изначально предполагают, что институты влияют на сознание индивида, его предпочтения и потребности. Так, по мнению Т. Веблена, потребности и желания, цели и намерения индивидов во многом определяются институтами [63, с. 93].

К. Айрес абсолютизировал это воздействие, утверждая, что «потребности не первичны. Они не являются врожденными физиологическими механизмами, и они, конечно, не имеют духовных свойств. Потребности есть социальная традиция» [189, с. 84].

Дж. Ходжсон характеризует институты как «структуры, которые обладают свойством преобразовывающей нисходящей причинной связи и которые действуют на укоренившиеся привычки к определенному образу мышления и

поведения. Возможности и ограничения, связанные с институциональными структурами, могут провоцировать изменения в мышлении и поведении... Это, в свою очередь, связано с переменной индивидуального восприятия, целей и предпочтений» [200].

Влияние институтов приводит к тому, что, рассматривая процесс институционализации как основообразующий фактор становления, развития социальной ответственности бизнеса и предпринимательской среды, нужно понимать, что действия институтов должны в определенной степени являться основой предсказуемого поведения субъекта хозяйствования. Именно поэтому процесс построения и формирования как институтов, так предпринимательской среды происходит в контексте постоянного социального взаимодействия различных групп общества. В тоже время, институционализация социальной ответственности бизнеса является процессом, при котором общественные потребности начинают осознаваться как общесоциальные, а не частные.

В свою очередь, экономический институт можно охарактеризовать как совокупность формальных и неформальных норм и правил, регулирующих поведение людей в экономической сфере деятельности [125].

Экономические институты образуются в обществе благодаря тому, что люди в социальных группах пытаются реализовать свои потребности сообща. В рамках общественной практики они находят некоторые приемлемые образцы, шаблоны поведения, которые постепенно через повторение и оценку превращаются в стандартизированные обычаи и привычки. В течение некоторого времени эти шаблоны и образцы поведения поддерживаются общественным мнением, принимаются и узакониваются [68, с. 28].

Основываясь на вышеизложенном, можно утверждать, что институт социальной ответственности бизнеса имеет все характеристики экономического института, причем установление «норм и правил» может происходить как на законодательном уровне, так и на уровне отдельно взятого субъекта хозяйствования (речь идет о корпоративной предпринимательской среде). Институт социальной ответственности бизнеса может также являться базисным

экономическим институтом, поскольку одной из целей его функционирования, в конечном итоге, является оптимизация прибыли.

Стоит отметить, что среди ученых нет согласия в отношении обоснования взаимосвязи между социальными мероприятиями и экономическими выгодами. Мнения ученых о наличии взаимосвязи между социальной ответственностью и финансовыми результатами компаний сводятся к трем подходам, сущность которых заключается в следующем.

Сторонники первого подхода утверждают, что между социальной ответственностью и финансовыми результатами компаний существует негативная связь. Как отмечено в [83], «... большинство предприятий пока не видят реальных выгод от подготовки социальных отчетов. Главная проблема – отсутствие реакции со стороны заинтересованных сторон (сотрудников, бизнес-партнеров, СМИ, государственных органов, общественных организаций) ...».

Основой второго подхода является мнения ученых об отсутствии взаимосвязи между социальной ответственностью и финансовыми результатами компаний. Мы разделяем это мнение, но только в отношении того, что формализовать связь между величиной затрат на социальные мероприятия и размером финансовых результатов, полученных в результате их внедрения, действительно очень сложно. По нашему мнению, это возможно с помощью применения экспертных методов в целях анализа эффективности деятельности компаний.

Противоположностью первого подхода выступает третий подход, сторонники которого утверждают, что между социальной ответственностью и финансовыми результатами компаний существует положительная связь. В подтверждение этой мысли приведем некоторые факты:

– результаты исследований 367 компаний из 57 отраслей экономики подтверждают тот факт, что соблюдение принципов социально ответственной деятельности не противоречит другим целям управления, включая рост доходов акционеров компании [195]:

- при совершении покупки или получении услуг для 21% населения важным фактором выбора является социальная деятельность компании, а 60% респондентов выражают таким компаниям больше доверия [105];
- исследование Waddock & Graves показало, что в течение 10 лет в компаниях, реализующих концепцию социальной ответственности, финансовые показатели были значительно выше, чем в компаниях, которые не придерживаются принципов социально ответственной деятельности. Доход на инвестированный капитал - выше на 9,8%, доход с активов – на 3,55%, доход с продажи – на 2,79%, прибыль – на 63,5% [127];
- по свидетельству менеджера по корпоративной социальной ответственности компании «Киевстар» А. Нишкур, «компания получила значительное количество предложений от государственных органов в виде реализации совместных проектов после ознакомления с социальным отчетом...» [105].

Итак, можно утверждать, что социальная ответственность бизнеса приносит как социальный эффект (в виде роста имиджа и значимости), так и экономический (в виде роста финансовых результатов). То есть, реализация социальных программ приводит к определенному социальному эффекту, сущность которого определяется деловой репутацией компании.

Определение понятия «социальный институт» выражает идею организованности, упорядочения общественной жизни. Так, Г. Спенсер считал, что социальные институты являются каркасом социума и возникают вследствие процесса дифференциации общества [202, с. 114]. Э. Дюркгейм связывал природу социальных институтов на основе определения общества как целостности, толковал их как «фабрики воспроизводства» социальных отношений и связей между людьми [68, с. 50].

Ретроспективный анализ трактовок социального института в социально-гуманитарных науках показывает, что, несмотря на высокий уровень обобщения, понятие института не может быть сведено только к совокупности системы норм и образцов поведения. Поэтому при формулировке определения социального института необходимо использовать комплексный подход [132, с. 24].

Социальный институт – это устойчивая форма организации совместной жизни и деятельности людей, специфичность поведения, отношений, ролей и статусов которых обуславливаются комплексом норм, ценностей, процедур и санкций, а также наличием соответствующих материальных и иных ресурсов, что в совокупности обеспечивает удовлетворение потребностей, регулирование и контроль, стабильность и интеграцию социумов различного уровня [132, с. 25].

В соответствии с интерпретацией понятий «социальный институт», с учетом институционального подхода, социальная ответственность бизнеса обладает всеми признаками социального института, так как представляет собой:

- 1) совокупность социальных ролей (субъекты хозяйствования выступают в роли «создателей» социального эффекта, заинтересованные стороны – в роли «получателей» социального эффекта);
- 2) совокупность обычаев и традиций данного общества, а также норм поведения, регулирующих социально ответственную деятельность (в рамках корпоративной предпринимательской среды).

В этой связи можно утверждать, что институт социальной ответственности бизнеса, наряду с присущими ему характеристиками экономического института, также имеет признаки социального института. Главным признаком такого «социального института» является то, что институт социальной ответственности, функционируя в рамках системы норм и правил, а также различных социальных ролей, делает действия субъекта хозяйствования целесообразными, полезными и разнонаправленными.

В свете сказанного выше отметим, что институт социальной ответственности бизнеса является социально-экономическим институтом, под которым необходимо понимать форму организации деятельности субъекта хозяйствования, обуславливаемую комплексом норм, ценностей, процедур и принципов, а также наличием материальных и других ресурсов, что в совокупности обеспечивает удовлетворение интересов всех групп заинтересованных сторон на взаимовыгодных условиях с целью достижения как экономических, так и социальных результатов.

Особое значение при формировании и развитии предпринимательской среды в контексте социальной ответственности бизнеса занимают вопросы институциональной структуры и институциональных признаков.

Все многообразие трактовок таких категорий, как «институт», «экономический институт», «социальный институт» [15; 66; 92; 183] сводится к тому, что ученые по-разному понимают как внутреннее строение отдельно взятого института (т.е. функционально взаимосвязанную систему опорных элементов, форму представления института в виде составных частей), так и его отличительные институциональные признаки.

Одни ученые считают, что главным элементом в институте выступают статусы и роли [190, с. 127], другие уверены, что следует говорить в первую очередь о системе норм [177, с. 128], третьи выделяют значение комплекса действий, моделей и образцов поведения, которые реализуются организациями, учреждениями или отдельными лицами и т.д. [202, с. 137]. Несмотря на многообразие точек зрения, все они по существу верны и представляют разное видение одного и того же.

Проведенное исследование позволило нам сформировать структурную компоненту института социальной ответственности бизнеса, опираясь на различные точки зрения ученых в части выделения структурных элементов (и признаков) экономических и социальных институтов.

Так, Дж. Бернارد и Л. Томпсон выделяют такие элементы структуры (социального) института, как: цели и задачи, которые относятся к явным функциям института; образцы или правила поведения; символические черты; утилитарные черты; устные и письменные традиции [190, с. 127].

Г. Ландберг, С. Шраг и О. Ларджен, раскрывая поэлементную структуру института (социального), тесно связывают ее с выполняемыми институтом функциями, очевидно, что набор функций может быть самым разнообразным [202].

А.А. Герасимчук рассматривает структуру института (социального) как совокупность:

- 1) социальных норм, правил, которые реализуются в требованиях, уставах, инструкциях, законах;
- 2) специализированных учреждений (например, тюрьма, церковь как здание);
- 3) специализированных профессиональных субъектов института (например, в политических институтах – чиновники);
- 4) мер социального контроля, который происходит через соответствующие санкции [68, с. 29].

Неоднозначного мнения придерживается С. С. Фролов, утверждая, что правильнее говорить не об элементах, входящих в структуру института, а о неких институциональных признаках, т.е. общих для самых разных институтов чертах и свойствах. Таковых существует всего пять:

- 1) установки и образцы поведения (например, привязанность, ответственность и уважение, послушание, лояльность и субординация);
- 2) символические культурные признаки (флаг, герб, крест, иконы и др.);
- 3) утилитарные культурные черты (дом для семьи, общественные здания для государства, магазины и фабрики для производства, учебные классы и библиотеки для образования, храмы для религии);
- 4) устный и письменный кодекс (запреты, правовые гарантии, законы, правила);
- 5) идеология (романтическая любовь в семье, демократизм в государстве, свобода торговли в экономике, академические свободы в образовании, православие или католицизм в религии) [176, с. 127-130].

По мнению Н.Н. Думной, институциональная структура состоит из ряда уровней и строится по принципу иерархии. На высшем уровне располагаются элементы «основного закона» – конституционные правила. Следующий уровень составляют правила, которые не должны противоречить элементам высшего уровня: кодексы законов и другие нормативные акты. С учетом действующего законодательства формируется нормативная база организаций – внутренние «правила игры», существующие в любой фирме. Контракты, заключаемые между различными организациями, в свою очередь, не могут противоречить их «внутренним правилам». Однако картина будет неполной, если не упомянуть

центральный элемент институциональной структуры. Это стержень, вокруг которого строится вся система «правил игры», принятых в обществе. Элементы «стержня» – это своего рода аксиомы, неписанные законы и представления, которые формируются на основе религиозных верований и опыта, передаваемого нам предками [116, с. 10].

Вышеизложенное позволило систематизировать структурные элементы институтов (социальных и экономических), а также рассмотреть возможность использования каждого элемента в качестве структуры и институционального признака применительно к институту социальной ответственности бизнеса.

На основе систематизации мнений ученых (приложение Е (табл. Е.4), выделим такие институциональные признаки института социальной ответственности бизнеса: цель и задачи института, установки и образцы поведения, символические и утилитарные признаки, традиции, идеология.

Следует отметить, что вопросы формирования институциональных признаков имеют в большей степени философский характер, нежели экономический. Не вдаваясь в критические размышления по этому поводу мы охарактеризовали следующим образом вышеуказанные институциональные признаки (приложение Е (табл. Е.5).

Важным для дальнейшего исследования является изучение структуры института социальной ответственности бизнеса. Нами обозначены структурные элементы института социальной ответственности. К ним относятся: совокупность формальных и неформальных норм, совокупность ролей и статусов субъектов, совокупность организаций, структурирующих взаимоотношения в институте, и комплекс социальных действий.

Схематично иерархическая структура элементов института социальной ответственности бизнеса изображена на рисунке 1.5.

Рассмотрим каждый из структурных элементов института социальной ответственности бизнеса:

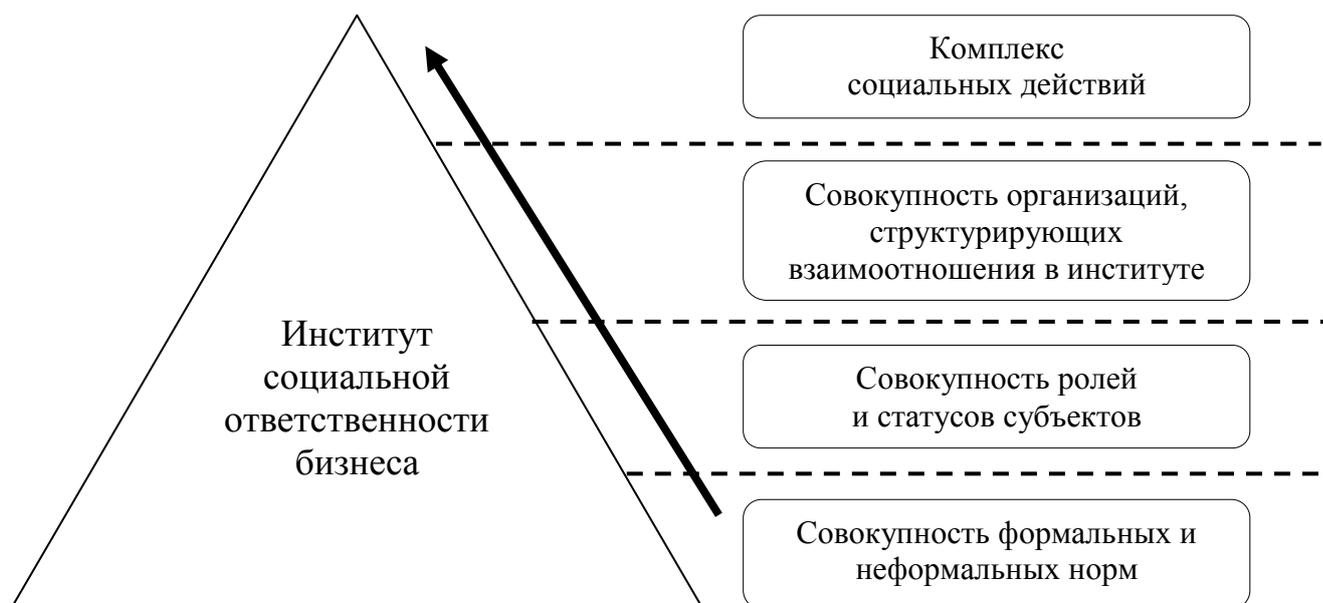


Рисунок 1.5 – Иерархическая структура элементов института социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

1. Совокупность формальных и неформальных норм.

Согласно основным положениям неинституциональной теории, данный элемент является основой института социальной ответственности. Под формальными нормами института социальной ответственности будем понимать:

- нормы «основного закона» – положения конституции относительно социальной защиты, прав, свобод и т.д.;
- нормы, которые не должны противоречить элементам высшего уровня: законы, кодексы и другие нормативные акты, которые дополняют и расшифровывают положения «основного закона»;
- внутренние нормы или «правила игры», устанавливаемые организациями, учреждениями и лицами.

Неформальные нормы – это корпоративные ценности, традиции меценатства и филантропии, ментальные стереотипы и т.д.

Именно совокупность формальных и неформальных норм обуславливает возникновение ролей и статусов субъектов

2. Совокупность ролей и статусов субъектов института.

Применительно к основным положениям теории стейкхолдеров, можно выделить 2 группы субъектов, которые, руководствуясь формальными и неформальными нормами, взаимодействуют между собой в институте ответственности бизнеса: заинтересованные стороны и субъекты хозяйствования.

Субъекты хозяйствования, имея определенные права и обязанности (иначе, статус), играют роль (поведение, вытекающее из статуса) «создателей» социального эффекта.

В свою очередь, заинтересованные стороны также имеют определенный статус (права и обязанности, которые позволяют им контролировать деятельность субъекта хозяйствования) и выступают в роли «получателей» социального эффекта).

Итак, сформированные формальными и неформальными нормами роли и статусы субъектов института, находят свое отражение в деятельности организаций, структурирующих взаимоотношения в институте.

3. Совокупность организаций, структурирующих взаимоотношения в институте.

Следует отметить, что четко определить совокупность организаций, которые функционируют в рамках института социальной ответственности, довольно сложно. Как уже отмечалось, динамическое развитие социальных и экономических отношений приводит к постоянному процессу формирования новых и преобразованию уже существующих организаций.

В работе Д. Норта «Институты, институциональные изменения и функционирование экономики» в понятие «организация» входят политические органы и учреждения (политические партии, Сенат, городской совет, контрольное ведомство), экономические структуры (фирмы, профсоюзы, семейные фермы, кооперативы), общественные учреждения (церкви, клубы, спортивные ассоциации) и образовательные учреждения (школы, университеты, центры профессионального обучения) и т.д. [129, с. 20]. Как видно, все представленные организации могут взаимодействовать в рамках института социальной ответственности бизнеса.

Стоит отметить, что для расширения круга организаций, структурирующих взаимоотношения в институте социальной ответственности бизнеса, можно использовать и положения теории заинтересованных сторон Э. Фримена. В работе «Стратегический менеджмент: подход заинтересованных сторон» он представил наиболее полную и универсальную трактовку понятия «стейкхолдеров» как совокупности агентов, которые осуществляют несомненное влияние на компанию и в то же время испытывают влияние компании на себе [198].

Итак, организация – это группа людей, объединенных стремлением сообща достичь какой-либо цели [129, с. 20]. Совершенно ясно, что для достижения цели необходим соответствующий инструментарий. Таким инструментарием в институте социальной ответственности бизнеса является комплекс социальных действий.

4. Комплекс социальных действий.

Необходимо отметить, что взаимодействие всех рассмотренных структурных элементов, в конечном итоге, происходит посредством реализации субъектом хозяйствования устойчиво закрепленных и социально легитимных статусных действий, функций (институций).

В исследовании данного вопроса привлекают внимание работы Фролова Д.П., Шулимовой А.А., которые выделяют следующие институции социальной ответственности бизнеса: корпоративная благотворительность, меценатство, спонсорство, социальный маркетинг, социальное инвестирование и партнерство, корпоративное гражданство и волонтерство [176, с. 132].

В работах указанных авторов подробно рассмотрены проблемы идентификации отдельных институций социальной ответственности бизнеса. Акцентировано, что социальные программы и практики, кодексы и стандарты, публичная нефинансовая отчетность и т.д. являются совокупным продуктом действия различных институций в разных комбинациях, вследствие чего определить главную институцию (функцию) тяжело.

В экономическом смысле, основываясь на комплексе институций социальной ответственности, компания вынуждена будет нести расходы по

воспроизводству соответствующих социальных статусов, что ведет к получению определенных выгод, в том числе полезных эффектов [176, с. 136].

Анализ затрат и выгод отдельных институций социально ответственного бизнеса, проведенный авторами [176], подтверждает ранее высказанный нами тезис о том, что реализация социальных программ формирует предпринимательскую среду посредством развития корпоративных связей и отношений с заинтересованными сторонами субъекта хозяйствования на основе, прежде всего, международных стандартов социальной ответственности бизнеса.

В данном контексте международные стандарты социальной ответственности бизнеса выступают в качестве попытки мирового сообщества закрепить общепринятые правила и нормы поведения в предпринимательской среде.

Таким образом, необходимость изучения социальной ответственности бизнеса продиктована тенденциями развития современного предпринимательства. В свою очередь, процесс формирования предпринимательской среды подчеркивает заинтересованность субъектов хозяйствования в информации о направлениях и результатах социальной ответственности бизнеса. Находясь под влиянием ряда внешних и внутренних факторов, в предпринимательской среде формируются образцы поведения, которые составляют основу необходимых «правил игры» для долгосрочных перспектив бизнеса. Очевидно, что такие «правила игры» формируются не только на уровне предприятия, отрасли, а и на уровне национальной и мировой экономики, обуславливая тем самым дальнейшую логику исследования, состоящую в изучении основных источников «правил игры», которыми являются международные стандарты социальной ответственности бизнеса.

1.3 Концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса как интерпретация сущности международных стандартов социальной ответственности

Для формирования и развития социальной ответственности бизнеса необходимы определенные инструменты, которые будут обеспечивать соблюдение интересов бизнеса и общества. Такими инструментами, как уже было отмечено ранее, являются международные стандарты социальной ответственности бизнеса, положения которых направлены на регулирование трех основополагающих аспектов любой предпринимательской деятельности: экономического, социального и экологического.

Положения международных стандартов социальной ответственности бизнеса позволяют сформировать в сознании субъектов хозяйственной деятельности понимание того, что предпринимательская деятельность в современных условиях должна быть направлена не только на получение прибыли и её максимизации, но и на гармонизацию взаимоотношений с заинтересованными сторонами предприятия.

В настоящее время в мире насчитывается около 30 международных документов (стандартов, рейтинговых индексов и т.д.) в области социальной ответственности, которые в зависимости от сферы и целей их использования можно объединить в четыре группы [74]:

- 1) стандарты, положения которых определяют принципы и кодексы поведения (Глобальный договор ООН, Руководящие принципы Amnesty International по соблюдению прав человека для компаний и многонациональных корпораций OECD, Глобальные принципы Салливана, Зеленая книга Еврокомиссии и др.);
- 2) стандарты систем управления и схем сертификации, которые направлены на повышение эффективности деятельности в целом и системы менеджмента, в частности (Схема экологического менеджмента и аудита EMAS, эко-стандарты ISO 9000 и ISO 14000, стандарт для оценки социальных аспектов систем

управления SA 8000, стандарт промышленной безопасности и здоровья OHSAS 18001 и др.);

- 3) рейтинговые индексы, которые направлены на оценку уровня социальной ответственности бизнеса, ее отдельных направлений (индекс Domini Social Index DSI 400, Индекс Доу Джонса по устойчивому развитию DJSI, «этические» индексы FTSE4Good и др.);
- 4) стандарты подготовки отчётности, которые регламентируют содержание и структуру социальной (нефинансовой) отчётности (Глобальная инициатива по предоставлению отчетности в области устойчивого развития GRI, стандарты AA 1000, SA 8000).

Основное содержание международных стандартов социальной ответственности бизнеса рассмотрено в приложении И (табл. И.1).

Несмотря на такое разнообразие международных стандартов социальной ответственности, согласно исследованиям Российского союза промышленников и предпринимателей [8] половина отечественных компаний использует положения Руководства GRI в качестве единственного руководства к социальной ответственности бизнеса и составлению социальной отчётности. Ещё около 25 % компаний применяют комбинированный подход, обращаясь как к Руководству GRI, так и к другим стандартам, среди которых преобладают стандарты серии AA1000, Глобальный договор ООН и ISO 26000. Характеристика указанных стандартов представлена в приложении И (табл. И.2).

Следует также отметить, что в Европе и США, согласно исследованиям аудиторской компании Ernst & Young и Центра корпоративного гражданства Бостонского колледжа [66], сложилась похожая ситуация (рис. 1.6).

Международные стандарты социальной ответственности бизнеса следует рассматривать с разных позиций:

- 1) с одной стороны как нормативно-правовые документы для оценки результатов социальной ответственности бизнеса с позиций государственных органов, международных организаций;

2) с другой стороны, стандарты социальной ответственности выступают в качестве инструкций, предназначенных для компаний, которые позволяют четко определить направления социальной ответственности, а также самостоятельно оценить последствия деятельности такого рода.



Рисунок 1.6 – Стандарты, применяемые компаниями при ведении социально ответственной деятельности и подготовке социальной отчетности (составлено на основе [87])

Рассмотрение стандартов социальной ответственности как нормативно-правовых документов, предназначенных для оценки результатов социальной ответственности бизнеса с позиций государственных органов и международных организаций описано в работах ряда авторов, в частности Д.В. Виноградов отмечает, что «стандартизация социальной ответственности в западной бизнес-культуре осуществлялась вместе с самим возникновением и институционализацией сферы социальной ответственности в силу того, что локомотивом этого процесса было именно государство. Представителям власти необходимо оценивать уровни социальной ответственности бизнеса по различным критериям и разрабатываемые стандарты позволяют унифицировать подходы к этой оценке» [58, с. 142-143].

Следовательно, стандарты социальной ответственности должны содержать не только единые требования к социальной ответственности бизнеса, а и формировать в сознании самого субъекта хозяйствования и его заинтересованных сторон эталонные модели и образцы поведения в рыночной среде. Причем,

последние должны подвергаться критериальной оценке со стороны государства и международных организаций.

Необходимость оценки социальной ответственности бизнеса со стороны государства объясняется целым рядом объективных причин:

- во-первых, гармонизация бухгалтерского учета оказывает положительное влияние на развитие стандартов социальной ответственности, которое заключается в том, что информация, формируемая в системе бухгалтерского учета, является основой составления финансовой и социальной отчетности. В свою очередь, эта информация является основой для оценки социальной ответственности отдельно взятого субъекта хозяйствования;
- во-вторых, развитию стандартов социальной ответственности способствует деятельность ведущих мировых и национальных компаний. Оценка деятельности таких компаний государством приводит к нормативному закреплению направлений социальной ответственности, что, в конечном итоге, ведет к ее унификации.

В свете вышеизложенного можно утверждать, что цель стандартов социальной ответственности как нормативно-правовых документов заключается в унификации подходов к оценке социальной ответственности бизнеса на национальном и международном уровнях. Однако отметим, что международные стандарты социальной ответственности разрабатываются международными организациями (некоммерческой организацией Social Accountability International, Международной организацией по стандартизации и т.д.), что не подразумевает их закрепление на законодательном уровне конкретного государства, вследствие чего принятие положений данных стандартов становится в целом добровольной инициативой отдельно взятого предприятия.

При этом нельзя не отметить ряд сложностей при реализации положений международных стандартов социальной ответственности бизнеса предприятиями. В частности, каждое предприятие имеет определенные масштабы деятельности и территорию, а также свой круг обязанностей перед обществом на этой территории (или как отмечено в стандартах «территории присутствия»). Крупные

предприятия имеют значительно больший потенциал социальной ответственности бизнеса, чем малые и средние предприятия, учитывая экономию от масштаба, больший объем прибыли, который они получают, охват большей территории и возможности получения выгоды от диверсификации деятельности.

Иногда владелец может находиться за пределами территории, где функционирует предприятие. В такой ситуации интересы владельца не соответствуют интересам общества, где расположено производство, что становится причиной уклонения владельцев от социальных обязанностей, направленных на защиту региональных интересов. Нестабильная социально-политическая, экономическая ситуация также создает постоянные сложности при реализации положений международных стандартов социальной ответственности, так как они нацелены на формирование долгосрочных отношений между заинтересованными сторонами и предприятием.

Положения международных стандартов социальной ответственности на национальном уровне должно находить свое отражение в принятии нормативно-правовых актов, опираясь на которые, каждый субъект хозяйствования будет формировать собственные подходы к социальной ответственности бизнеса.

Разработка собственных внутренних, нормативных документов (например, кодекс корпоративной этики, корпоративный кодекс и т.д.) является необходимым условием адаптации положений международных стандартов социальной ответственности к современным реалиям ведения бизнеса в нашей стране. Другими словами, как верно отмечено в [97, с. 95], с принятием корпоративного кодекса хозяйствующий субъект выносит свои стандарты на всеобщее обозрение, тем самым декларируя готовность нести ответственность за свою деятельность, не учитывая территориальный критерий.

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что стандарты социальной ответственности целесообразно рассматривать как инструкции, предназначенные для компаний, которые позволяют четко определить направления социальной ответственности, а также самостоятельно оценить последствия и результаты проведения социальных программ и мероприятий.

Необходимость в инструкциях (в качестве стандартов) социальной ответственности возникает в связи со следующими причинами:

- 1) как правило, социальная ответственность бизнеса представляет собой совокупность большого количества разрозненных, многочисленных хозяйственных операций. Информацию о таких операциях (и, следовательно, о социальной ответственности в целом) пользователи не смогут получить, если она не будет определенным образом структурирована и систематизирована по ключевым направлениям реализации социальных программ и мероприятий в социальной отчетности;
- 2) заинтересованные стороны не имеют доступа к данным бухгалтерского учета (за исключением публикуемой финансовой отчетности), кроме того, может возникнуть ситуация, когда им недостает опыта для проведения анализа социальной ответственности субъекта хозяйствования. В итоге структурированная и систематизированная по ключевым направлениям реализации социальных программ и мероприятий информация, отражаемая в социальной отчетности, должна быть не только понятной, но и иметь однозначную трактовку, что может быть обеспечено только при наличии соответствующих инструкций как по ее составлению, так и в целом по социальной ответственности бизнеса;
- 3) нельзя не принимать во внимание тот факт, что последствия решений, принимаемых заинтересованными сторонами по результатам анализа социальной ответственности компании, могут оказать значительное влияние на конечный результат ее деятельности. В этой связи потребность в достоверной и полной информации обо всех направлениях социальной ответственности бизнеса подчеркивает объективную необходимость разработки соответствующих стандартов (инструкций).

Ряд ученых [94, с. 78] отмечает, что «системному обеспечению социальной направленности компаний способствует создание и внедрение соответствующих систем менеджмента ... общие требования к таким системам определены, как правило, международными стандартами». Речь идет о том, что стандарты

социальной ответственности предоставляют конкретные рекомендации, четко устанавливают перечень мероприятий социальной ответственности бизнеса, что, в свою очередь, позволяет самостоятельно оценить ее последствия по определенным критериям.

Стандарты социальной ответственности бизнеса, являясь инструкцией и, своего рода, эталоном для определения направлений социальной ответственности, в конечном итоге позволяют заинтересованным сторонам получить уверенность в том, что деятельность компании соответствует определенному «знаку качества», принятому мировой общественностью.

Сказанное выше позволяет утверждать, что положения стандартов социальной ответственности бизнеса как инструкций, предназначенных для компаний, направлены на формирование ключевых направлений социальной ответственности для оценки последствий проводимых социальных программ и мероприятий. Основные преимущества применения отечественными предприятиями международных стандартов социальной ответственности приведены в таблице 1.3.

Таблица 1.3 – Основные преимущества применения международных стандартов социальной ответственности отечественными предприятиями

(составлено автором)

Международный стандарт	Сфера и принципы применения стандарта	Основные преимущества применения стандарта отечественными предприятиями
1	2	3
Серия стандартов АА 1000	Стандарт касается всех направлений деятельности компании. Основные принципы: – существенность; – полнота представления информации; – реагирование.	– Позволяет повысить информативность социально ориентированного учета в соответствии с принципами социальной ответственности; – предоставляет возможность добавлять в единый отчет о своей деятельности социальную составляющую; – может применяться компаниями вне зависимости от размеров, видов деятельности и форм собственности.

1	2	3
GRI «Глобальная инициатива отчетности»	<p>Касается всех направлений деятельности компании.</p> <p>Принципы составления отчета:</p> <ul style="list-style-type: none"> – существенность; – охват заинтересованных пользователей; – контекст устойчивого развития; – полнота информации; – сбалансированность; – сопоставимость, точность и своевременность; – качество и надежность. 	<ul style="list-style-type: none"> – Поэтапное использование достаточно четких рекомендаций при составлении отчетности; – возможность подготовки отчета только по одной или нескольким сферами деятельности компании; – возможность сравнения результатов деятельности компаний по экономическим, социальным и экологическим показателям; – определение перечня показателей экономической, социальной и экологической деятельности.
Глобальный договор ООН	<p>Определяет принципы глобального договора по направлениям социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы прав труда; – принципы работы; – экологические принципы; – антикоррупционные принципы. 	<ul style="list-style-type: none"> – Придерживаясь принципов Глобального договора, компания демонстрирует свое положительное отношение и лидирующую позицию в отношении социальной ответственности бизнеса; – определяет структуру социальной отчетности в соответствии с принципами социальной ответственности, приведенными в договоре.
Стандарт SA 8000	<p>Стандарт охватывает один аспект – соблюдение компанией прав работников. Основан на принципах и нормах Международной организации труда, Декларации ООН о правах человека и Конвенции ООН о правах ребенка.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Позволяет повысить репутацию компании в сфере реализации социальных мероприятий по соблюдению прав работников; – позволяет продемонстрировать заинтересованным пользователям соответствие деятельности компании требованиям трудового законодательства.
Серия стандартов ISO 14000	<p>Направлены на соблюдение экологических требований на производстве.</p> <p>Основные принципы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – предотвращение негативного воздействия на окружающую среду; – последовательное улучшение результатов экологической деятельности; – соответствие требованиям экологического 	<ul style="list-style-type: none"> – Позволяет продемонстрировать заинтересованным пользователям соответствие системы экологического менеджмента современным мировым требованиям; – Позволяет продемонстрировать заинтересованным пользователям соответствие деятельности компании требованиям экологического законодательства;

1	2	3
	законодательства и другим природоохранным требованиям.	– Позволяет демонстрировать государственным органам власти систематичность и системность в реализации мероприятий по охране окружающей среды.
Стандарт ISO 26000	Стандарт касается всех направлений деятельности компании. Принципы: – подотчетность; – прозрачность; – этическое поведение; – уважение интересов заинтересованных сторон; – соблюдение верховенства закона; – соблюдение международных норм поведения; – соблюдения прав человека.	– Позволяет выделить направления социальной ответственности, которые имеют финансовый характер; – позволяет составлять отчетность, которая опирается на бухгалтерский учет расходов на социальные мероприятия; – предоставляет возможность формирования структуры социального отчета в соответствии с приведенными в стандарте направлениями социальной ответственности.

При этом стоит отметить, что предприятия могут выборочно руководствоваться отдельными положениями международных стандартов социальной ответственности в рамках проведения социальных программ и мероприятий. Так, компанией SustainAbility на основе анализа деятельности предприятий Центральной и Восточной Европы была сформирована матрица целесообразности внедрения социальной ответственности бизнеса в практику деятельности. Продолжая исследования в этом направлении сформирована матрица целесообразности применения положений международных стандартов социальной ответственности предприятиями (рис. 1.7).

В основу были положены базовые элементы матрицы (которые обоснованы и рассмотрены в [93; 105; 148]), двух групп факторов: с одной стороны – факторы успеха бизнеса, с другой – факторы, связанные с устойчивым развитием. Там, где факторы устойчивого развития и факторы успеха бизнеса сходятся, существует возможность подтвердить целесообразность применения международных стандартов социальной ответственности. Улучшение корпоративного управления помогает улучшить доступ к капиталу, повысить доходы и обеспечить рост

производительности работы компании. Комплекс мероприятий, связанных с улучшением экологических процессов, прямо влияет на рост доходов и производительности и, следовательно, на сокращение расходов. Эффективное управление человеческими ресурсами помогает повысить производительность и т.п.

		Факторы устойчивого развития						
		Корпоративное управление и активность заинтересованных сторон		Экологические факторы		Социально-экономическое развитие		
		Корпоративное управление	Активность заинтересованных сторон	Улучшение экологических процессов	Экологические продукты и услуги	Экономическое развитие территории	Развитие общества	Управление человеческими ресурсами
Факторы успеха бизнеса	Рост доходов Доступ к рынку	1	2	3	4	5	6	7
	Сокращение расходов Продуктивность	8	9	10	11	12	13	14
	Доступ к капиталу	15	16	17	18	19	20	21
	Управление риском	22	23	24	25	26	27	28
	Человеческий капитал	29	30	31	32	33	34	35
	Репутация	36	37	38	39	40	41	42



– нет доказательств целесообразности



– существуют некоторые свидетельства целесообразности



– существуют доказательства целесообразности

Рисунок 1.7 – Матрица целесообразности применения положений международных стандартов социальной ответственности
(составлено автором на основе [93; 105; 148])

Уже сейчас можно увидеть взаимосвязь между факторами успеха бизнеса и факторами, влияющими на устойчивое развитие, которые отмечены на матрице. Так, ведущие отечественные предприятия активно проводят модернизацию производств и управленческих процессов, не только повышая экономическую эффективность, но и сокращая использование природных и трудовых ресурсов. Например, рост рынка тренинговых компаний и компаний, предоставляющих услуги в сфере управления человеческими ресурсами, разработка принципов корпоративного управления, рост количества социальных (нефинансовых) отчетов – все это признаки развития и формирования социальной ответственности бизнеса.

Рассмотренная матрица применения положений международных стандартов социальной ответственности может быть дополнена на основе анализа современного опыта предприятий ДНР, Российской Федерации, Украины. В частности, экономическое развитие территории присутствия как компонент факторов устойчивого развития существенно влияет практически на все составляющие успеха бизнеса, а успешный бизнес создает условия и способствует экономическому развитию местности (клетки 5, 12, 19, 26, 33, 40), которые для ДНР целесообразно обозначить как «существуют некоторые свидетельства целесообразности» (так как восстановлением территорий после обстрелов занимаются как государственные органы, так отдельные предприятия, общественные организации). Кроме того, такие факторы успеха бизнеса как доступ к капиталу и репутация предприятия в реалиях ДНР в значительной степени стимулируют устойчивое развитие (клетки 16 и 37, которые можно так же обозначить как «существуют некоторые свидетельства целесообразности»).

Итак, осознание целесообразности развития социальной ответственности бизнеса имеет стратегическое значение как для устойчивого развития, так и для усиления факторов успеха деятельности отечественных предприятий.

Отметим, что матрица целесообразности применения положений международных стандартов социальной ответственности имеет свои особенности из-за того, что развитие социальной ответственности бизнеса происходит

неравномерно как в РФ, так и в Украине. Основными факторами, которые влияют на развитие социальной ответственности бизнеса, являются: ресурсная база региона (города), позиция власти в регионе (городе), финансовое положение заинтересованных сторон; эффективность взаимодействия предпринимательских и властных структур, готовность власти и бизнеса к взаимным компромиссам.

В современных условиях взаимодействие власти и бизнеса является нерегулярным. Несистематические, эпизодические инициативы со стороны власти или бизнеса находят отражение в совместном участии в решении социальных проблем – поддержке детских домов, школ-интернатов, проведении акций по оказанию помощи детям-сиротам, инвалидам и гражданам пожилого возраста и т.п.

В условиях активного формирования и развития институтов государственной власти в ДНР их взаимодействие с бизнесом, в большинстве случаев, строится на неформальных договорных отношениях. Как следствие, низкий уровень доверия между государственными органами и бизнесом. Низкий уровень доверия формирует особые требования бизнеса к власти в случае, если власть рассчитывает на реализацию социальных программ со стороны предпринимателей. Данные требования, как правило, заключаются в: равенстве вложений и прозрачности социальных расходов, которые осуществляются властью за счет средств предприятий (особенно это актуально для средств общественных организаций и благотворительных фондов).

В результате анализа матрицы, представленной выше, можно сделать вывод, что особая роль должна отводиться вопросам взаимосвязи стандартов социальной ответственности бизнеса с другими стандартами, регулирующими деятельность субъектов хозяйствования. Так как в настоящее время отечественные компании больше внимания уделяют процессу подготовки отчета, чем качеству раскрытия информации, часть показателей, которые имеют большое значение для заинтересованных сторон, не раскрывается или раскрывается в неполной мере (в первую очередь, речь идет о показателях финансового характера). В рамках исследования ограничимся рассмотрением взаимосвязи международных

стандартов социальной ответственности и международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

Наиболее привлекательными для отечественных компаний являются международные стандарты ISO 26000 и GRI, так как именно они позволяют сформировать перечень направлений и показателей социальной ответственности, которые можно использовать в качестве структуры социального отчета.

Анализ содержания международных стандартов социальной ответственности позволил выделить направления социальной ответственности бизнеса, имеющие финансовый характер, а также рассмотреть взаимосвязь положений ISO 26000 и GRI в разрезе указанных направлений, что представлено в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Взаимосвязь положений ISO 26000 и GRI в разрезе направлений социальной ответственности бизнеса, имеющих финансовый характер
(составлено автором)

Направления социальной ответственности бизнеса	ISO 26000 Тема / раздел стандарта	GRI Категория, подкатегория / раздел стандарта
1	2	3
<i>Трудовые отношения</i>	Права человека 6.3 Трудовые практики 6.4 Добросовестные деловые практики 6.6	<u>Экономическая</u> G4-EC1,3,5,8 <u>Социальная</u> Практика трудовых отношений и достойный труд G4-LA
<i>Охрана труда, безопасность на рабочем месте</i>	Права человека 6.3 Трудовые практики 6.4	<u>Экономическая</u> G4-EC8 <u>Социальная</u> Практика трудовых отношений и достойный труд G4-LA Права человека G4-HR
<i>Обучение работников</i>	Права человека 6.3 Трудовые практики 6.4 Участие в жизни сообществ и их развитие 6.8	<u>Экономическая</u> G4-EC8 <u>Социальная</u> Практика трудовых отношений и достойный труд G4-LA Права человека G4-HR
<i>Забота об экологии</i>	Окружающая среда 6.5 Добросовестные деловые практики 6.6	<u>Экономическая</u> G4-EC1,2,8 <u>Экологическая</u> G4-EN
<i>Защита интересов потребителей</i>	Добросовестные деловые практики 6.6 Проблемы, связанные с потребителями 6.7	<u>Социальная</u> Общество G4-SO Ответственность за продукцию G4-PR

1	2	3									
<i>Забота об обществе</i>	Добросовестные деловые практики Участие в жизни сообществ и их развитие	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="852 253 997 291">6.6</td> <td data-bbox="997 253 1348 291"><u>Экономическая</u></td> <td data-bbox="1348 253 1533 291">G4-EC7,8</td> </tr> <tr> <td data-bbox="852 291 997 329">6.8</td> <td data-bbox="997 291 1348 329"><u>Социальная</u></td> <td data-bbox="1348 291 1533 329"></td> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="997 329 1348 439">Общество</td> <td data-bbox="1348 329 1533 439">G4-SO</td> </tr> </table>	6.6	<u>Экономическая</u>	G4-EC7,8	6.8	<u>Социальная</u>			Общество	G4-SO
6.6	<u>Экономическая</u>	G4-EC7,8									
6.8	<u>Социальная</u>										
	Общество	G4-SO									

Рассматривая взаимосвязь международных стандартов социальной ответственности и международных стандартов финансовой отчетности, отметим, что большинство показателей социальной ответственности не раскрывается в финансовой отчетности, что не позволяет удовлетворить информационные потребности заинтересованных пользователей, а отдельные МСФО затрагивают вопросы социальной ответственности бизнеса лишь частично, а именно по таким направлениям:

- трудовые отношения: МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам», МСФО (IAS) 26 «Учет и отчетность по программам пенсионного обеспечения»;
- забота об экологии: МСФО (IFRS) 6 «Разведка и оценка полезных ископаемых», МСФО (IAS) 41 «Сельское хозяйство», Разъяснения КМРФО (IFRIC) 1 «Изменения в существующих обязательствах по выводу объектов из эксплуатации, восстановлению природных ресурсов и иных аналогичных обязательствах», Разъяснения КМРФО (IFRIC) 6 «Обязательства, возникающие в связи с деятельностью на специфическом рынке – рынке отходов электрического и электронного оборудования», Разъяснения КМРФО (IFRIC) 20 «Затраты на вскрышные работы на этапе эксплуатации разрабатываемого открытым способом месторождения».

Следовательно, главным элементом, необходимым для социальной ответственности бизнеса и инструментом информирования об экономических, экологических и социальных последствиях деятельности компании является социальная отчетность. Составление социальной отчетности расширяет возможности предоставления информации на долгосрочную перспективу деятельности компании, а также отражает основные положения международных стандартов социальной ответственности бизнеса.

Опыт ведущих мировых компаний в сфере социальной ответственности бизнеса доказывает необходимость формирования социальной отчетности. Именно социальная отчетность является эффективным инструментом информирования общественности о социальных и экологических результатах деятельности компаний.

Составление социальной отчетности позволяет демонстрировать результаты не только проводимых субъектом хозяйствования благотворительных и спонсорских программ, но и любых других социально значимых сторон его деятельности, которые способствуют улучшению взаимоотношений с потребителями, государственными органами, контрагентами и другими группами общества.

Несмотря на то, что термин «социальная отчетность» в научной и практической деятельности используется достаточно часто, единого мнения у ученых по поводу сущности такой отчетности нет. Также следует отметить, что ученые очень редко дают собственное определение такой отчетности. В связи с этим, рассмотрим трактовку определения социальной отчетности отдельными авторами.

Бондаренко С., Воробей В. под социальной отчетностью понимают документально оформленную совокупность данных коммерческой организации, отражающих среду существования компании, принципы и методы сотрудничества с группами влияния, результаты деятельности компании в экономической, социальной, экологической сфере жизни общества [60].

Одинцова Т.М. отмечает, что «социальная или нефинансовая отчетность – это отчеты компаний, включающие информацию не только о результатах финансово-экономической деятельности (прибыль, дивиденды, инвестиции, компенсации сотрудникам, репутация и т.д.), но и социальные (здравоохранение и безопасность, трудовые отношения, этика бизнеса, взаимоотношения с коренными народами и т.д.) и экологические (используемая энергия, выбросы углерода, использования земли и экосистем, техногенные аварии, соответствие / несоответствие экологическому законодательству и т.д.) показатели» [130].

Грекова Г.И. указывает, что «социальный отчет предприятия – это не просто свод количественных и качественных показателей его общественной деятельности, а сложная система информации, отражающей не только благотворительные и спонсорские программы предприятия, но и любые другие социально значимые аспекты его деятельности, которые могут повлечь существенные последствия для самого предприятия, потребителей его продукции, акционеров, государственных органов, контрагентов или любых других связанных с ним групп общества» [71].

Парушина Н.В. и Баркова Т.А. под социальным отчетом понимают добровольно подготовленный документ, объективно отражающий достоверную нефинансовую информацию об эффективности управления организацией [136].

Колот А. отмечает, что социальная отчетность – это отчетность об экономических, экологических и социальных результатах деятельности, это отражение в специальной документации состояния внедрения концепции корпоративной социальной ответственности [91].

Проданчук М. определяет социальную отчетность как совокупность данных компании, организации, которая отражает среду обитания ее, принципы и методы сотрудничества с группами влияния, результаты деятельности компании в экономической, социальной и экологической сфере жизни общества [146].

Некоторые ученые [155; 157] трактуют социальную отчетность как публичное письменное информирование акционеров, сотрудников, партнеров и всего общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах цели развития.

Лазоренко О., Колышко Р. расширили определение социальной отчетности: «...публичное письменное информирование акционеров, сотрудников, партнеров и всего общества о том, как и какими темпами, компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах развития цели в сферах устойчивого развития, социального благополучия и экологической стабильности» [105].

Итак, из представленных определений социальной отчетности следует, что ученые по-разному ее трактуют. Несмотря на многообразие точек зрения, все они по существу верны и представляют разное видение содержания нефинансовой отчетности. Авторы едины в том, что социальная отчетность должна не только включать количественные, но и качественные показатели результатов взаимодействия предприятия с обществом.

Анализ приведенных определений позволяет сделать вывод, что социальная отчетность – это совокупность взаимосвязанных количественных и качественных показателей, отражающих экономические, экологические, социальные результаты взаимодействия субъекта хозяйствования и общества.

Предложенное определение позволяет акцентировать внимание на том, что при составлении социальной отчетности предприятиям необходимо руководствоваться международными стандартами социальной ответственности наряду с МСФО, тем не менее, существует практика составления социальной отчетности без указания количественных и стоимостных показателей, что делает невозможным осуществление комплексной оценки деятельности предприятия и определение эффекта от реализации социальных программ и мероприятий.

Интерпретация сущности международных стандартов социальной ответственности бизнеса в условиях развития современной предпринимательской среды легла в основу формирования концептуального подхода к развитию социальной ответственности бизнеса, который представлен на рисунке 1.8.

Структурно сформированный концептуальный подход состоит из трех блоков, отражающих логическую схему исследования и достижение поставленных научных задач в рамках каждого раздела диссертационной работы.

На рисунке 1.9 показана взаимосвязь сформированный концептуального подхода к развитию социальной ответственности бизнеса со структурно-логической схемой исследования.

Первый блок сформированный концептуального подхода к развитию социальной ответственности бизнеса связан с его теоретическим обоснованием в рамках первого раздела диссертационной работы, а именно: исследованием

концепции «открытого общества», определением её значения для развития предпринимательства в целом и социальной ответственности бизнеса в частности; усовершенствованием иерархической структуры и содержания элементов института социальной ответственности, а также анализом положений международных стандартов социальной ответственности бизнеса.



Рисунок 1.8 – Концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

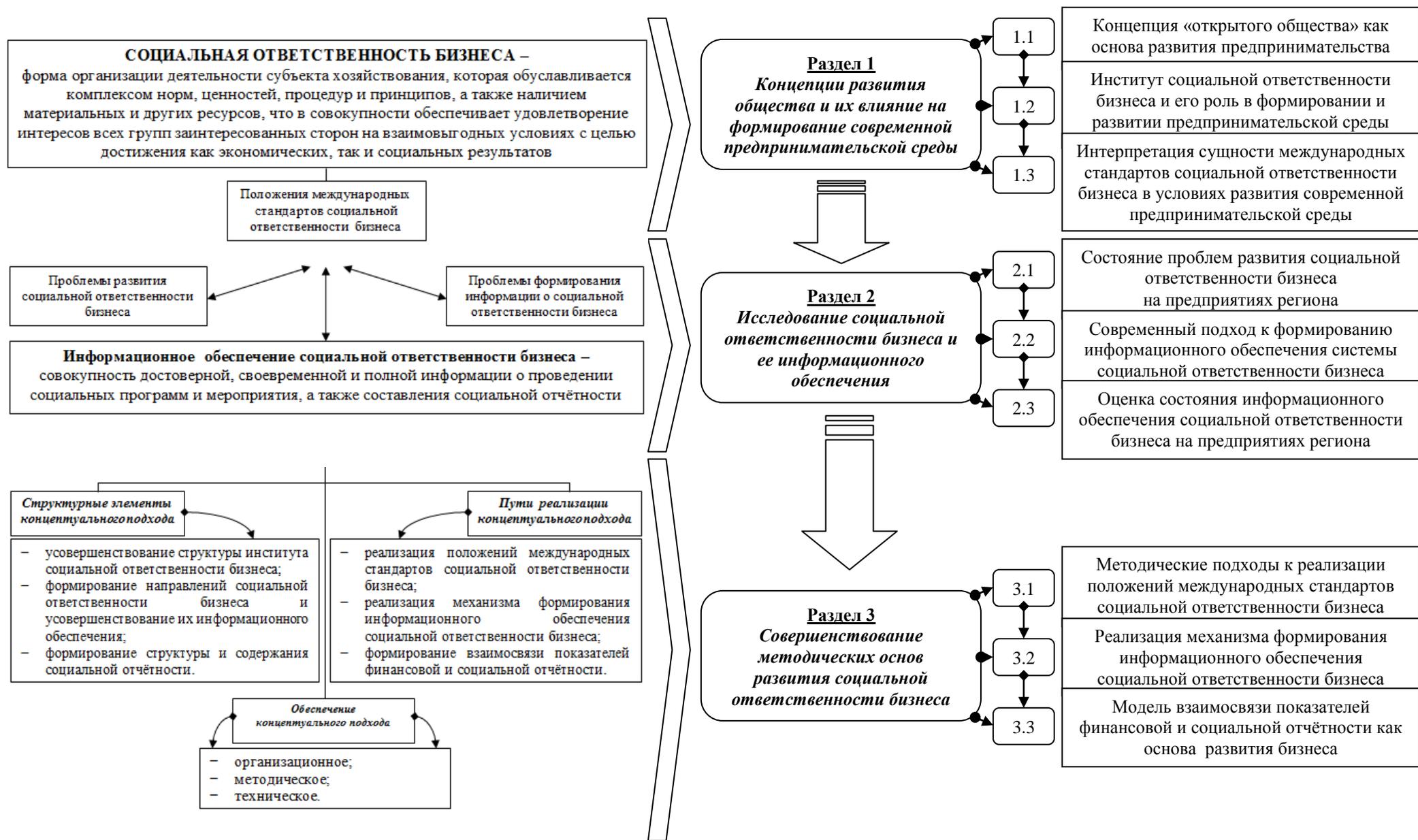


Рисунок 1.9 – Взаимосвязь сформированного концептуального подхода со структурно-логической схемой исследования

(составлено автором)

С целью обоснования направлений совершенствования методических основ развития социальной ответственности бизнеса в рамках второго блока сформированный концептуального подхода и, соответственно, раздела диссертационной работы, выявлены и систематизированы проблемы развития социальной ответственности бизнеса и формирования информации о ней на предприятиях региона.

В рамках третьего блока концептуального подхода сформированы пути её реализации, а именно: усовершенствован методический подход к реализации международных стандартов социальной ответственности бизнеса, разработан и адаптирован механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, сформирована взаимосвязь показателей финансовой и социальной отчётности.

Логическим отражением концептуального подхода к развитию социальной ответственности бизнеса стала разработка внутрифирменного стандарта – «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса» для субъектов хозяйствования, направленного на регламентацию и унификацию подхода к формированию информационного обеспечения и порядку отражения информации, взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности.

Таким образом, несмотря на двойственную природу стандартов социальной ответственности они направлены на развитие практики социальной ответственности, формирование предпринимательской среды как на уровне предприятия (в качестве инструкций), так и на национальном, международном уровне (в качестве нормативно-правовых документов). Охват международными стандартами социальной ответственности бизнеса всех направлений социальной ответственности бизнеса, а также общность и единство рекомендаций, которые в них представлены, не подкреплён необходимым информационным обеспечением социальной ответственности бизнеса. Отсюда следует отсутствие взаимосвязи данных стандартов с международными стандартами финансовой отчётности, что не позволяет удовлетворить информационные потребности заинтересованных

сторон и усложняет процесс развития предпринимательской среды и социальной ответственности бизнеса.

Выводы по разделу 1

Результатом исследования концепций развития общества и их влияния на формирование современной предпринимательской среды служит ряд выводов, а именно:

1. Исследованы современные концепции общества, вследствие чего установлено, что источником экономического и социального прогресса общества является, прежде всего, деятельность человека, основанная на потребностях, ценностях и интересах.
2. Обозначены и систематизированы интересы основных заинтересованных сторон, согласно теории стейкхолдеров: государственных органов (на местном, региональном и национальном уровнях), административного персонала компании и других работников компании, потенциальных работников, инвесторов и акционеров, финансовых институтов, поставщиков, СМИ, общественных организаций, клиентов.
3. Проанализированы взаимоотношения заинтересованных сторон и субъекта хозяйствования, что позволило обосновать причины конфликтов между ними, которые характеризуются недостаточным уровнем социальной ответственности и отсутствием понимания потребностей стейкхолдеров в информации о ней.
4. Усовершенствована иерархическая структура и содержание элементов социальной ответственности бизнеса, основанная на институциональном подходе, реализация которого позволила сформировать иерархию её элементов как социально-экономического института, ориентированного на развитие предпринимательской среды путем согласования интересов заинтересованных сторон.

5. Определена роль института социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде, которая заключается в формировании норм поведения (так называемых «правил игры»), являющихся основой долгосрочного ведения бизнеса.
6. Проанализированы международные стандарты социальной ответственности бизнеса и определены преимущества применения отечественными предприятиями для усовершенствования методического подхода к реализации их положений.
7. Сформирован концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса, в основу реализации которого положена разработка методических основ по трем направлениям: адаптация положений международных стандартов социальной ответственности; разработка механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса; формирование взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, способствующий последовательному раскрытию информации нефинансового и финансового характера в социальной отчетности для заинтересованных сторон.
8. Получили дальнейшее развитие определения терминов «предпринимательская среда», «институт социальной ответственности бизнеса», «социальная отчетность» для обоснования и разработки научно-методических рекомендаций по совершенствованию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Основные результаты исследования представлены в работах [28-30; 32; 34-38; 46; 49; 138; 161].

РАЗДЕЛ 2 ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА И ЕЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

2.1 Состояние проблемы развития социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона

Усиление роли и значимости социальной ответственности бизнеса обуславливает необходимость в информации, которая в полной мере раскрывает результаты и последствия деятельности предприятия не только в экономическом плане, но и социальном, экологическом. Реализация и проведение социальных программ и мероприятий выступает объективной закономерностью развития предпринимательской среды.

При этом особое внимание при реализации социальных программ и мероприятий, формировании информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса должно быть уделено непосредственно взаимодействию предприятия со стейкхолдерами и составлению социальной отчётности по итогам реализации социальных программ и мероприятий.

Согласно данным Российского союза промышленников и предпринимателей [8], 67 % предприятий не проводит мероприятий со стейкхолдерами в процессе подготовки социальной (нефинансовой) отчётности, 22 % предприятий проводят нерегулярные круглые столы, организуют общественные приёмы или центры, куда могут обратиться все заинтересованные стороны (рисунок 2.1).

Регулярные встречи в формате круглых столов, роуд-шоу со своими стейкхолдерами в процессе составления социальной (нефинансовой) отчётности проводит только 11 % предприятий. Приведенная статистика обуславливает практику составления социальной отчётности без указания количественных и качественных показателей, что делает невозможным осуществление комплексной оценки деятельности предприятия и определение эффекта от реализации социальных программ и мероприятий.

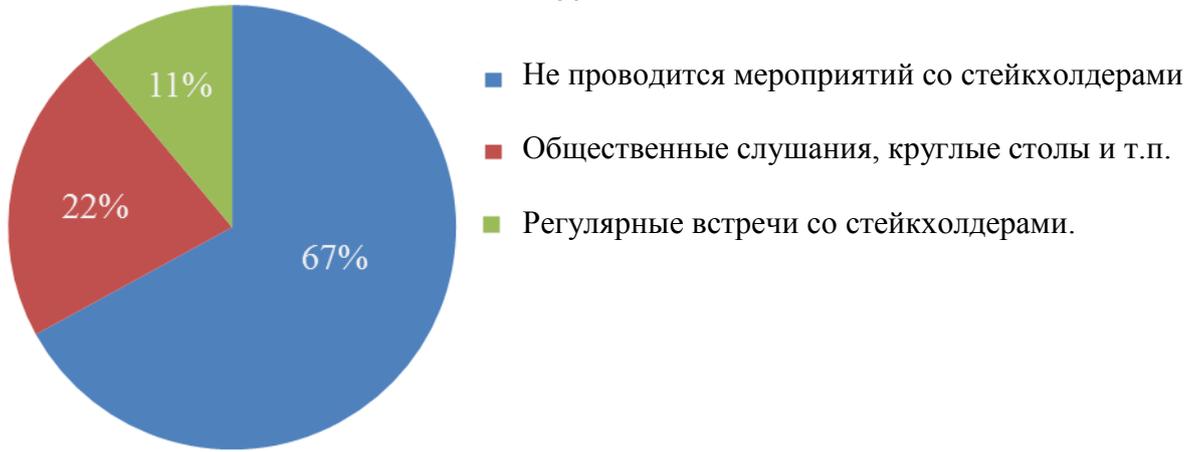


Рисунок 2.1 – Мероприятия, проводимые предприятиями для заинтересованных сторон в процессе составления социальной отчетности
(составлено автором на основе [8])

Проанализируем существующую практику раскрытия количественных (финансовых) показателей в социальной отчетности ведущих украинских и российских компаний по направлениям социальной ответственности бизнеса, сравнительная характеристика которых представлена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Сравнительная характеристика раскрытия финансовых показателей в социальной отчетности ведущих украинских и российских компаний
(составлено автором)

№	Компания	Финансовые показатели в социальной отчетности по основным направлениям социальной ответственности					
		Расходы на трудовые отношения	Расходы на охрану труда и безопасность на рабочем месте	Расходы на обучение работников	Расходы на экологию	Расходы, связанные с защитой прав потребителей	Расходы на социальные мероприятия
1	2	3	4	5	6	7	8
Украинские компании							
1	«ДТЭК»	+	+	+	+	+;- (описательный характер)	+
2	«Арселор Миталл»	+	+	+;- (описательный характер)	+	-	+
3	«Платинум Банк»	+	-	-	-	-	+
4	«СКМ»	+;- (описательный характер)	+	+	+	- (описательный характер)	+
5	«Оболонь»	-	+	-	+	-	-
6	«Нібулон»	-	-	-	+	-	+
7	«Ernst & young»	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+

Продолжение таблицы 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8
8	<i>«Метінвест»</i>	+	+	+	+	- (описательный характер)	+
9	<i>«Київстар»</i>	-	-	-	-	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)
10	<i>«Samsung Electronics Україна»</i>	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+	+	+;- (описательный характер)	+
Российские компании							
1	<i>ОАО «Лукойл»</i>	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+	+	+
2	<i>АФК «Система»</i>	+	+;- (описательный характер)	+	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+
3	<i>«Евраз»</i>	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	-	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)
4	<i>ГМК «Норильский никель»</i>	+	+;- (описательный характер)	+	+	+;- (описательный характер)	+
5	<i>Объединенная компания «Русал»</i>	+	+;- (описательный характер)	-	+	-	+
6	<i>«Ростелеком»</i>	+	+	+	-	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)
7	<i>ОАО «РусГидро»</i>	+;- (описательный характер)	+	-	+	-	-
8	<i>Группа «Мегафон»</i>	+	-	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+;- (описательный характер)	+
9	<i>«Сибур Холдинг»</i>	+	+	+	+	+;- (описательный характер)	+
10	<i>«Вымпелком»</i>	+	-	+	-	+;- (описательный характер)	+

Предоставление общей информации без указания количественных и финансовых показателей в социальной отчетности позволяет сконцентрировать внимание заинтересованных пользователей на тех направлениях социальной ответственности, в которых достигнуты положительные результаты, не отражая всей полноты информации. Более наглядно такую ситуацию демонстрируют результаты исследования социальной отчетности 25 крупнейших отечественных компаний разных отраслей, представленных на рисунках 2.2-2.4 [8].

В анализируемых социальных отчетах информация об отражении количественных показателей представлена в разрезе трех основных сфер

(направлений) социальной ответственности: трудовой, экологической и социальной.



Рисунок 2.2 – Отражение количественных показателей в трудовой сфере [8]

Анализируя информацию, представленную на рисунке 2.2, можно утверждать, что все компании из выборки отражают в отчётах данные, относящиеся к численности персонала, программам по обучению и развитию сотрудников, к системе охраны труда безопасности на рабочем месте. Наименьший уровень раскрытия количественных показателей наблюдается в отношении уровня оплаты труда менеджмента и продвижения внутренних кадров на руководящие должности.

Данные рисунка 2.3 наглядно демонстрируют, что количественные показатели в рамках направлений «Биоразнообразие», «Изменение климата», «Использование материалов», «Экологическое воздействие продукции» раскрывают не более 2-3 компаний, социальные отчеты которых анализировались. В то же время по таким направлениям, как «Вода», «Воздух», «Энергия» информацию предоставляют почти все промышленные компании, а показатели, количественно характеризующие направление «Отходы», раскрываются во всех анализируемых социальных отчетах.



Рисунок 2.3 – Отражение количественных показателей в экологической сфере [8]

При этом заметим, что такая ситуация происходит на фоне того, что сейчас мировое сообщество находится на пороге исторического события, так как участники климатического саммита ООН (декабрь 2015 г.) приняли итоговое соглашение, которое должно прийти на смену Киотскому протоколу. Данное соглашение предусматривает выделение до 2020 года развивающимся странам 100 млрд. долларов на борьбу с вредными выбросами в атмосферу [154]. Выделенные средства будут распределены не только между представителями государственного сектора экономики, но и частного, субъекты хозяйствования которого оказывают значительное влияние на экологическую ситуацию в мире. В этой связи формирование информации которая бы в полной мере отражала последствия деятельности предприятий в экологической сфере, приобретает особую актуальность.

Количественные (и качественные) показатели, отражающие взаимодействие в социальной сфере, информативностью тоже не отличаются (рисунок 2.4). Так, в рамках благотворительной деятельности (условно отделяемой от социальных инвестиций), кроме объёма затраченных средств и количества проведённых мероприятий, другие показатели не используются. Подчеркнем, что во всех проанализированных социальных отчетах по направлению «Права человека»

было отмечено, что никаких жалоб и случаев нарушения прав человека в отчётном периоде зарегистрировано не было, при этом количественные показатели дублировались из разделов, посвященных трудовым отношениям.



Рисунок 2.4 – Отражение количественных показателей в социальной сфере [8]

Очевидно, что информация, не представленная в социальной отчетности, находит свое отражение во внутренней управленческой отчетности, аналитических отчетах и формируется в процессе реализации социальных программ и мероприятий. Правомерность такого вывода подтверждают результаты анкетирования руководителей, менеджеров различных уровней управления и ведущих специалистов предприятий Донецкой Народной Республики. Общее количество респондентов составило 405 человек (17 предприятий).

При этом отметим, что логика выбора предприятий исходила из их общего количества зарегистрированных в Донецкой Народной Республике и находящихся в сфере деятельности Министерства промышленности и торговли ДНР. Так, в сфере деятельности указанного министерства находится 63,9 % предприятий ДНР, в том числе 37,6 % составляют предприятия металлургии, 10,6 % – пищевой промышленности, 8,8 % – коксохимии, 2,2 % – химической промышленности, 1,6 % – машиностроения, 0,64 % – промышленности

строительных материалов, 0,06 % – легкой промышленности и прочие предприятия [135]. Исходя из вышесказанного, распределение и характеристика исследуемых предприятий представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Характеристика исследуемых предприятий (составлено автором)

Предприятие	Сфера деятельности	Краткая характеристика
1	2	3
«Производственно-коммерческое предприятие «Металлист» (ЧАО)	Металлургия	Предприятие создано в 2005 году и специализируется на производстве высококачественных электросварных труб малого и среднего диаметра. При полной загрузке предприятие может произвести до 36,0 тыс.т труб в год. Технологический комплекс предприятия позволяет выпускать не только трубы высокой точности, но и в короткие сроки осваивать производство новых профилеразмеров труб, позволяя в полной мере удовлетворять потребности клиентов. Основная номенклатура производимой продукции: трубы стальные электросварные профильные квадратного, круглого и прямоугольного сечения из углеродистых марок стали.
«Торгово-промышленная компания «Донецкий сеточный завод» (ООО)	Металлургия	ООО «Торгово-промышленная компания «Донецкий сеточный завод» создано в 2013 году и производит сетки стальные крученые, сварные, арматурные, дорожные, которые успешно применяются в строительной, сельскохозяйственной и энергетической промышленности.
«Завод Коксохимоборудование» (ООО)	Машиностроение	ООО «Завод Коксохимоборудование» основан в 1946 году и является специализированным производителем металлургического, грузоподъемного, гидромеханического, нестандартного, специального, технологического оборудования, строительных металлоконструкций, запасных частей и комплектующих изделий для строительства, реконструкции и ремонта коксовых батарей коксохимических предприятий.
«Горловский машиностроительный завод «Универсал» (ЧАО)	Машиностроение	ЧАО «Горловский машиностроительный завод «Универсал» основан в 1969 году как «Опытно-экспериментальный завод Горловского отделения ДонУГИ» и специализируется на изготовлении экспериментальных образцов горно-шахтного оборудования для шахт с крутым залеганием пластов, в том числе угольных комбайнов.

Продолжение таблицы 2.2

1	2	3
«Полидон» (ООО)	Химическая промышленность	ООО «Полидон» основано в 1996 году и специализируется на производстве полиэтиленовой продукции методом ротационного формования (центробежной формовки). В ассортимент продукции входят: тара полиэтиленовая; емкости пищевого назначения полиэтиленовые; канистры; вазы из полиэтилена; продукция полиэтиленовая для сельского хозяйства; контейнеры полиэтиленовые; барьеры пластиковые; горки пластиковые и игровые площадки.
«Фирма «Антарес» (ООО)	Промышленность строительных материалов	Предприятие было основано в 1994 году и на сегодняшний день является лидером в изготовлении стеклопакетов любой сложности и конфигурации с применением энергосберегающих и multifunctionальных технологий. Также предприятие изготавливает изделия из стекла, зеркал, декоративного, цветного, матированного, оконного, строительного, тонированного в массе стекла, художественного декорирования пескоструйным способом, фьюзинг.
«Дон-Вторма» (ООО)	Промышленность строительных материалов	Донецкая картонная фабрика с 2003 года предлагает своим клиентам высококачественное сырье для гофроупаковки – бумагу для гофрирования и картон для плоских слоев. Предприятие изготавливает полный спектр продукции от недорогого макулатурного сырья до материалов с высоким содержанием целлюлозы. Компания оснащена лабораторией, а также всеми необходимыми средствами для контроля качественных показателей на протяжении всего производственного процесса.
«Карина» (ООО)	Легкая промышленность	Общество с ограниченной ответственностью «Карина» было основано в 1992 году и специализируется на пошиве женской одежды в широком ассортименте. Швейная продукция рассчитана на любую возрастную категорию. За время работы модельерами фирмы разработано более 2000 моделей. Для изготовления одежды используют преимущественно натуральные ткани: шерсть, полушерсть, лен, креп, шелк. Производственные мощности предприятия позволяют выпускать до 4500 единиц в месяц готовой продукции.

Продолжение таблицы 2.2

1	2	3
«Золотое руно-Донецк» (ЧАО)	Легкая промышленность	ЧАО «Золотое руно-Донецк» (Камвольно–прядельная фабрика) основано в 1970 году и специализируется на производстве и реализации пряжи и химических волокон для трикотажного и ткацкого производства. Производственные мощности предприятия позволяют производить 37 тонн готовой продукции в месяц. Предприятие изготавливает высокообъемную (НВ) пряжу из 100% полиакрилонитрильного волокна (100% Acril) крученую, стабилизированную, ткацкую для трикотажного и ткацкого производства и чулочно-носочных изделий.
«Логс» (ООО)	Легкая промышленность	Предприятие было создано в 2001 году. ООО «ЛОГС» специализируется на оказании услуг по пошиву детских трикотажных изделий, а также нательного белья и белья из термоткани (для служб МЧС).
«АРТЕМИДА» (ООО)	Пищевая промышленность	ООО «Артемиды» осуществляет свою деятельность с 2005 года. За все эти годы предприятие прошло путь развития от небольшого производственного цеха, выпускающего всего 5 видов колбасных изделий, до предприятия, производящего свыше 30 наименований продукции. Основная номенклатура производимой продукции: колбасные изделия варено-копченые, сыровяленые, жареные, вареные, копчености мясные, сосиски.
«Компания «РОСМЕН» (ООО)	Пищевая промышленность	ООО «Компания «РОСМЕН» основана в 1997 году. Ассортимент продукции делится на следующие основные направления: производство кукурузных палочек сладкой и соленой группы; производство соломки «Любительской» в ассортименте; производство изделий, глазированных кондитерскими глазурями; производство карамели леденцовой; производство продукции для диетического питания.
«Бекон-Инвест-Агро» (ООО)	Сельское хозяйство	Производственная деятельность предприятия ООО «Бекон-Инвест-Агро» начата в 2004 году на базе свиноварной фермы. Основным видом деятельности является разведение свиней и производство мясных продуктов.

Продолжение таблицы 2.2

1	2	3
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Комплекс-1»	Сельское хозяйство	Кооператив «Комплекс-1», основанный в 1988г., является сельскохозяйственным производственным предприятием, виды деятельности которого: выращивание овощей и бахчевых культур, корнеплодов и клубней; выращивание других однолетних и двулетних культур; выращивание винограда; выращивание семечковых и косточковых фруктов; выращивание ягод, орехов, других плодовых деревьев и кустарников.
«ДОНРЕМОНТ» (ООО)	Сфера услуг	Общество с ограниченной ответственностью «Ремонтно-строительная фирма «ДОНРЕМНОТ» была основано в 2001 году и специализируется на ремонтах работах промышленных объектов.
«Треналофф-Траст» (ООО)	Сфера услуг	Предприятие было основано в 2000 году. Основными видами деятельности ООО «Треналофф-траст» являются: строительство, устройство инженерных сетей, бестраншейная прокладка трубопроводов, предоставление услуг строительной техники, проведение земляных работ.
«Сигма Лэнд» (ООО)	Торговля	ООО «Сигма Лэнд» основано в 2008 году как «Гипермаркет Ашан». Предприятие предлагает своим клиентам широчайший выбор продуктов питания, товаров для дома, мебели облегченной конструкции, диванов, широкий ассортимент бытовой техники, товаров для отдыха, одежды, сезонных товаров и т.д.

Общая картина распределения респондентов по предприятиям и должностями представлена в таблицах 2.3-2.4.

Таблица 2.3 – Распределение респондентов по предприятиям
(составлено автором)

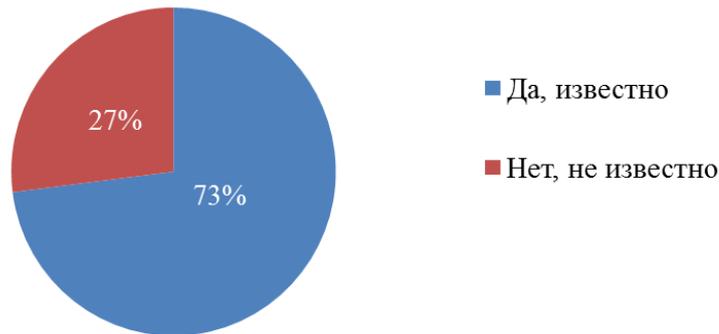
Предприятие (форма собственности)	Количество респондентов	
	чел.	%
Средние предприятия по объему деятельности	164	<u>40,4</u>
Крупные предприятия с элементами корпоративных структур	127	<u>31,5</u>
Предприятия под внешним управлением ДНР	114	<u>28,1</u>
Всего:	405	<u>100</u>

Таблица 2.4 – Распределение респондентов по должностям (составлено автором)

Должности респондентов	Количество респондентов	
	чел.	%
Менеджеры различных уровней управления (руководители отделов и служб)	259	<u>63,9</u>
Ведущие специалисты (мастера, экономисты и т.д.)	101	<u>24,9</u>
Другие работники	32	<u>11,2</u>
Всего:	405	<u>100</u>

Прежде чем проводить анкетирование респондентов касательно вопросов информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, нами были заданы следующие вопросы: «Известно ли Вам понятие «Социальная ответственность бизнеса?»», «Как часто Ваше предприятие проводит социальные программы и мероприятия?». Распределение ответов респондентов представлено на рисунке 2.5.

Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Известно ли Вам понятие «Социальная ответственность бизнеса?»»



Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Как часто Ваше предприятие проводит социальные программы и мероприятия?»»

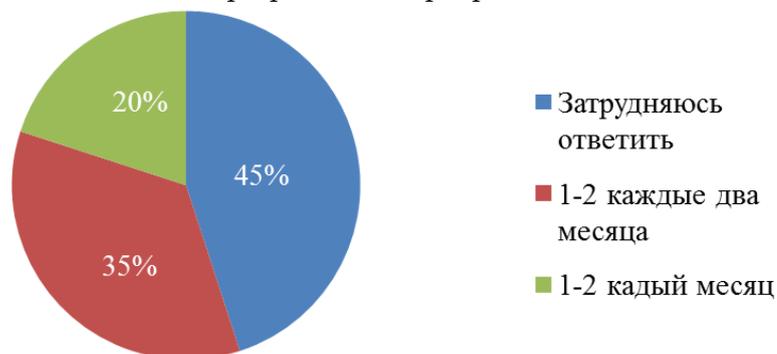


Рисунок 2.5 – Распределение ответов респондентов на вопросы
(составлено автором)

На вопрос: ««Известно ли Вам понятие «Социальная ответственность бизнеса?»» положительно ответили 73 % опрошенных (297 человек), отрицательно – 27 % (108 человек). Заслуживает внимания распределение ответов респондентов на вопрос о частоте проведения социальных программ и мероприятий на предприятии. Так, только 35 % опрошенных (141 человек) склонны полагать, что предприятие регулярно проводит 1-2 социальных мероприятия в месяц, 20 % (81 человек) считают, что 1-2 социальных мероприятия проводятся каждые два месяца или реже. В свою очередь, 183 человека (45 % респондентов) не могут однозначно ответить на данный вопрос.

В результате исследования установлено, что существует прямая зависимость между размером предприятия (количеством работников) и проведением социальных мероприятий предприятиями. Эта зависимость представлена на рисунке 2.6.

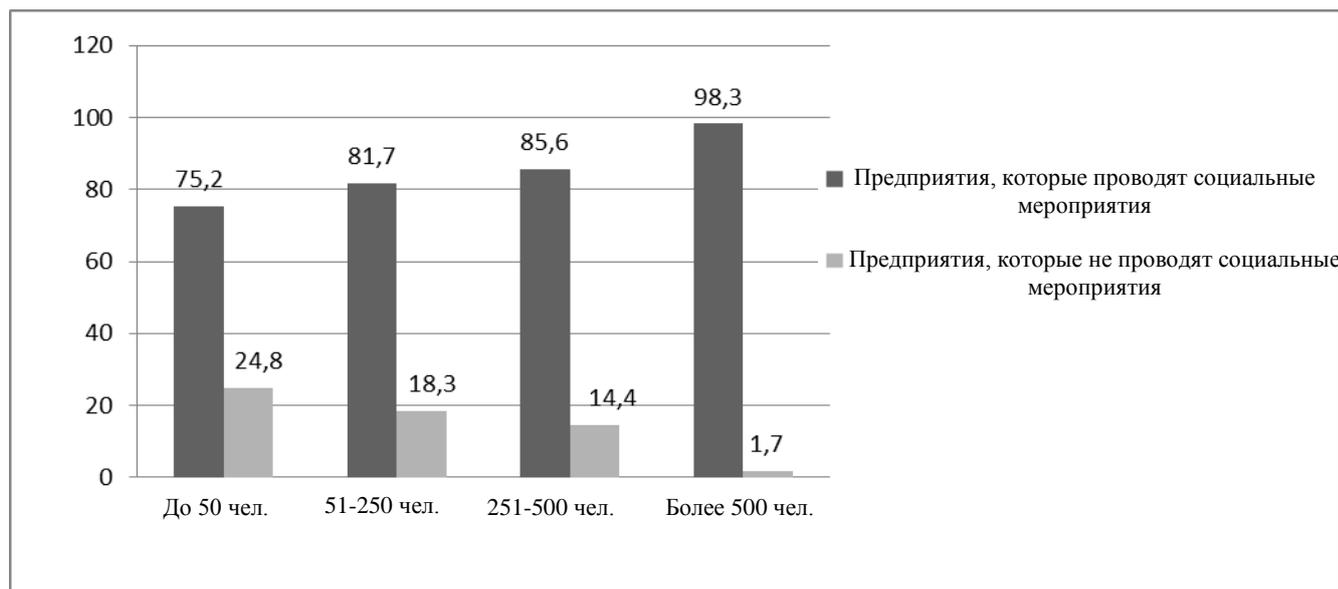


Рисунок 2.6 – Зависимость между размером предприятия и проведением социальных мероприятий (составлено автором на основе [6, с.22])

В таблице 2.5 приведены примеры социальных мероприятий, которые проводят предприятия (в разрезе размеров предприятия). При этом отметим, что по данным исследования деятельности предприятий специалистами ООН, в среднем 49,1% предприятий не отслеживают последствия проводимых социальных мероприятий, 29,4% предприятий оценивают результаты проведения

лишь отдельных социальных программ и мероприятий и только 5,3% предприятий постоянно анализируют и оценивают результаты проведения социальных мероприятий [94].

Таблица 2.5 – Социальные мероприятия, проводимые предприятиями (с учетом размеров предприятия) (составлено на основе [6, с.22])

Социальные мероприятия	% реализации предприятиями	
	Малыми	Крупными
Создание новых рабочих мест, обучение работников	32,1	57,1
Шефство над детскими домами	19,1	42,2
Реализация экологических проектов	17,4	33,8
Спонсорство спортивных, культурных мероприятий	16,4	32,4

Согласно оценкам специалистов ООН [94], социальные мероприятия проводятся предприятиями по таким направлениям:

- 1) благотворительность и поддержка социальных программ;
- 2) соблюдение трудовых прав работников, обучение, создание безопасных условий труда, своевременная выплата зарплаты;
- 3) внедрение альтернативных источников энергии, производство экологически чистой продукции, уменьшение выбросов, строительство очистных сооружений.

При этом социальная ответственность предприятия, по мнению руководства предприятий, заключается во внедрении программ улучшения условий труда персонала (65,5%), обучении и развитии персонала (63,2%), оказании благотворительной помощи (56%), бережном отношении к потребителям (49,5%), участии в региональных программах развития территорий (32,3 %), реализации экологических программ (29,8%) [20, с. 33].

В ходе исследования проанализирована практика проведения предприятиями Донецкой Народной Республики социальных мероприятий по направлениям социальной ответственности бизнеса. Систематизированные результаты приведены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Практика проведения предприятиями Донецкой Народной Республики социальных мероприятий по направлениям социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Направления социальной ответственности бизнеса Предприятие	Трудовые отношения	Охрана труда и безопасность на рабочем месте	Обучение работников	Забота об экологии	Защита интересов потребителей	Забота об обществе
«Производственно-коммерческое предприятие «Металлист»	+	+	+	-	-	-
«Торгово-промышленная компания «Донецкий сеточный завод»	+	+	-	-	+	-
«Завод Коксохимоборудование»	-	+	+	+	-	-
«Горловский машиностроительный завод «Универсал»	-	+	+	+	-	+
«Полидон»	-	-	-	-	-	-
«Фирма «Антарес»	-	+	-	+	-	-
«Дон-Вторма»	+	+	-	-	-	-
«Карина»	-	-	+	-	+	-
«Золотое руно-Донецк»	+	-	+	-	+	+
«Логс»	-	+	-	-	+	-
«АРТЕМИДА»	-	+	+	-	+	-
«Компания «РОСМЕН» (ООО)	-	-	+	-	-	-
«Бекон-Инвест-Агро»	+	-	-	+	+	+
Сельскохозяйственный производственный кооператив «Комплекс-1»	+	-	-	+	-	+
«ДОНРЕМОНТ»	-	-	+	-	+	+
«Треналофф-Траст»	-	+	+	-	-	-
«Сигма Лэнд»	+	+	+	-	+	+

Анализируя данные таблицы 6, можно утверждать, что практика проведения социальных мероприятий предприятиями Донецкой Народной Республики аналогична общемировой, которая была приведена выше.

Так, 10 из 17 исследуемых предприятий, или 58,82 % регулярно проводят мероприятия по охране труда. Нельзя не отметить, что 64,71 % предприятий (11 из 17 исследуемых) активно занимаются обучением своих работников путем организации курсов повышения квалификации самостоятельно или при помощи сторонних организаций.

Здесь уместно обратить внимание, что активная поддержка своих работников предприятиями Донецкой Народной Республики нашла отражение в росте среднесписочной численности штатных работников на 8,4 % (с 344,5 тыс. в 2015 г. до 372,2 тыс. человек в 2017 г.) [135].

Наименьшее внимание предприятия Донецкой Народной Республики уделяют проведению мероприятий, связанных с улучшением экологической ситуации в регионе (только 6 из 17 исследуемых предприятий, или 29,41 % проводят соответствующие мероприятия). В свою очередь, только 35,29 % предприятий (6 из 17) проводят социальные мероприятия для населения региона. Кардинально противоположная ситуация с реализацией социальных программ для клиентов, направленных на защиту их интересов: больше половины исследуемых предприятий (52,94 %) проявляют активность в данном направлении социальной ответственности бизнеса.

Приведенные примеры социальных мероприятий предприятий региона – это малая часть того, что реализуется предприятиями в странах Европы и Северной Америки.

По нашему мнению, указанные направления социальных мероприятий обусловлены ожиданиями общества от деятельности предприятий. В этой связи представляют интерес результаты исследований в данном направлении, проведенные международной компанией «Gfk» [162]. Респондентам предлагалось выбрать из предложенного списка три самых важных, на их взгляд, обязательства предприятия перед жителями страны: от заботы о здоровье и безопасности работников до обеспечения хорошего дохода акционерам. Результаты исследования 27 000 интернет-пользователей из 22 стран мира представлены на рисунке 2.7.

Анализируя результаты исследования, представленные на рисунке 2.7, отметим, что в России, как и в большинстве стран мира, общество ожидает от предприятий, в первую очередь, обеспечения рабочими местами и предоставления качественной продукции, то есть мнения респондентов полностью совпадают с представленными выше результатами исследования.



Рисунок 2.7 – Ожидания общества от деятельности предприятий (составлено автором на основе [162])

К принципиальным отличиям среди мнений россиян и жителей других стран мира следует отнести ожидание большего внимания к проведению социальных программ и мероприятий, стремление установления справедливой цены на свою продукцию.

Такие разноплановые ожидания общества в отношении деятельности отечественных предприятий подчеркивают необходимость формирования информационного обеспечения социально ответственной деятельности, направленной на удовлетворение интересов всех заинтересованных сторон предприятия.

При изучении перечня необходимой информации, в которой нуждаются менеджеры различных уровней управления (руководители отделов и служб), ведущие специалисты (экономисты, мастера, бухгалтеры), для проведения

социальных программ и мероприятий установлено, что он достаточно разнообразен. Наиболее общая картина информационных потребностей вышеприведенных групп работников представлена в таблице 2.7. При этом установлено, что необходимость в той или иной информации часто возникает, исходя из цели и задач проведения отдельных социальных программ и мероприятий на предприятии.

Таблица 2.7 – Необходимая информация для менеджеров и ведущих специалистов предприятий при проведения социальных программ и мероприятий
(составлено автором)

Информационные потребности менеджеров и ведущих специалистов предприятий	Распределение ответов респондентов	
	Чел.	%
Отчетность и аналитические доклады о последствиях и результатах проведения социальных программ и мероприятий по всем направлениям социально ответственной деятельности	94	<u>26,11</u>
Информация о возможных потенциальных партнерах для совместного проведения социальных программ и мероприятий	76	<u>21,11</u>
Расчеты эффективности вложения средств в те или иные социальные программы и мероприятия	65	<u>18,06</u>
Расчеты по минимизации рисков бизнеса	59	<u>16,39</u>
Сведения о профессиональных навыках сотрудников	43	<u>11,94</u>
Информация о социальной ответственности бизнеса конкурентов	23	<u>6,39</u>
<i>Всего:</i>	360	<u>100</u>

Потребность в информации о последствиях и результатах проведения социальных программ и мероприятий по всем направлениям социальной ответственности бизнеса является наиболее актуальной, о чем свидетельствуют данные таблицы 2.7. Однако обращает на себя внимание то, что сведения о совершенствовании профессиональных навыков сотрудников, которые частично касаются социальной ответственности, отметили только 11,94 % опрошенных (43 человека).

Актуальной и востребованной является информация о возможных потенциальных партнерах для совместного проведения социальных программ и мероприятий, на что обратило внимание 76 респондентов (21,11 %), но при этом

на необходимость информации о социальной ответственности бизнеса конкурентов указало только 6,39 % опрошенных, или 23 человека.

Важными для менеджеров и ведущих специалистов также являются расчеты эффективности вложения средств в те или иные социальные программы и мероприятия, что отметили 65 респондентов (18,06 %). В свою очередь, 16,39 % опрошенных (59 человек) указали на необходимость в систематической подготовке информации о расчетах по минимизации рисков бизнеса.

Исходя из информационных потребностей менеджеров и ведущих специалистов предприятий, нами было проведено анкетирование работников предприятий Донецкой Народной Республики с целью выявления проблем при формировании информации о социальной ответственности бизнеса, результаты которого представлены в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Результаты анкетирования руководителей, менеджеров различных уровней управления и ведущих специалистов предприятий Донецкой Народной Республики (составлено автором)

Вопросы	Ответы					
	Да		Нет		Затрудняюсь ответить	
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
1	2	3	4	5	6	7
Формируются ли на предприятии показатели, отражающие результаты и последствия проводимых социальных программ и мероприятий? В том числе показатели: – финансового характера; – нефинансового характера.	360 270	100% 75%	0 0	- -	0 90	- 25%
Формируются ли на предприятии показатели, отражающие результаты и последствия проводимых социальных программ и мероприятий, которые не находят своего отражения в отчетности предприятия? В том числе показатели: – финансового характера; – нефинансового характера.	360 288	100% 80%	0 72	- 20%	0 0	- -
Показатели, отражающие результаты и последствия проводимых социальных программ и мероприятий, формируются бухгалтерией предприятия?	306	85%	54	15%	0	-

Продолжение таблицы 2.8

1	2	3	4	5	6	7
Выделите основные трудности, связанные с организацией процесса формирования информации о социальной ответственности:						
– проблемы идентификации объектов социальной ответственности бизнеса;	252	70%	108	30%	0	-
– проблемы, связанные с квалификацией специалистов, занимающихся формированием информации о проведении социальных программ и мероприятий;	270	75%	90	25%	0	-
– проблемы, связанные с регламентацией социальной ответственности бизнеса на уровне предприятия.	331	92%	29	8%	0	-
Регламентируется ли социальная ответственность бизнеса на Вашем предприятии внутренними документами (стандартами, рекомендациями и т.п.)?	17	5%	343	95%	0	
Как Вы считаете, внутрифирменный стандарт по организации информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса улучшил бы качество проведения социальных программ и мероприятий?	360	100%	0	-	0	-
Как Вы считаете, разработка на предприятии методических рекомендации по взаимосвязи финансовых и нефинансовых показателей упростила бы процесс подготовки социальной отчетности?	360	100%	0	-	0	-

Результаты эмпирического исследования показали, что на предприятиях региона недостаточный уровень организации процесса формирования информации о социальной ответственности, что, в первую очередь, связано с наличием нескольких групп проблем: проблемы идентификации объектов социальной ответственности бизнеса; проблемы, связанные с квалификацией специалистов, занимающихся формированием информации о проведении социальных программ и мероприятий; проблемы, связанные с регламентацией социальной ответственности бизнеса на уровне предприятия.

В ходе исследования был выявлен ряд проблем, с которыми сталкиваются предприятия при идентификации и формировании объектов социальной ответственности бизнеса. Результаты соответствующего анкетного опроса представлены в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Распределение ответов респондентов на вопрос об основных проблемах идентификации и формирования объектов социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Основные проблемы	Распределение ответов респондентов					
	Менеджеры различных уровней управления		Ведущие специалисты (экономисты, мастера, бухгалтеры)		Другие работники предприятий	
	Место	%	Место	%	Место	%
Наличие не всегда своевременного и объективного информационного отражения процессов и явлений при проведении социальных программ и мероприятий.	1	89,5	5	54,3	1	72,3
Необходимость дополнительной обработки информации при планировании и принятии управленческих решений относительно социальной ответственности бизнеса.	2	79,4	6	49,7	-	-
Отсутствие и ненадлежащая организация движения информационных потоков социальной ответственности бизнеса.	3	71,3	1	91,2	2	61,1
Низкая скорость обновления отдельных аналитических показателей результатов и последствий проведения социальных программ и мероприятий.	4	65,1	4	60,9	5	37,5
Сложность и трудоемкость получения информации касательно текущих результатов реализации социальных проектов.	5	53,7	3	74,3	3	56,8
Ненадлежащий уровень нормативно-правовой и нормативно-справочной информации.	6	51,2	2	79,4	4	49,7

Анализируя полученные результаты, представленные в таблице 2.9, можно сделать следующие выводы:

- 1) основной проблемой при идентификации и формировании объектов социальной ответственности бизнеса является:
 - для менеджеров различных уровней управления и других работников – наличие не всегда своевременного и объективного информационного отражения процессов и явлений при проведении социальных программ и мероприятий (89,5 % и 72,3 % ответов респондентов соответственно);

- для ведущих специалистов (главных бухгалтеров, экономистов, мастеров и т.д.) – отсутствие и ненадлежащая организация движения информационных потоков информации о социальной ответственности бизнеса (91,2 % ответов респондентов);
- 2) несущественными проблемами при идентификации и формировании объектов социальной ответственности бизнеса для респондентов оказались:
- ненадлежащий уровень нормативно-правовой и нормативно-справочной информации для менеджеров различных уровней управления (51,2 % ответов респондентов);
 - необходимость дополнительной обработки информации при планировании и принятии управленческих решений относительно ведения социально ответственной деятельности для ведущих специалистов (главных бухгалтеров, экономистов, мастеров и т.д.) (49,7 % ответов респондентов);
 - низкая скорость обновления отдельных аналитических показателей результатов и последствий проведения социальных программ и мероприятий для других работников (37,5 % ответов респондентов);
- 3) ведущие специалисты (главные бухгалтера, экономисты, мастера и т.д.) нуждаются, прежде всего, в определенной унификации и регламентации информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, которая позволит организовать и структурировать движение информационных потоков социально ответственной деятельности;
- 4) менеджеры различных уровней управления обеспокоены ненадлежащей объективностью и своевременностью информации, что свидетельствует не о проблемах с нормативно-правовой и нормативно-справочной информацией, а о сложностях при формировании фактографической информации;
- 5) группа других работников прямого отношения к информационному обеспечению системы социальной ответственности бизнеса не имеет, тем не менее, ответы респондентов в целом отражают выводы, сделанные нами выше. Однако заметим, что данные респонденты не нуждаются в необходимости дополнительной обработки информации для планирования и принятия

управленческих решений относительно социальной ответственности бизнеса, отсюда следует сложность понимания отдельных аналитических показателей результатов и последствий проведения социальных программ и мероприятий для такой группы работников.

Применительно к рассмотренным выше проблемам идентификации и формирования объектов социальной ответственности бизнеса существует ряд проблем, связанных с субъектами формирования соответствующей информации (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Распределение ответов респондентов на вопрос об основных проблемах субъектов формирования информации о социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Основные проблемы субъектов формирования информации о социальной ответственности бизнеса	Распределение ответов респондентов					
	Менеджеры различных уровней управления		Ведущие специалисты (экономисты, мастера, бухгалтеры)		Другие работники предприятий	
	Место	%	Место	%	Место	%
Формирование информации, которая имеет слишком общий, универсальный характер для проведения и реализации социальных программ и мероприятий.	1	91,4	4	53,4	2	67,3
Отсутствие механизмов формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.	2	86,7	1	73,8	3	62,4
Неосознанность информационных потребностей специалистов, пользователей информации.	3	70,1	5	40,7	1	79,4
Недостаточная квалификация и компетентность специалистов.	4	63,2	3	57,4	4	53,9
Отсутствие или ненадлежащее регламентное обеспечение деятельности субъектов.	5	57,6	2	70,1	5	51,3

Анализ данных, представленных в таблице 2.10, позволяет сделать следующие выводы:

- 1) основной проблемой для менеджеров различных уровней управления является формирование информации, которая имеет слишком общий, универсальный характер для проведения и реализации социальных программ и мероприятий (91,4 % ответов респондентов);

- 2) отсутствие механизмов формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса затрагивает не только ведущих специалистов предприятий Донецкой Народной Республики, на что указало 73,8 % респондентов, но и менеджеров различных уровней управления (86,7 % ответов респондентов);
- 3) ведущие специалисты (главные бухгалтеры, экономисты, мастера и т.д.) нуждаются, прежде всего, в регламентном обеспечении своей деятельности, в том числе и в процессе формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (70,1 % ответов респондентов);
- 4) по мнению других работников предприятий, главной проблемой субъектов формирования информации о социальной ответственности бизнеса является неосознанность информационных потребностей специалистов, пользователей информации (79,4 % ответов респондентов), в свою очередь, отсутствие регламентного обеспечения не является особой проблемой по мнению данной группы респондентов (51,3 % ответов);
- 5) недостаточная квалификация и компетентность специалистов выступает одной из основных проблем для всех групп респондентов: 63,2 % ответов менеджеров различных уровней управления, 57,4 % ответов ведущих специалистов предприятий и 53,9 % ответов других работников.

Уместно обратить внимание на исследование аудиторско-консалтинговой компании «Ernst & Young» [173], посвященное социальной ответственности бизнеса, в рамках которого были определены сферы компетенций структурных подразделений или должностных лиц, отвечающих за проведение социальных программ и мероприятий на предприятии (рисунок 2.8).

Нельзя не отметить, что установленные в ходе опроса проблемы субъектов непосредственно связаны с процессом формирования информации о социальной ответственности бизнеса и сферой их компетенций. Результаты анкетного опроса об основных проблемах процесса формирования такой информации представлены в таблице 2.11.

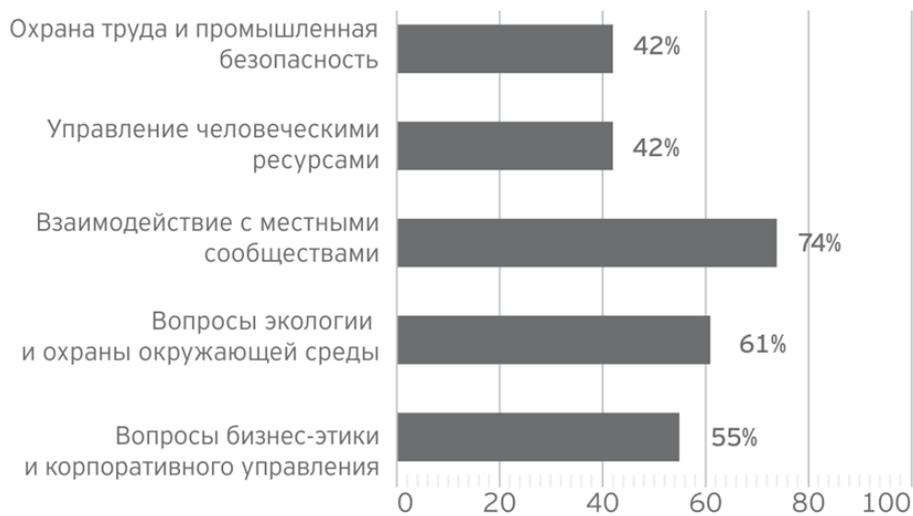


Рисунок 2.8 – Распределение ответов респондентов на вопрос о сфере компетенции менеджеров по вопросам социальной ответственности (составлено автором на основе [173])

Таблица 2.11 – Распределение ответов респондентов на вопрос об основных проблемах процесса формирования информации о социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Основные проблемы процесса формирования информации о социальной ответственности бизнеса	Распределение ответов респондентов					
	Менеджеры различных уровней управления		Ведущие специалисты (экономисты, мастера, бухгалтеры)		Другие работники предприятий	
	Место	%	Место	%	Место	%
1	2	3	4	5	6	7
Отсутствие стандартов, положений, методик, регламентирующих механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.	1	84,2	1	91,4	3	69,6
Ненадлежащее планирование и организация процесса формирования информации о социальной ответственности бизнеса (отсутствие маршрутных карт потоков информации, документограмм и т.п.).	2	80,7	5	68,3	2	75,1
Отсутствие четкого распределения обязанностей работников при формировании информации о социальной ответственности бизнеса и составлении соответствующей отчетности.	3	76,4	2	83,5	1	79,5

Продолжение таблицы 2.11

1	2	3	4	5	6	7
Отсутствие отработанной системы информационных коммуникаций между внутренними и внешними заинтересованными сторонами предприятия.	4	68,8	4	70,9	5	51,8
Ненадлежащая адаптация организационной структуры предприятия к процессу формирования информации о социальной ответственности бизнеса (отсутствие соответствующих структурных подразделений или должностных лиц).	5	66,1	3	74,9	4	53,4

Итак, можно утверждать, что основной проблемой в процессе формирования информации о социальной ответственности бизнеса, по мнению менеджеров различных уровней и ведущих специалистов предприятий Донецкой Народной Республики, является отсутствие стандартов, положений, методик, регламентирующих механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, на что указало 84,2 % и 91,4 % респондентов. Вполне логично, что для других работников предприятия основной проблемой выступает отсутствие четкого распределения обязанностей непосредственно при формировании такой информации (79,5 % ответов респондентов).

Достаточно интересно, что отсутствие отработанной системы информационных коммуникаций между внутренними и внешними заинтересованными сторонами предприятия в целом не является проблемой для менеджеров, ведущих специалистов и других работников (68,8 %, 70,9 % и 51,8 % ответов респондентов).

Отдельно отметим, что ненадлежащее планирование и организация процесса формирования информации о социальной ответственности бизнеса (отсутствие маршрутных карт потоков информации, документограмм и т.п.) является основной проблемой для менеджеров различных уровней управления (80,7 % ответов) и других работников предприятия (75,1 %). При этом для

ведущих специалистов данная проблема является несущественной, на что указало 68,3 % респондентов.

Анализируя вышесказанное, можно сделать вывод о том, что сложности определения объектов социальной ответственности бизнеса подчеркивают проблему недостаточной квалификации специалистов, занимающихся формированием информации о проведении социальных программ и мероприятий. Вместе с этим, проблемы, связанные с отражением объектов социальной ответственности бизнеса в отчетности (финансовой и социальной) являются прямым следствием отсутствия регламентации социальной ответственности бизнеса на уровне предприятия.

Таким образом, проведенное исследование показало недостаточную активность предприятий региона в сфере социальной ответственности бизнеса, что обусловлено, прежде всего, наличием ряда проблем, связанных с формированием информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, определяя логику дальнейшего исследования. Поэтому целесообразным является изучение современного подхода к формированию информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, что позволит обоснованно перейти к разработке методических основ развития социальной ответственности бизнеса.

2.2 Современный подход к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

Для эффективного управления любым хозяйственным процессом, происходящим на предприятии, необходимо чёткое определение его основных категорий, являющихся системообразующими, а также логики их формирования и развития.

Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса является основой для принятия управленческих решений в условиях развития института социальной ответственности в предпринимательской среде. Следует подчеркнуть, что оно не только выступает в качестве объекта управления, но и требует соответствующего изучения как отдельной системы на микроуровне.

Анализ научной литературы [16; 70; 125; 141] позволяет утверждать, что учеными сформулировано значительное количество дефиниций категории «система»:

- система – целостное взаимозависимое множество объектов;
- система – целостное множество объектов (элементов), связанных между собой взаимными связями;
- система – порядок (план, классификация), согласно которому располагается группа объектов для образования единого целого;
- система – совокупность взаимозависимых, определенным образом организованных и взаимодействующих элементов;
- система – организованное множество структурных элементов, которые взаимосвязаны и выполняют определенные функции для достижения поставленной цели;
- система – комплекс выборочно вовлеченных компонентов, взаимодействие и взаимоотношения которых приобретают характер взаимонаправленности и взаимообусловленности для получения ожидаемого и фиксированного полезного результата.

Вышеизложенное позволяет утверждать, что в основу функционирования любой системы должен быть положен принцип целеполагания, сущность которого заключается в необходимости решения практической задачи взаимодействия элементов системы. Отсюда следует, что именно целеполагание любой системы лежит в основе ее формирования и развития, определяет сущность и характеристику основных ее элементов.

Разнообразие определений системы позволяет сформировать её структуру, которая включает в себя материально-вещественные элементы и экономические отношения (технико-экономические, организационно-экономические и социально-экономические), а также процесс, обеспечивающий функционирование системы.

В свою очередь, любая система является объектом управления (системы управления как на макро-, так и микроуровне). В рамках исследования наибольший интерес представляет система управления на уровне предприятия (микроуровень).

Общеизвестно, что в системе управления предприятием выделяют управляющую подсистему (субъект) и управляемую подсистему (объект). На каждом уровне иерархии системы управления реализуется определенный набор функций управления. Взаимодействие объектов и субъектов напрямую связано с необходимостью их рассмотрения в единстве как взаимосвязанных элементов системы.

Вышеизложенное обусловило необходимость формирования объектно-субъектного подхода к построению социальной ответственности бизнеса, а также рассмотрения ее элементов во взаимосвязи и зависимости посредством описания её информационного обеспечения.

Данный подход основан на изучении трех категорий: «объект», «субъект» и «процесс». Не вдаваясь в критические размышления по поводу трактовки этих терминов, обозначим их специфические особенности.

«Объект как таковой не существует в реальности вне субъекта. Вне субъекта существует лишь объективная реальность. Объект выделяется,

«вышелушивается», формулируется и фиксируется субъектом как определенный фрагмент, пласт, срез, сторона объективной реальности, которые и подвергаются познавательной, исследовательской процедуре. Следовательно, «под объектом понимается всё, что существует в реальной действительности. Это физические лица, материально-технические объекты, предметы, явления или процессы, на которые направлена предметно-практическая и познавательная деятельность субъекта» [11, с. 8-9].

В широком смысле, субъектом выступает носитель предметно-практической деятельности или познания (физическое лицо, социальная группа или организационная структура), источник активности, направленной на объект.

Проблема формирования объектов и субъектов социальной ответственности бизнеса досконально не изучена и требует научных исследований, учитывая современные реалии предпринимательства.

К объектам социальной ответственности бизнеса Чижишин О. И. относит необоротные и оборотные активы, обязательства, капитал, расходы и доходы, связанные с проведением социальных мероприятий [184, с. 129].

Нельзя не отметить кардинально противоположное мнение Шевченко Т. П., которая полагает, что объектами социальной ответственности бизнеса выступают стейкхолдеры, перед которыми у предприятия есть определенные обязательства [185, с. 130].

Безрукова О. А. утверждает, что объектами социальной ответственности бизнеса являются «...социальные группы, материальные, природные, социогеографические объекты [20, с. 31]».

Балабанюк Ж. М. [17, с. 26] считает, что в роли объектов социальной ответственности бизнеса выступают:

- сотрудники предприятия;
- потребители продукции и услуг;
- сотрудники партнерских организаций;
- граждане, которые требуют особого внимания со стороны общества – дети, инвалиды, сироты, беременные женщины, пенсионеры, студенты и т.д.;

– социальная инфраструктура – жилищно-коммунальное хозяйство, транспорт, учреждения образования, здравоохранения, науки, культуры, спорта, экологические сооружения и т.п.

Колот А.М. и Гришнова Е.А. [92, с. 55-56] под объектами социальной ответственности бизнеса понимают «различные социальные сообщества, структуры и процессы, на которые направляются социально ответственные действия со стороны бизнеса, а именно институтов, которые его олицетворяют».

По нашему мнению, различия во взглядах вышеприведенных ученых по поводу объектов социальной ответственности бизнеса объясняются тем, что за сравнительно короткое время развития практики социальной ответственности бизнеса, сложно четко определить исчерпывающий перечень таких объектов, выстроить их структуру, определить иерархию. В свою очередь, сложность определения объектов социальной ответственности бизнеса заключается в существовании определенных границ, за которыми сам объект преобразуется (речь идет о цепочке экономических категорий: потребность-ценность-интерес). Это связано не столько с тем, что социальная ответственность бизнеса является комплексным по содержанию и многогранным по проявлению результатом деятельности предприятия, сколько с фактом переосмысления подходов к управлению предприятием в современных условиях.

Учитывая вышеизложенное, а также опираясь на основные положения теории открытого общества и теории стейкхолдеров, мы склонны полагать, что объектами социальной ответственности бизнеса выступают направления социальной ответственности бизнеса, в основе которых лежат потребности, ценности и интересы заинтересованных сторон предприятия. Такая логика выделения объектов обусловлена тем, что в основе каждого направления социальной ответственности, так или иначе, лежит целевая установка на удовлетворение потребностей заинтересованных сторон.

При этом заметим, что основным источником информации для формирования указанных объектов социальной ответственности бизнеса являются положения нормативно-правовой и нормативно-справочной

информации. В свою очередь, фактографическая информация является основой детализации объектов социальной ответственности бизнеса (расходы на социальную ответственность, финансовые и нефинансовые показатели) на уровне предприятия.

В ходе исследования, ранее нами был выявлен и систематизирован ряд проблем, с которыми сталкиваются предприятия Донецкой Народной Республики в процессе формирования информации о социальной ответственности:

- 1) проблемы идентификации объектов социальной ответственности бизнеса;
- 2) проблемы, связанные с квалификацией специалистов, занимающихся формированием информации, о проведении социальных программ и мероприятий;
- 3) проблемы, связанные с регламентацией социальной ответственности бизнеса на уровне предприятия.

Исследование показало, что особое внимание при изучении системы социальной ответственности бизнеса должно отводиться её информационному обеспечению. Структура информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса представлена на рисунке 2.10.

Основой для формирования нормативно-справочной информации на предприятии является нормативно-правовая информация, а именно Законы, нормативы, инструкции.

Положения отдельных Законов Украины и Российской Федерации («О благотворительности и благотворительных организациях», «Об охране окружающей природной среды», «Об обеспечении санитарного и эпидемического благополучия населения» и т.п.) только частично касаются вопросов социальной ответственности бизнеса и являются отражением статей Конституций РФ и Украины.



Рисунок 2.10 – Структура информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Именно поэтому в Российской Федерации и Украине развитием социальной ответственности занимаются преимущественно международные общественные организации, а не предприятия и органы государственной власти. Такая ситуация является вполне логичной и закономерной, является прямым следствием доверия предприятий к международным организациям.

В контексте исследования представляет интерес анализ уровня доверия предприятий к институтам и организациям в 2016 г. (рис. 2.11), проведенный Институтом экономических исследований и политических консультаций [23]. В опросе доверие предприятий к институтам и организациям измерялась с помощью двух вопросов. Респонденты указывали, во-первых, каким институтам они доверяют и, во-вторых, к кому они бы обратились за помощь в решении вопросов, касающихся ведения бизнеса.

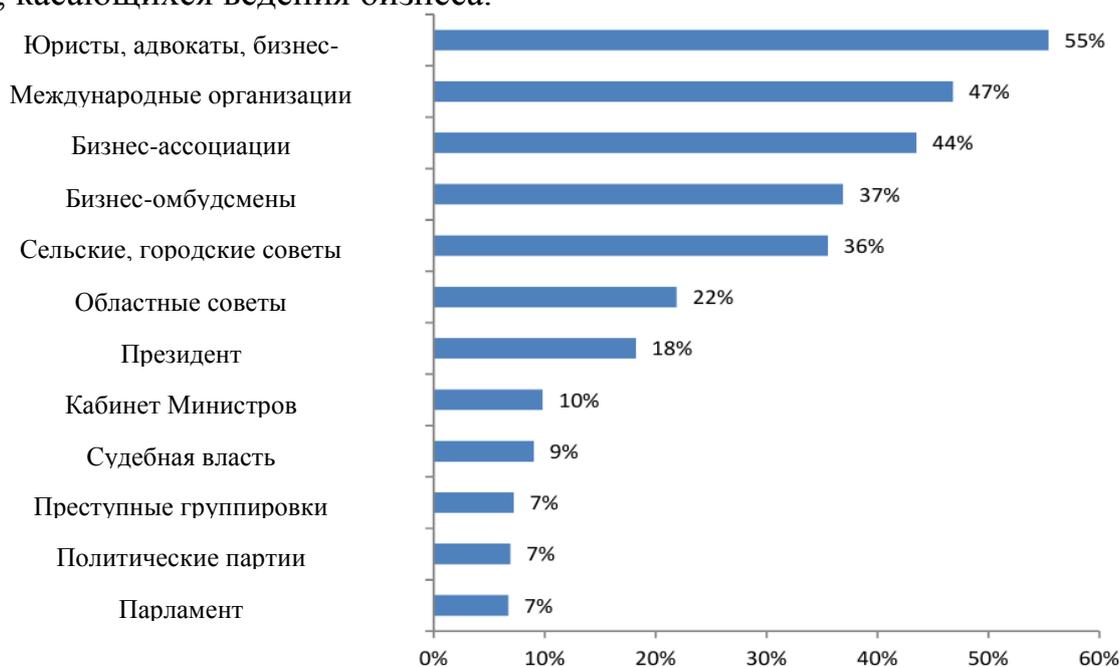


Рисунок 2.11 – Рейтинг институций и организаций, которым доверяют респонденты, % опрошенных (составлено автором на основе [23])

Анализ рисунка 2.11 позволяет сделать вывод, что частному сектору предприятия доверяют больше, чем государственной власти. Опрошенные предприниматели доверяют в наибольшей степени юристам, адвокатам и бизнес-консультантам, на что указало более половины (55%) предпринимателей. Следующими по уровню доверия в рейтинге предприниматели назвали

международные организации (47%) и бизнес-ассоциации (44%). В равной степени предприятия доверяют власти на местном уровне и бизнес-омбудсмену: 36% и 37% соответственно.

Среди центральных органов власти наибольшая доля предпринимателей сообщила о доверии к Президенту – 18%. Меньшее количество респондентов (10%) сообщило о доверии Кабинету Министров и судебной власти. Отметим, что доверие к преступным организациям оказалась на уровне доверия к политическим партиям и Парламенту, а именно 7% ответов респондентов.

На рисунке 2.12 представлены институции и организации, к которым обратятся респонденты для решения вопросов, касающихся ведения бизнеса. Согласно рисунку 2.3. 69% предпринимателей сообщили, что обратились бы к частному сектору (юристам, консультантам) за помощью в ведении бизнеса, а 43% предприятий выразили готовность обратиться к местным органам власти (т.е. сельским, городским, районным или областным советам). К Бизнес-ассоциациям обратились бы 39% опрошенных.

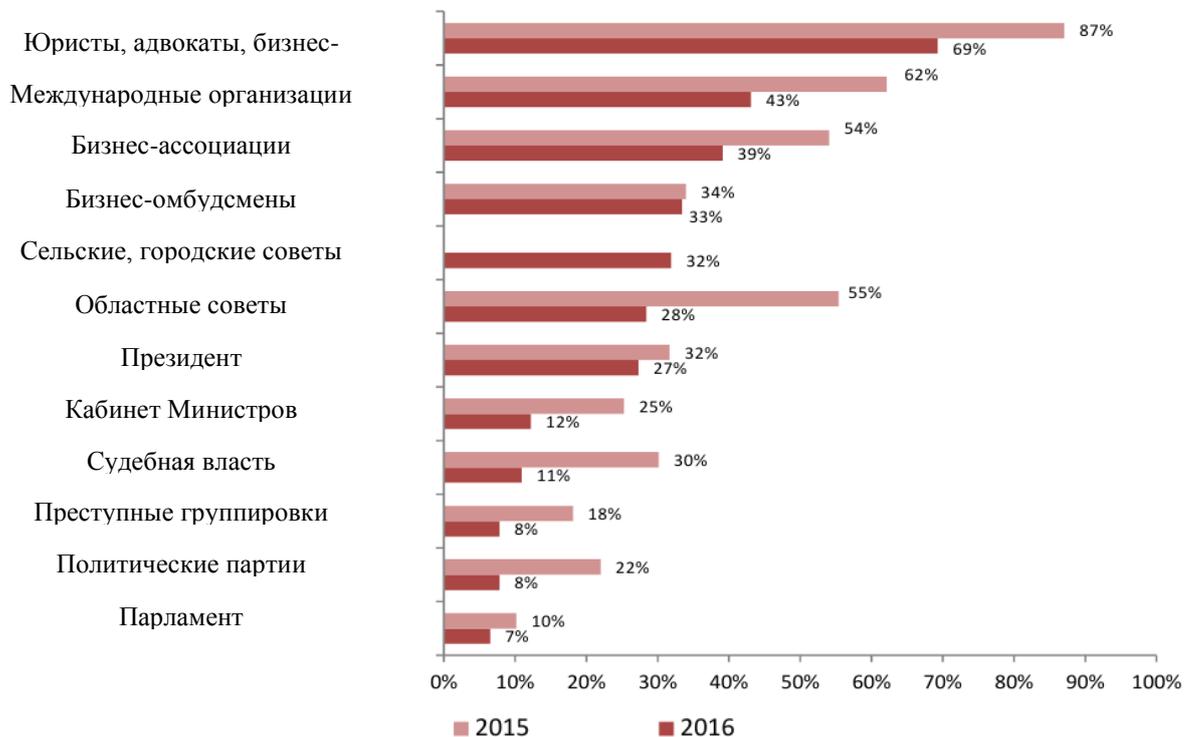


Рисунок 2.12 – Институции и организации, к которым обратятся респонденты для решения вопросов, касающихся ведения бизнеса (по годам),% опрошенных (составлено автором на основе [23])

Нельзя не заметить значительное сокращение количества предпринимателей, которые бы обратились в центральные органы власти: к Президенту (с 25% в 2015 году до 12% в 2016 году), Кабинету Министров (с 30% до 11%), судебной власти (с 55% до 28%), политическим партиям (с 18% до 8%) и Парламенту (с 10% до 7%).

Практически не изменилась доля представителей бизнеса, которая обратилась бы к международным организациям: в 2015 году она составляла 34%, а в 2016 – 33%.

Тем не менее несмотря на значительный уровень доверия к международным общественными организациям все документы, выпускаемые ими, носят рекомендательный характер (как и международные стандарты социальной ответственности бизнеса), хотя логика и необходимость их формирования предполагает закрепление на законодательном уровне.

Так, основными документами, регламентирующими социальную ответственность бизнеса в Российской Федерации, являются:

- социальная хартия российского бизнеса, разработанная Российским союзом промышленников и предпринимателей;
- рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности «Базовые индикаторы результативности», подготовленные Российским союзом промышленников и предпринимателей в целях продвижения идей Социальной хартии российского бизнеса. В документе представлены индикаторы и соответствующие им показатели экономической, социальной и экологической результативности предприятия;
- меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности, утвержденный Ассоциацией менеджеров России;
- кодекс предпринимательской этики Торгово-промышленной палаты РФ (ТПП РФ) «12 принципов ведения дел в России»;
- стандарт «Социальная ответственность организации. Требования» - CSR/КСО-2008, разработанный Всероссийской организацией качества, устанавливает требования к деятельности организаций в области права на труд и охраны

труда, социальных гарантий для персонала, производства продукции (услуг, работ) надлежащего качества, охраны окружающей среды, ресурсосбережения, участия в социальных мероприятиях и поддержки инициатив местного сообщества;

- стандарт «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации. Методические рекомендации», предложенный торгово-промышленной палатой РФ. Стандарт предполагает наличие в социальном отчете компании вступительной части (общие положения) и 7 тематических разделов. В документе приводится описание разделов и показателей, входящих в них.

Нельзя не отметить, что в отдельных российских регионах существуют собственные разработки в области регламентации социальной ответственности и ее оценки органами государственной власти и управления, общественными организациями [103]. Отметим некоторые из них.

Постановлением Правительства Саратовской области от 07.03.2008 г. № 88-П «О добровольной корпоративной социальной ответственности организаций в Саратовской области» утверждены методика оценки и порядок определения ежегодного рейтинга добровольной корпоративной социальной ответственности организаций.

Правительство Иркутской области, Иркутское региональное отделение работодателей «Партнерство Товаропроизводителей и Предпринимателей» и Иркутское областное объединение организаций профсоюзов проводят областной конкурс «За высокую социальную эффективность и развитие социального партнерства» на основе совместно разработанного положения. Цель проведения конкурса – привлечь внимание к решению социальных вопросов и распространить положительный опыт победителей и лауреатов в данной сфере, поощрить данные организации.

Цель «Стандарта корпоративной социальной ответственности предприятий Воронежской области» – сформировать системное видение корпоративной

социальной ответственности и активизировать социально ответственное поведение предприятий Воронежской области.

Союзом работодателей Ростовской области – региональным отделением Российского союза промышленников и предпринимателей разработан и принят «Кодекс социально ответственного бизнеса Ростовской области». В нём сформулирована основная миссия бизнеса – достижение устойчивого развития самостоятельных и ответственных предприятий, которая отвечает долгосрочным экономическим интересам бизнеса, способствует безопасности и благополучию жителей Ростовской области, сохранению окружающей среды, соблюдению прав человека.

При этом подчеркнем, что формат указанных региональных документов различен: в Саратовской и Иркутской областях акцент сделан на количественные показатели, в которых выражается социальная ответственность, в Ростовской и Воронежской – на декларировании основных положений, характеризующих направления социальной ответственности предприятий.

Основными документами, которые регламентируют социальную ответственность бизнеса в Украине, являются следующие: «Декларация социальной миссии бизнеса», «Меморандум социальной ответственности бизнеса», «Национальная стратегии социальной ответственности бизнеса в Украине» (современная редакция – «Национальная стратегия содействия развития социальной ответственности бизнеса в Украине на период до 2020 года»). Анализируя указанные документы, можно сделать выводы в целом об идентичности их содержания, несмотря на то, что их структура заметно отличается.

Несмотря на значительное количество разработанных документов общественными и благотворительными организациями в области социальной ответственности бизнеса, отметим незаинтересованность государственных органов в поддержке развития социальной ответственности в Российской Федерации и Украине, которая, прежде всего, проявляется в отсутствии законодательно установленных норм социальной ответственности бизнеса.

Похожая ситуация наблюдается в Республике Беларусь. Практика внедрения принципов и направление социальной ответственности бизнеса в деятельность предприятий Республики Беларусь активно началась с 26 декабря 2006 года, когда была проведена презентация содержания Глобального договора ООН. Приверженность положениями данного договора уже в декабре 2007 года подтвердит более 30 предприятий Республики.

Несмотря на тот факт, что на данный момент уже более 50 предприятий заключили Глобальный договор и создали национальную сеть его участников, попытки законодательного регулирования социальной ответственности бизнеса в Республике Беларусь не являются систематическими.

Помимо Законов, схожих по названию и содержанию с российскими и украинскими, обращает на себя внимание Указ Президента Республики Беларусь № 300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи», который лишь частично касается социальной ответственности бизнеса. Данный указ, является основным документом в вопросах предоставления благотворительной (спонсорской) помощи субъектам хозяйствования, а его содержание сводится к официальному разрешению предприятиям оказывать благотворительную (спонсорскую) помощь, а также необходимости формирования и своевременного предоставления статистической отчетности о ней.

Отдельно отметим отсутствие взаимосвязи как самого Указа, так и его содержания с другими нормативно-правовыми документами. По нашему мнению, его основная цель заключается в попытке установления контроля в данной сфере со стороны государства посредством четкой регламентации процесса оказания благотворительной (спонсорской) помощи. Такой подход негативно сказывается на практике социальной ответственности бизнеса, ведет к возникновению различных злоупотреблений в сфере предоставления благотворительной (спонсорской) помощи со стороны государственных органов.

Именно поэтому в Республике Беларусь развитием социальной ответственности, также как и в Российской Федерации и Украине, занимаются общественные организации.

Так, в Республике Беларусь выделяется деятельность Центра систем бизнеса-технологий «SATIO», который входит в компанию «CIVITTA» (одна из ведущих консалтинговых компаний в странах Балтийского региона и Союза Независимых Государств). Центр регулярно проводит конкурсы, круглые столы, адаптирует направления социальной ответственности для белорусских реалий. Однако его деятельность не приводит к развитию нормативно-правовой базы социальной ответственности бизнеса в Республике Беларусь.

Аналогичная ситуация с желанием государственных органов осуществлять контроль за социальной ответственностью бизнеса наблюдается в Республике Казахстан. Такая позиция государственных органов связана, прежде всего, с наличием незначительного количества предприятий, составляющих социальную отчетность, а также активным развитием крупного предпринимательства в стране.

В Указе Президента Республики Казахстан № 154 «О концепции развития гражданского общества в Республике Казахстан на 2006-2011 годы» на социальной ответственности делается особый акцент, подчеркивается, что она представляет собой систему ценностей и этических принципов, содействующих формированию патриотического сознания граждан и развитию социально важных проектов, в основе которых лежит государственное софинансирование.

Заслуживают внимания и неоднозначные направления социальной ответственности согласно данному Указу: патриотические акции и массовые мероприятия, ориентированные на все возрастные категории и направленные на развитие практики меценатства.

На основании данного Указа, иных нормативно-правовых документах в Республике Казахстан было заключено соглашение между Правительством и Республиканскими объединениями работников и работодателей. В данном соглашении приведены основные направления взаимодействия властных и предпринимательских структур в сфере социальной ответственности, а именно:

стимулирование и поддержка государственными органами проведения социальных программ и мероприятий предприятиями, развитие активного сотрудничества предприятий со средствами массовой информации для полного освещения реализуемых программ и т.д.

Практическая реализация заключенного соглашения также предполагает присоединение к Глобальному договору ООН, адаптацию и внедрение международных стандартов социальной ответственности, как на государственном уровне, так и на уровне отдельных ведущих предприятий

Другими словами, социальная ответственность бизнеса в Республике Казахстан за последние годы только начала развиваться. Активное её развитие связано со стремительно растущим количеством предприятий в разных отраслях и желанием построить долгосрочные отношения с заинтересованными сторонами, среди которых отдельно выделяется государственно-частное партнерство.

Следует отметить, что формирование и развитие нормативно-правовой базы социальной ответственности бизнеса в Российской Федерации, Украине, Республике Беларусь и Республике Казахстан происходит противоречиво, что объясняется следующим.

Во-первых, развитие социальной ответственности бизнеса проходит крайне неравномерно. Незначительная группа крупных компаний (например, в Российской Федерации – это «Газпром», «Лукойл», «Норильский никель» и т.д.; в Украине – «Оболонь», «ДТЭК», «Метинвест» и т.д.; в Республике Беларусь – «Белорусский металлургический завод», «Гродно Азот», «Белаз»; в Республике Казахстан – «Самрук-Казына», «Казцинк», «Казхром») регулярно проводит социальные мероприятия и составляет соответствующую отчетность. Однако значительное количество предприятий не проводит социальные мероприятия, не говоря уже о формировании показателей, отражающих последствия и результаты их проведения.

Во-вторых, значительно различаются сами подходы предприятий к социальной ответственности бизнеса. Так, более активно предприятиями реализуются собственные социальные программы для работников, а проведение

социальных проектов для общества совместно с государственными органами не является регулярной практикой. Это свидетельствует о недоверии к государству, регулярности и своевременности целевого финансирования, что препятствует взаимодействию предпринимательских и властных структур, развитию нормативно-правовой базы по направлениям социальной ответственности, ограничивая их рамками предприятия и сужая количество заинтересованных сторон.

В-третьих, при наличии значительного количества законодательно закрепленных нормативов (прежде всего, в сфере охраны труда, экологии) на практике определенная часть предприятий их не выполняет, регулярно оплачивая штрафные санкции. Это, прежде всего, связано с тем, что законодательно закрепленные нормы нуждаются в пересмотре и корректировке (значительная часть осталась неизменной со времен СССР). Другой причиной такой ситуации является не всегда качественное выполнение государством своих социальных функций в сфере охраны труда, охраны здоровья и т.д. Заметим, что в таком случае социальная ответственность бизнеса становится добровольно-принудительной, а бизнес вынужден де-факто выполнять свои обязательства перед работниками трижды: выплачивая заработную плату, оплачивая налоги и реализуя социальные проекты и программы (предоставляя дополнительное медицинское обслуживание из-за ненадлежащей государственной системы охраны здоровья и т.п.).

Другими словами, на законодательном уровне не создано механизмов, которые были бы направлены на развитие и регламентацию социальной ответственности бизнеса. В то же время чрезмерная регламентация таковой лишает социальную ответственность добровольности, диалога государства, общественных организаций и представителей бизнеса.

Основные положения нормативно-правовой информации находят свое отражение в нормативно-справочной информации (рисунок 2.13), регламентирующей деятельность предприятия.

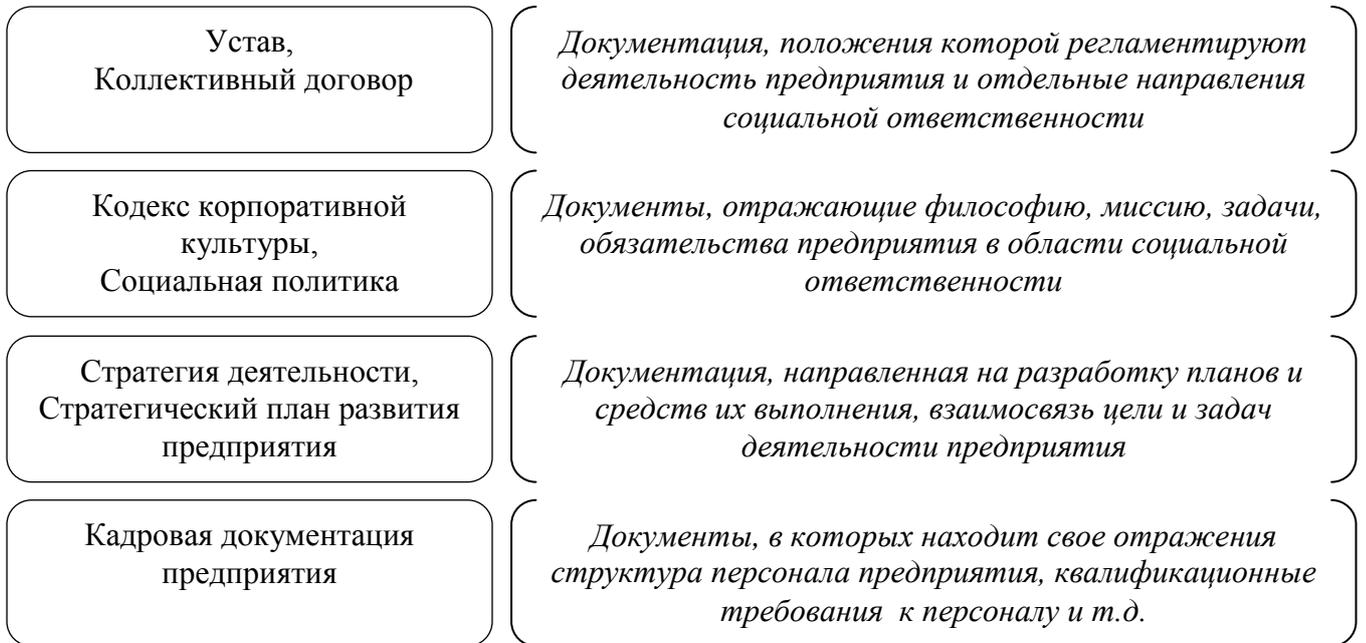


Рисунок 2.13 – Нормативно-справочная информация предприятия, регламентирующая социальную ответственность бизнеса (составлено автором)

Формирование нормативно-справочной информации напрямую связано с преобразованием всего информационного массива на входе в систему социальной ответственности бизнеса и выходе из нее. Особое значения для проведения социальных программ и мероприятий, принятия управленческих решений имеет фактографическая информация, формируемая на предприятии. Здесь отметим, что значительное количество авторов [108; 142] к одному из объектов фактографической информации о социальной ответственности бизнеса относит расходы, связанные с предоставлением социального пакета работникам и обеспечением будущих расходов и платежей, которые формируются субъектом хозяйствования для финансирования социальных мероприятий.

Другая группа учёных [80; 152], занимающихся эколого-социальным учетом, выделяют 3 группы объектов: 1) хозяйственные средства (активы природоохранного и социального назначения), 2) источники образования хозяйственных средств (экологические и социальные обязательства), 3) результаты деятельности (эколого-социальные расходы, доходы и финансовые результаты).

В этой связи возникает вопрос, как определить «социальное» назначение того или иного актива, ведь в законодательной базе отсутствует такое направление их использования. И наоборот, если актив (например, помещение) используемый для проведения социальных мероприятий (конкурс для семей работников или корпоративное мероприятие и т. д.), также используется и в операционной деятельности субъекта хозяйствования. Придерживаясь данной логики, следует, что начисление амортизации на объекты «социального» назначения также необходимо считать расходами на социальную ответственность, и если предприятие не финансирует социальные программы и мероприятия, но у него есть активы «социального» назначения, то такое предприятие априори является социально ответственным.

Отсюда следует, что факт наличия у предприятия объекта «социального» назначения, а не сам факт его эксплуатации должен быть предпосылкой для «признания» социальной ответственности предприятия, с чем трудно согласиться. Схематично ситуация с наличием у предприятия объекта «социального» назначения представлена на рисунке 2.14.

В этой связи правомерно полагать, что основной фактографической информацией о социальной ответственности бизнеса на уровне предприятия является, прежде всего, информация о расходах, связанных проведением социальных программ и мероприятий.

Стоит отметить, что расходы на социальную ответственность бизнеса сопровождаются прямыми будущими экономическими выгодами, например, обучение, повышение квалификации и переподготовка работников способствует увеличению будущих экономических выгод (экономический эффект), а предоставление благотворительной помощи – увеличению социальной значимости в обществе (социальный эффект). При этом следует отметить, что такое разделение на экономический и социальный эффект имеет достаточно условный характер. Как уже отмечалось, достоверно и точно рассчитать ожидаемый результат от социальных мероприятий не представляется возможным.

Анализ расходов предприятий на социальную ответственность бизнеса, позволил нам разработать их универсальную классификацию (рисунок 2.15).



Рисунок 2.14 – Активы «социального» назначения, как объекты социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Отдельно стоит отметить, что помимо расходов на социальную ответственность особое внимание предприятия должны уделять формированию нефинансовых показателей (в первую очередь, речь идет о коэффициентах, например, коэффициент травматизма, текучести кадров и т.п.), позволяющих заинтересованным сторонам (в том числе управленческому персоналу) комплексно проанализировать социальную ответственность предприятия и определить эффект от реализации социальных мероприятий, программ, проектов.

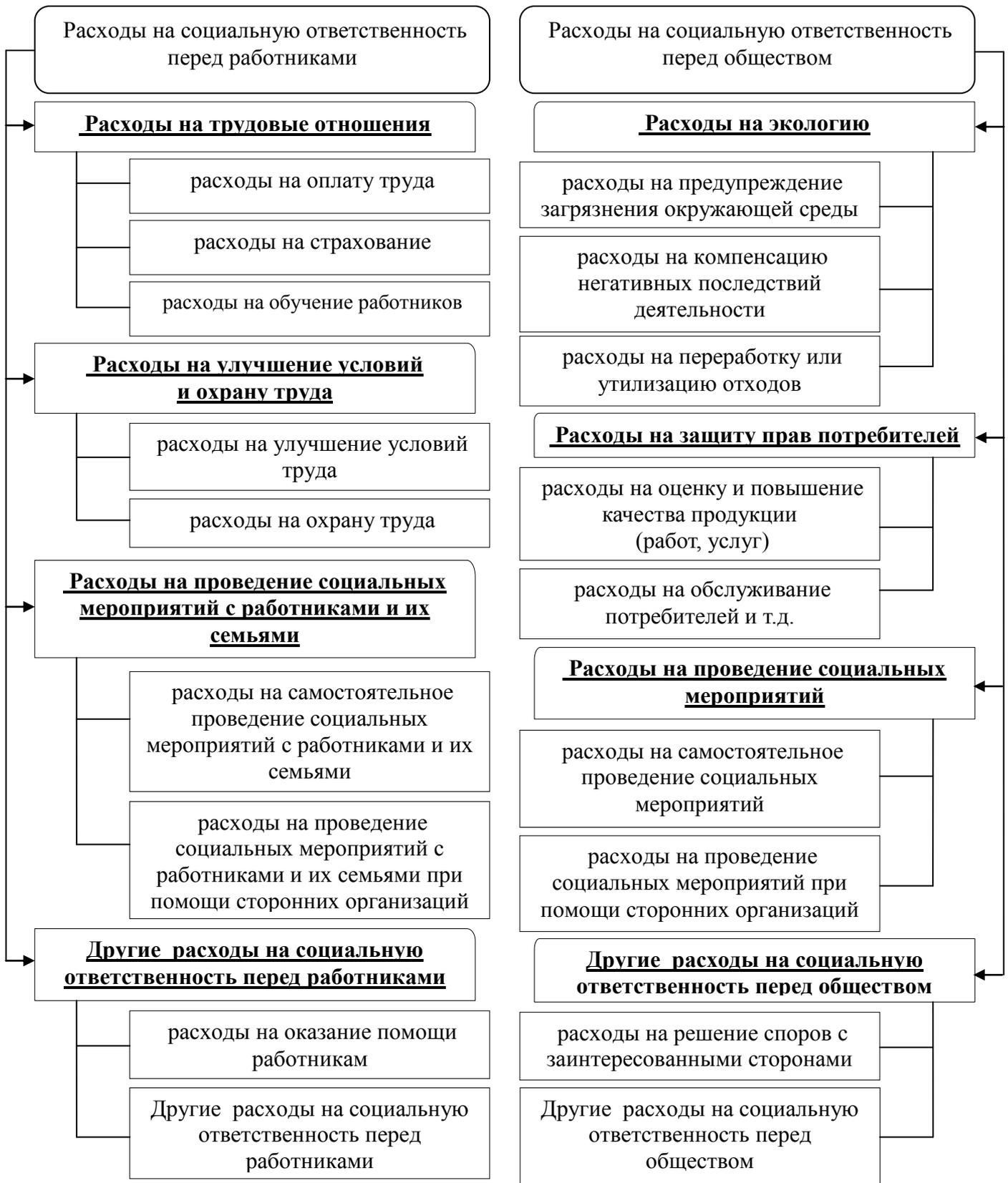


Рисунок 2.15 – Классификация расходов на социальную ответственность бизнеса (авторская разработка)

Факт отсутствия законодательной базы, регулирующей и регламентирующей социальную ответственность бизнеса, обуславливает логику определения субъектов социальной ответственности бизнеса, которые можно разделить на три группы:

- субъекты нормативного регулирования социальной ответственности бизнеса. К этой группе относятся органы государственной власти, которые принимают законодательные и нормативные документы, регламентирующие организацию и ведение социальной ответственности бизнеса на предприятии;
- субъекты организации социальной ответственности бизнеса. К данной группе относится собственник предприятия, менеджеры структурных подразделений;
- субъекты ведения социальной ответственности бизнеса. Речь идет о менеджерах и ведущих специалистах, работниках, непосредственно задействованных в накоплении и систематизации информации о реализации социальных программ, мероприятий, проектов.

Важным направлением деятельности субъектов нормативного регулирования социальной ответственности бизнеса является разработка системы нормативных документов, регулирующих ведение социальной ответственности бизнеса.

В этой связи нами рассмотрена деятельность министерств Донецкой Народной Республики, которые могут быть заинтересованы в получении информации о результатах и последствиях проведения социальных программ и мероприятий, и определены их задачи по регулированию социальной ответственности предприятий Донецкой Народной Республики (приложение К).

Предприятия нуждаются, прежде всего, в благоприятной политике государства для создания соответствующих условий социальной ответственности бизнеса, а не прямой государственной поддержки. Это показали ответы респондентов [23] на вопрос об их видении государственной поддержки (рис. 2.16).



Рис. 2.16 – Оценка потребности предприятий в государственной поддержке (2015 и 2016 годы),% опрошенных (составлено на основе [23])

77% предприятий считают, что государство должно проводить политику, направленную на создание благоприятной среды на ведение бизнеса, включая упрощение административных процедур при проведении тех или иных социальных программ и мероприятий. 17% опрошенных считают, что для бизнеса нужна именно прямая государственная поддержка, то есть предоставление услуг и консультаций для бизнеса, предоставление субсидии вследствие проведения социальных мероприятий. Остальные респонденты (6%) ответили, что бизнес не нуждается в государственной поддержке в какой-либо форме.

Следовательно, основным направлением деятельности органов государственной власти Донецкой Народной Республики в сфере социальной ответственности бизнеса должно быть развитие сотрудничества государственного и частного секторов экономики на основе формирования доверия к государственной власти.

Нельзя не отметить, что в процессе ведения социальной ответственности бизнеса между субъектами могут возникать противоречия, что схематично изображено на рисунке 2.17.

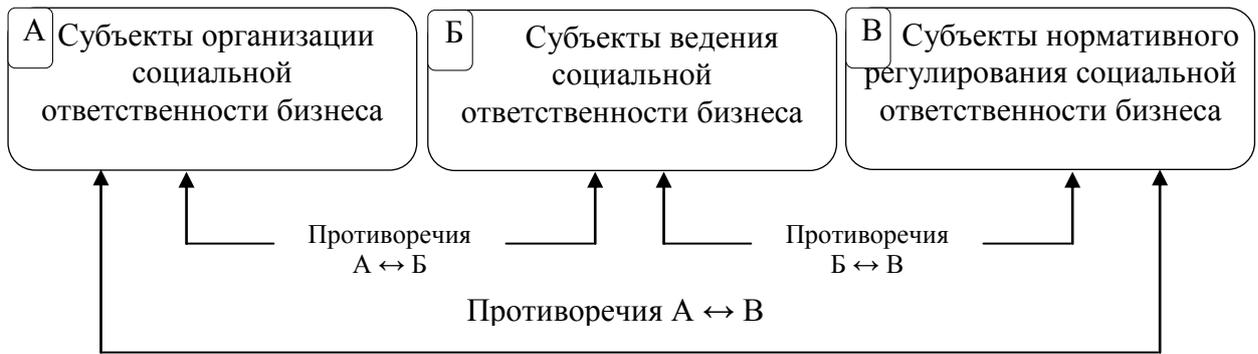


Рисунок 2.17. – Противоречия, возникающие между субъектами социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Сущность противоречий между субъектами социальной ответственности бизнеса и пути их разрешения представлены в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Сущность противоречий между субъектами социальной ответственности бизнеса и возможные пути их разрешения (авторская разработка)

Группа противоречий	Сущность противоречий	Пути разрешения противоречий
1	2	3
<u>А ↔ В</u> между субъектами организации и субъектами нормативного регулирования социальной ответственности бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – противоречия из-за отсутствия необходимой законодательной базы относительно социальной ответственности бизнеса и представления соответствующих форм отчетности; – противоречия, связанные с отсутствием подходов к построению информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, в первую очередь, из-за имеющихся отличий в требованиях национальных и международных стандартов учета и отчетности. 	<ul style="list-style-type: none"> – формирование социально-экономической политики государства, направленной на развитие института социальной ответственности и развитие предпринимательской среды; – разработка законодательной базы, соответствующей уровню развития социальных и экономических отношений, а также нормативных актов, регламентирующих социальную ответственность бизнеса и составление соответствующей отчетности.
<u>А ↔ Б</u> между субъектами организации и субъектами ведения социальной ответственности бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – противоречия, основанные на отсутствии необходимых практических и теоретических знаний у субъектов организации для обеспечения и эффективного формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса; – противоречия, связанные с отбором необходимой 	<ul style="list-style-type: none"> – разработка внутренних положений о социальной ответственности бизнеса и стандартов ее информационного обеспечения, в которых отмечены ключевые вопросы ее организации, в том числе и вопросы составления соответствующих форм отчетности, взаимосвязи их показателе

Продолжение таблицы 2.12

1	2	3
	информации для определения результатов и последствий проведения социальных программ и мероприятий; – противоречия, возникающие из-за возможного несоответствия ожиданиям субъектов организации реальных результатов проведения социальных программ и мероприятий	– изучение и анализ практики функционирования ведущих зарубежных и отечественных субъектов хозяйствования, подходов к составлению социальной отчетности и т.д.; – постоянное взаимодействие с субъектами нормативного регулирования социальной ответственности бизнеса.
<u>Б ↔ В</u> между субъектами ведения и субъектами нормативного регулирования социальной ответственности бизнеса	– противоречия, возникающие из-за неспособности субъектов нормативного регулирования быстро реагировать в законодательной плоскости на динамичное развитие социальных и экономических отношений; – противоречия, связанные с отсутствием обратной связи между практикой обеспечения системы социальной ответственности бизнеса необходимой информацией и законодательными инициативами.	– постоянная оценка релевантности информации в системе социальной ответственности бизнеса, на основе которой разрабатываются мероприятия, направленные на развитие социальной ответственности бизнеса; – совместная разработка подходов к построению информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса согласно всем требованиям нормативно-правовых актов на микро- и макро- уровне.

Анализируя данные таблицы 2.12, можно прийти к выводу, что все противоречия между субъектами социальной ответственности бизнеса целесообразно разделить на две группы: 1) связанные с отсутствием законодательной базы, регламентирующей ведение социально ответственности бизнеса; 2) связанные с отсутствием организации движения информационных потоков между структурными подразделениями в сфере социальной ответственности бизнеса.

При этом вторая группа противоречий является производной от первой, так как очевидно, что существование объективных противоречий между субъектами социальной ответственности бизнеса вызвано, в основном, отсутствием четких законодательно установленных норм.

Если разрешение первой группы противоречий зависит от действий органов государственной власти и находится в законодательной плоскости, то разрешение второй группы противоречий лежит на субъектах организации и ведения социальной ответственности. Разрешение второй группы противоречий должно основываться на четком определении структуры, состава и направлений движения информации о социальной ответственности между структурными подразделениями предприятия.

Здесь отметим, что понятие «процесс» одновременно характеризует и строение (статику), и функционирование (динамику) системы социальной ответственности, этим объясняется тот факт, что часто «связь» и «процесс» используют как синонимы при исследовании экономических систем различных уровней [95, с. 90].

Исходя из сущностного понимания понятия «процесс» как устойчивой и целенаправленной совокупности взаимосвязанных действий, которые по определённой технологии преобразуют «входы» в «выходы» для получения заранее определённых результатов, следует отметить, что процесс обеспечения информацией субъектов системы социальной ответственности предполагает формирование определенных информационных потоков социальной ответственности бизнеса. Состав, содержание и графики движения информации должны быть четко определены и зафиксированы во внутренних регламентирующих документах предприятия.

В результате анализа современного подхода к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, нами была определена структура и содержание информационных потоков различных структурных подразделений субъекта хозяйствования (приложение Л, табл. Л.1), что позволило выделить расходы на социальную ответственность перед работниками (приложение Л, табл. Л.2) и обществом (приложение Л, табл. Л.3).

Анализируя данные приложения Л (табл. Л.1), можно увидеть, что информация, о социальной ответственности бизнеса не отличается особым разнообразием, что не позволяет принимать своевременные и обоснованные

управленческие решения относительно проведения тех или иных социальных программ и мероприятий.

Именно поэтому, по нашему мнению, процесс формирования информационных потоков социальной ответственности бизнеса должен базироваться на следующей идее: информация, подлежащая обработке в рамках социальной ответственности бизнеса, является входящей, в свою очередь, исходящая информация является результатом обработки входящих в систему данных (таблица 2.13).

Таблица 2.13 – Информация о социальной ответственности бизнеса
(авторская разработка)

Среда формирования информации	Направление движения информации	Источник информации	Пример
Внешняя среда	<i>Информация на входе</i>	Нормативно-правовая информация	Законы, положения, стандарты, методические рекомендации и т.п.
		Нормативно-справочная информация	Положения, приказы, распоряжения, кодексы поведения конкурентов и т.п.
		Фактографическая информация	Первичные документы, рейтинги, статистические данные, результаты маркетинговых исследований и т.д.
	<i>Информация на выходе</i>	Нормативно-правовая информация	–
		Нормативно-справочная информация	Положения, приказы, распоряжения, стандарты, кодексы поведения предприятия и т.д.
		Фактографическая информация	Регистры синтетического и аналитического учёта, журналы ордера, материалы проверок и т.д.
Внутренняя среда	<i>Информация на входе</i>	Нормативно-правовая информация	–
		Нормативно-справочная информация	Положения, приказы, распоряжения, стандарты предприятия и т.д.
		Фактографическая информация	Данные бухгалтерского, оперативного, статистического учёта
	<i>Информация на выходе</i>	Нормативно-правовая информация	–
		Нормативно-справочная информация	Методические рекомендации, кодексы, стандарты поведения предприятия и т.п.
		Фактографическая информация	Финансовая, социальная, статистическая, управленческая отчетность и т.д.

Нормативно-правовая, нормативно-справочная, фактографическая информация на «входе» преобразуется на «выходе» в методические подходы к реализации положений стандартов социальной ответственности бизнеса,

методики накопления, обобщения и систематизации соответствующей информации в социальной отчетности.

Вышеизложенное позволило нам сформировать объектно-субъектный подход к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, который схематично представлен на рисунке 2.18.

Таким образом, в ходе исследования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса определены ее объекты – направления социальной ответственности бизнеса (речь, в большей степени, идет о расходах на данные направления и иные нефинансовые показатели). При этом в основе разработанной классификации расходов лежат направления социальной ответственности бизнеса, которые основываются на потребностях, ценностях и интересах заинтересованных сторон.

В свою очередь, анализ процесса взаимодействия между субъектами и объектами позволил проанализировать современный подход к формированию информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, применение которого предоставит возможность комплексно подойти к разработке механизма формирования информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса.



Рисунок 2.18 – Объектно-субъектный подход к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

2.3 Оценка состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях

Активное развитие социально-экономических отношений в Донецкой Народной Республике обуславливает постоянную необходимость детальной оценки всех процессов, явлений, свойственных деятельности отечественных предприятий. Каждое предприятие стремится к достижению максимально возможного экономического эффекта от своей деятельности, который невозможен без анализа тенденций развития рыночных отношений и оценки соответствующей информации, на основе которой и будут приниматься все управленческие решения.

В ходе исследования современного опыта формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса были выделены элементы: объекты, субъекты, процесс и результат процесса. Анализ и сопоставление действующей практики формирования исследуемого информационного обеспечения с теорией позволяет сделать вывод о том, что не существует единой точки зрения по составу элементов, которые подлежат оценке в ходе проведения информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса. Такая ситуация сказывается отрицательно на развитии теории и практики социальной ответственности бизнеса в целом.

Каждый из исследованных нами ранее элементов информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса должен быть структурирован в разрезе определенных параметров и оценен на основании выделенных критериев. С этой целью рассмотрим смысловую нагрузку терминов «параметр» и «критерий».

Параметр – величина, характеризующая любое основное свойство машины, устройства, системы или явления, процесса [131].

Критерий – признак, на основании которого производится оценка, средство проверки, мерило оценки, в теории познания – признак истинности или ложности положения [131].

Итак, параметры должны характеризовать основное свойство информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, способность удовлетворять информационные потребности заинтересованных сторон. В свою очередь, критериями выступает совокупность признаков, характеризующих состояние каждого параметра отдельно, что будет составлять комплексную систему критериев, которые позволят дать оценку информационному обеспечению системы социальной ответственности бизнеса в целом и ее элементам, в частности.

Для формирования структуры критериев информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса необходимо выделить параметры в разрезе каждого из его элементов.

К основным параметрам, которые характеризуют такой элемент как объект, можно отнести условия формирования объектов СОБ, условия доступа к ним, организацию ответственности, организацию контроля и санкционирование операций с объектами СОБ.

При выделении параметров субъектов необходимо прежде всего оценить адекватность организации деятельности в соответствии с направлениями социальной ответственности предприятия.

Основой деятельности работников на предприятии является регламентное обеспечение. К регламентному обеспечению деятельности работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий, прежде всего, следует отнести соответствующие должностные инструкции. Должностные инструкции должны быть составлены для всех работников; необходимо, чтобы их структура и содержание раскрывали права, обязанности и ответственность за проведение социальных программ и мероприятий. Одним из условий повышения эффективности социальных программ и мероприятий выступает проводимая предприятием кадровая политика.

Исходя из вышесказанного, основными параметрами, характеризующими субъекты информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, будут: кадровая политика, проводимая руководством предприятия в отношении

работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий; профессиональная компетенция таких работников, которая характеризуется уровнем образования, практическим опытом, творческими способностями; этика работников, отлаженность организационной структуры предприятия, соответствующей объемам и направлениям социальной ответственности предприятия; обеспеченность субъектов регламентами деятельности и адекватность распределения прав и обязанностей.

Оценка процесса формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, в том или ином виде, занимает особое место в деятельности предприятия. Именно от правильной организации самого процесса зависит как результат процесса, так и все информационное обеспечение в целом. К основным параметрам процесса можно отнести адекватность организации, методики и техники формирования информационного обеспечения, защиты информации о социальной ответственности бизнеса в соответствии с особенностями деятельности предприятия, а также направлений социальной ответственности.

Основным элементом информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса является результат процесса, которым является информация о результатах и последствиях проводимых социальных программ и мероприятий. Поэтому, учитывая особенности формирования такой информации, рассмотренные нами ранее, при изучении современного подхода к информационному обеспечению социальной ответственности бизнеса основными параметрами, характеризующими результат процесса, следует считать порядок подготовки внешней и внутренней отчетности.



Рисунок 2.19 – Параметризация элементов информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

На основании вышесказанного, на рисунке 2.19 представлена параметризация элементов информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Стоит отметить, что для оценки отдельных элементов и параметров разработано множество инструментов и методик, большая часть которых настолько сложна, что зачастую приводит к их некорректной реализации. По нашему мнению, при оценке информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса можно обойтись без формул и специальных приемов, если комплексно подойти к исследованию элементов исследуемого информационного обеспечения.

Следовательно, состояние информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятии можно определить, исходя из оценки каждого элемента такого информационного обеспечения, а именно: объектов, субъектов, процесса и результата процесса. В свою очередь, применение метода экспертных оценок позволит присвоить каждому критерию выделенных нами параметров оценочный коэффициент важности параметра.

Самым распространенным методом получения информации о состоянии информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятии является опрос работников на основе специально составленной анкеты.

Преимуществом анкет является то, что в них затрагиваются все стороны информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса предприятия, которое исследуется. С помощью заранее заготовленных вопросов можно получить более подробную информацию как об информационном обеспечении социальной ответственности бизнеса в целом, так и ее составляющих элементов. Отсюда и следует логика того, что вопросы анкеты должны касаться характеристик основных ее элементов, а именно: объектов, субъектов, процесса и результата процесса.

Анкеты могут разрабатываться в закрытой (ответы «да», «нет») или в открытой (собственные варианты ответов) формах. Преимущество закрытой

формы заключается в том, что можно получить четкий (в отдельных случаях однозначный) ответ на поставленный вопрос и не оставить возможности уйти от ответа. С другой стороны, предоставляя возможность давать открытые ответы, можно затронуть аспекты, пропущенные в ходе составления анкеты.

Форма анкеты, разработанная нами в ходе исследования, заключается в том, что на конкретно поставленный вопрос предлагается три варианта ответа, соответствующие «худшему», «среднему» и «лучшему» уровню состоянию информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса.

Структура анкеты тестирования оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса представлена в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Структура анкеты тестирования оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса
(авторская разработка)

Параметры и критерии	Анкета тестирования	Характеристика показателя
1. ОБЪЕКТ		
<i>1.1. Условия формирования объектов СОБ</i>		
1.1.1. Прогнозирование объектов	Прогнозируются ли объекты СОБ?	а) не прогнозируются; б) прогнозируются нерегулярно; в) прогнозируются.
1.1.2. Мониторинг социальных программ и мероприятий	Проводится ли регулярный мониторинг результатов и последствий проведения социальных программ и мероприятий?	а) не проводится; б) проводится нерегулярно; в) проводится.
...

Данная форма анкеты, с одной стороны, представляет более широкий спектр вариантов ответов, чем закрытая форма анкеты, с другой стороны, ограничивается тремя вариантами, соответствующими трем градациям, приведенным нами ранее, формализует процесс оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса и облегчает тем самым перевод качественных характеристик параметров и критериев в количественные показатели.

Как уже было отмечено, в результате исследования было выделено четыре элемента информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, а именно: объект, субъект, процесс и результат процесса. Каждый из представленных элементов должен быть структурирован в разрезе определенных параметров и оценен на основании выделенных критериев.

Параметры элементов и критерии, которые их характеризуют, нашли свое отражение в 61 вопросе разработанной анкеты (приложение М), характеризующем уровень информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса.

С практической точки зрения, важны не только качественные характеристики информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, но и количественные. Именно цифровой формат уровня информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса обеспечивает объективность результатов оценки.

Учитывая вышесказанное, оценку информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса по каждому критерию необходимо проводить с помощью присвоения баллов, соответствующих принятой шкале (таблица 2.15).

Таблица 2.15 – Шкала балльной оценки информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Состояние	Характеристика	Баллы
Лучшее	Свойство характерно объекту всегда	2
Среднее	Свойство характерно объекту иногда	0,5
Худшее	Свойство не характерно объекту	0

Обобщение данных, полученных в результате оценки информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, возможно только на основе определенного механизма трансформации результатов оценки.

Итоговым результатом оценки выступает определенная сумма баллов как интегрированная сумма показателей по соответствующим критериям, исходя из их значимости и степени проявления. Учитывая, что «эталонное состояние»

оценивается максимально возможным количеством баллов, т.е. 122 (61 ответ на вопрос по 2 балла каждый), фактический уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса рассчитывается при помощи математической пропорции и будет равен результату деления фактического количества баллов на максимально возможное (122 балла).

В свою очередь, использование пяти уровней оценки с шагом 0,2 дает возможность более адекватно оценить состояние информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятии как «очень низкое» (до 0,2), «низкое» (от 0,2 до 0,4), «среднее» (от 0,4 до 0,6), «достаточное» (от 0,6 до 0,8), «высокое» (более 0,8).

В результате проведенного анкетного опроса по состоянию информационного обеспечения социальной ответственности можно сделать следующие выводы:

- очень низкий уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса наблюдается в ООО «Донецкий сеточный завод» и составляет 19 %;
- низкий уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса имеют ООО «Логс» (21 %), ООО «Полидон» (24 %), ЧАО «Металлист» (25 %), ООО «Дон-Вторма» (37 %) и ООО «РОСМЕН» (39 %);
- ООО «ДОНРЕМОНТ» (47 %), ООО «Бекон-Инвест-Агро» (53 %), ООО «Завод Коксохимоборудование» (54 %) и ООО «АРТЕМИДА» (59 %), имеют средний уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;
- на достаточном уровне находится информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса ЧАО «Универсал» (63 %), Кооператив «Комплекс-1» (64 %), ООО «Сигма Лэнд» (65 %), ООО Фирма «Антарес» (66 %), ООО «Карина» (66 %), ЧАО «Золотое руно-Донецк» (66 %), ООО «Треналофф-Траст» (66 %).

Несмотря на полученные результаты, отметим, что анкетный опрос не учитывает приоритетность ответов на те или иные вопросы и их важность для информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса.

Применение методов системного анализа, а именно метода анализа иерархий (далее – МАИ) (сущность которого подробно раскрыта в [107; 117; 150; 151]), позволит учесть значимость каждого из критериев, параметров и элементов информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса.

МАИ является наиболее обоснованным методом решения многокритериальных задач в сложной обстановке с иерархическими структурами, включающими как осязаемые, так и неосязаемые факторы, чем подход, основанный на линейной логике или, в нашем случае, анкетировании. Применяя дедуктивную логику, исследователю необходимо выстроить тщательно продуманную логическую цепочку для того, чтобы в результате не полагаться на одну лишь интуицию, опыт и собственные убеждения.

МАИ является замкнутой логической конструкцией, обеспечивающей с помощью простых правил анализ сложных проблем во всем их многообразии и многоаспектности. Кроме того, применение метода анализа иерархий позволяет включить в иерархию все знания и суждения в исследуемой проблематике. Именно поэтому МАИ является систематической процедурой для иерархического представления элементов, определяющих суть исследуемого явления, процесса и т.п.

Данный метод заключается в декомпозиции проблемы на все более простые составляющие части и дальнейшей обработке последовательности действий лица, принимающего решение по попарным сравнениям. В результате может быть выражена относительная степень (интенсивность) взаимодействия элементов в иерархии. Эти суждения затем приобретают количественную оценку. Метод анализа иерархий включает процедуры синтеза множественных суждений, получения приоритетности критериев и нахождения альтернативных решений.

Согласно МАИ, решение любой проблемы есть процесс поэтапного установления приоритетов. Первый этап предусматривает определение и

выделение элементов проблемы. Второй этап заключается в структуризации задачи в виде иерархической структуры с несколькими уровнями. На третьем этапе лицо, принимающее решение, выполняет попарные сравнения элементов каждого уровня. При этом на данном этапе результаты сравнений переводятся в числа. Следующим, четвертым этапом, является вычисление коэффициентов важности для элементов каждого уровня. Результаты сравнений снова переводятся в числа. На пятом этапе подсчитывается количественный индикатор каждой из альтернатив и определяется наилучшая.

Следовательно, МАИ систематизирует процесс решения такой многоступенчатой задачи, как оценка состояния информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса. Количество элементов на каждом уровне рекомендуется в диапазоне от 3 до 9.

В свою очередь, задачу по оценке состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса целесообразно представить в виде нескольких уровней (рисунок 2.20).

Условно можно выделить нулевой уровень, который характеризует цель (оценка состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса), первый уровень отражает подцели (оценка каждого элемента), второй и третий уровни позволяют представить перечень параметров элементов и их критериев. Перечень значений критериев отражен в разработанной нами анкете, которая представлена в приложении М.

Нельзя не отметить, что такое «свободное» определение уровней обуславливает главное преимущество метода анализа иерархий – «демократический характер». На этапе иерархического представления задачи не требуется, чтобы лица, принимающие решения, обязательно пришли к согласию по набору критериев. Следовательно, не следует ограничивать участников в выражении своих преимуществ.



Рисунок 2.20 – Иерархическое представление задачи оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (декомпозиция проблемы) (авторская разработка)

После иерархического представления проблемы возникает вопрос: как установить приоритеты критериев и оценить каждую из альтернатив по критериям, определив наиболее значимую из них? Элементы задачи в зависимости от их роли в достижении цели можно охарактеризовать весом. Для выявления приоритетов элементов проводится попарное сравнение веса. Обозначим элементы задачи – $A_1, A_2, A_3 \dots, A_n$, а соответствующий им вес – $w_1, w_2, w_3 \dots, w_n$. Сравнение веса приводит к необходимости построения квадратной матрицы, которая представлена в таблице 2.16. Значения веса могут быть как количественными (руб., секунда и т.д.), так и качественными (больше, меньше и т.п.).

Таблица 2.16 – Матрица попарных сравнений (составлено на основе [150; 151])

Элементы задачи	A_1	A_2	A_3	A_n
A_1	w_1/w_1	w_1/w_2	w_1/w_3	w_1/w_n
A_2	w_2/w_1	w_2/w_2	w_2/w_3	...	w_2/w_n
A_3	w_3/w_1	w_3/w_2	w_3/w_3	...	w_3/w_n
....
A_n	w_n/w_1	w_n/w_2	w_n/w_3	...	w_n/w_n

Следует отметить, что если $w_1, w_2, w_3 \dots, w_n$ неизвестны заранее, то попарные сравнения элементов производятся с использованием субъективных мнений, численно оцениваемых по шкале, а затем решается проблема нахождения компонента w . Когда проблема представлена иерархически, матрица составляется для сравнения относительной важности критериев на третьем уровне по отношению к параметрам на втором уровне. Подобные матрицы должны быть построены для парных сравнений каждой альтернативы на следующем уровне применительно к критериям предыдущего уровня.

Все суждения в ходе применения метода анализа иерархий направлены на установление приоритетов элементов задачи, а также параметров и критериев путем их попарных сравнений. Для проведения парных сравнений в работе Т. Саати, К. Кэрнс [150; 151] предлагается шкала относительной важности, которая, по утверждению авторов, «оказалась эффективной ...», ее правомочность

доказана теоретически при сравнении с многими другими шкалами». Шкала относительной важности приведена в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Шкала относительной важности (составлено на основе [150; 151])

Коэффициент относительной важности	Значение	Пояснение
1	Одинаковая важность	Равное значение двух критериев (альтернатив) при достижении цели
3	Умеренное преимущество	Опыт и суждения позволяют утверждать о легком предпочтении одного критерия другому
5	Существенное или сильное преимущество	Опыт и суждения позволяют утверждать о сильном предпочтении одного критерия другому
7	Значительное преимущество	Одному критерию дается настолько сильное преимущество, что оно становится значительным
9	Очень сильное преимущество	Преимущество одного критерия другому очевидно
2,4,6,8	Промежуточные решения	Применяются в компромиссном случае
Обратные величины чисел	Если при сравнении одного критерия с другим получено одно из вышеуказанных значений (например 3), то при сравнении второго критерия с первым получим обратную величину (т.е. 1/3)	

Одним из общепринятых путей вычисления приоритетов (в нашем случае, по элементам, параметрам и критериям) является геометрическая средняя. Это можно сделать, умножая элементы в каждой строке и извлекая корни n-степени, где n – число элементов. Полученный таким образом столбик цифр нормализуется делением каждого числа на сумму всех чисел. Иллюстрация расчета локальных приоритетов приведена в таблице 2.18.

Таблица 2.18 – Расчет локальных приоритетов (составлено на основе [150; 151])

Элементы	A_1	A_2	...	A_n	Расчет средней геометрической	Локальный приоритет
A_1	w_1/w_1	w_1/w_2	...	w_1/w_n	$\sqrt[n]{(w_1/w_1) \cdot \dots \cdot (w_1/w_n)} = a$	$a/r = X_1$
...
A_n	w_n/w_1	w_n/w_2	...	w_n/w_n	$\sqrt[n]{(w_n/w_1) \cdot \dots \cdot (w_n/w_n)} = d$	$d/r = X_n$
$a + \dots + d = r$						

Итак, нельзя не заметить, что метод анализа иерархий легко реализуется на базе общедоступных программных средств электронных таблиц EXCEL, что позволяет сформировать количественные значения оценки состояния информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса.

Проведём оценку состояния информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса на примере ЧАО «Металлист».

В таблице 2.19 представлены результаты попарных сравнений критериев, определяющих условия формирования объектов СОБ с позиции их роли для состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса. По соглашению сравнивается важность элементов матрицы, которые находятся слева с элементами вверху. Например, при заполнении второй ячейки матрицы необходимо ответить на вопрос: какая важность прогнозирования объектов по сравнению с критерием мониторинга социальных программ и мероприятий? Значение 3 в этой ячейке матрицы показывает, что для информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса обеспечение прогнозирования объектов важнее, чем мониторинг социальных программ и мероприятий. В симметричную относительно диагонали клетку заносится значение $1/3$, что соответствует противоположному сравнению. Аналогично заполняются остальные ячейки этой и других матриц данного уровня (приложение П).

Таблица 2.19 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют условия формирования объектов СОБ (параметр 1.1) (составлено автором)

Критерии	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	Локальный приоритет
1.1.1	1	1/3	1/4	1/7	<u>0,06</u>
1.1.2	3	1	1/2	1/3	<u>0,16</u>
1.1.3	4	2	1	5	<u>0,49</u>
1.1.4	7	3	1/5	1	<u>0,28</u>

Когда в принятии решения участвует несколько человек, то при различиях в их суждениях относительно состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса необходимо прийти к согласию, которое

может быть достигнуто путем обоснования аргументов, голосования, а также с помощью расчета средних арифметических или геометрических.

Матрицы, приведенные в таблице 2.19 и приложении Н, предназначены для вычисления локальных приоритетов, равны средним геометрическим по каждой строке каждой матрицы, нормализованной к единице. Значения локальных приоритетов представлены в последних столбцах указанных таблиц.

Как следует из таблицы 2.19, наиболее важным для формирования объектов СОБ является обеспечение условий накопления информации о таких объектах. Приоритет данного критерия имеет значение 0,49, критерий «оценка социальной ответственности конкурентов» получил приоритет 0,28, важность мониторинга социальных программ и мероприятий оценивается приоритетом 0,16. Самый низкий приоритет имеет критерий «прогнозирование объектов СОБ» – 0,06.

Согласно разработанной анкете тестирования, каждый критерий может принимать различные значения, характеризующие варианты состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса. Следовательно, необходимо сравнивать варианты реализации элементов по каждому критерию, используя шкалу относительной важности.

Как следует из анкеты, на каждый вопрос возможны три варианта ответа, соответствующие «худшему», «среднему» и «лучшему» состоянию критерия. Например, по такому критерию, как «прогнозирование объектов СОБ», в анкете предложены три значения: а) не прогнозируются; б) прогнозируются нерегулярно; в) прогнозируются. В таблице 2.20 приведена матрица попарных сравнений значений названных критериев. По данным критериям, худший вариант оценивается приоритетом 0,07, средний – 0,22, лучший – 0,61.

Таблица 2.20 – Матрица попарных сравнений значений критериев
(составлено автором)

Значение критерия	а)	б)	в)	Локальный приоритет
а)	1	1/4	1/9	0,07
б)	4	1	1/4	0,22
в)	9	4	1	0,71

Для оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса необходимо проанализировать относительную важность всех параметров и элементов. В таблицах 2.21-2.24 приведены исходные данные и результаты расчета локальных приоритетов параметров.

Таблица 2.21 – Матрица попарных сравнений групп параметров, которые определяют объект (элемент 1) (составлено автором)

Группы параметров	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	Локальный приоритет
1.1	1	1/2	1/4	2	3	<u>0,17</u>
1.2	2	1	2	3	2	<u>0,34</u>
1.3	4	1/2	1	6	1/2	<u>0,26</u>
1.4	1/2	1/3	1/6	1	4	<u>0,12</u>
1.5	1/3	1/2	2	1/4	1	<u>0,11</u>

Таблица 2.22 – Матрица попарных сравнений групп параметров, которые определяют субъект (элемент 2) (составлено автором)

Группы параметров	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	Локальный приоритет
2.1	1	1/2	1/5	1/3	2	1/4	<u>0,07</u>
2.2	2	1	1	4	6	3	<u>0,32</u>
2.3	5	1	1	3	2	2	<u>0,28</u>
2.4	3	1/4	1/3	1	1/4	1	<u>0,09</u>
2.5	1/2	1/6	1/2	4	1	2	<u>0,12</u>
2.6	4	1/3	1/2	1	1/2	1	<u>0,12</u>

Таблица 2.23 – Матрица попарных сравнений групп параметров, которые определяют процесс (элемент 3) (составлено автором)

Группы параметров	3.1	3.2	3.3	3.4	Локальный приоритет
3.1	1	2	3	2	<u>0,39</u>
3.2	1/2	1	5	3	<u>0,35</u>
3.3	1/3	1/5	1	1/4	<u>0,08</u>
3.4	1/2	1/3	4	1	<u>0,19</u>

Таблица 2.24 – Матрица попарных сравнений групп параметров, которые определяют результат процесса (элемент 4) (составлено автором)

Группы параметров	4.1	4.2	Локальный приоритет
4.1	1	1/3	<u>0,3</u>
4.2	3	1	<u>0,7</u>

Как следует из таблицы 2.21, приоритет такого параметра информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, как «условия формирования объектов СОБ» (1.1), оценен значением 0,17 по сравнению с параметрами «условия доступа к объектам СОБ» (1.2) и «организация ответственности за объекты СОБ» (1.3), значения которых 0,34 и 0,26 соответственно. В свою очередь, параметры «организация контроля за объектами СОБ» (1.4.) и «санкционирование операций с объектами СОБ» (1.5) имеют приблизительно одинаковые приоритеты – 0,12 и 0,11 соответственно.

Согласно таблице 2.22, группа параметров 2.1, характеризующая кадровую политику, имеет локальный приоритет 0,07. Параметры «организационная структура предприятия», «обеспеченность работников регламентами деятельности» и «распределение прав и обязанностей» оценены значениями 0,09, 0,12 и 0,12 соответственно. Наибольшие значения имеют локальные приоритеты параметров «профессиональная компетенция работников» – 0,32 и «этика работников» – 0,28.

Анализируя данные таблицы 2.23, можно сделать вывод о значительном преимуществе важности организации информационного обеспечения и методики его формирования, локальные приоритеты которых 0,39 и 0,35 соответственно, над техникой формирования информационного обеспечения (локальный приоритет – 0,08) и защитой информации (локальный приоритет – 0,19).

Изучение матрицы попарных сравнений групп параметров, которые определяют результат процесса, представленной в таблице 2.24, позволяет утверждать о значительном приоритете важности подготовки внешней отчетности над внутренней, 0,7 и 0,3 соответственно.

Аналогично можно определить локальные приоритеты элементов информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, включающих объект, субъект, процесс и результат процесса (таблица 2.25).

Таблица 2.25 – Матрица попарных сравнений элементов информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Элементы	1	2	3	4	Локальный приоритет
1	1	1	1/2	1/2	<u>0,17</u>
2	1	1	1/2	1/2	<u>0,17</u>
3	2	2	1	1	<u>0,33</u>
4	2	2	1	1	<u>0,33</u>

Следовательно, данные попарных сравнений и расчет локальных приоритетов элементов позволяет сделать вывод о важности процесса и его результата над объектами и субъектами – 0,33 и 0,17 соответственно. Такая ситуация вполне логична, так как информационное обеспечение и направлено на процесс формирования информации и ее обобщение.

Отметим, что для оценки информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса необходимо рассчитать не только локальные, но и интегральные приоритеты по группе критериев, параметров и элементов.

Интегральный приоритет параметров по группе критериев равен сумме произведений локальных приоритетов значений критериев и альтернатив (вариантов) ответов на вопросы анкеты. В таблице 2.26 приведен интегральный приоритет параметра «условия формирования объектов СОБ» (1.1) с учетом локальных приоритетов и альтернатив (ответов) респондентов исследуемого предприятия.

Применительно к параметру «условия формирования объектов СОБ», интегральный приоритет составляет 0,43. Исходные данные для его расчета взяты из таблиц 2.19 и 2.20. Значение интегральных приоритетов по другим параметрам представлены в приложении П.

Таблица 2.26 – Расчет интегрального приоритета по параметру «условия формирования объектов СОБ» (1.1) (составлено автором)

Критерии	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,06	0,16	0,49	0,28	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,22	0,07	0,71	0,22	0,43

Значение интегральных приоритетов по элементам информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса равны сумме произведений локальных и интегральных приоритетов параметров, характеризующих соответствующие элементы. Соответствующие расчеты представлены в таблицах 2.26-2.29.

Таблица 2.26 – Расчет интегрального приоритета по элементу «объект» (1) (составлено автором)

Параметры	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	Интегральный приоритет элемента
Локальные приоритеты параметров	0,17	0,34	0,26	0,12	0,11	
Интегральные приоритеты параметров	0,43	0,55	0,08	0,12	0,26	0,32

Таблица 2.27 – Расчет интегрального приоритета по элементу «субъект» (2) (составлено автором)

Параметры	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	Интегральный приоритет элемента
Локальные приоритеты параметров	0,07	0,32	0,28	0,09	0,12	0,12	
Интегральные приоритеты параметров	0,33	0,48	0,08	0,39	0,18	0,21	0,28

Таблица 2.28 – Расчет интегрального приоритета по элементу «процесс» (3)
(составлено автором)

Параметры	3.1	3.2	3.3	3.4	Интегральный приоритет элемента
Локальные приоритеты параметров	0,39	0,35	0,08	0,19	
Интегральные приоритеты параметров	0,12	0,21	0,24	0,1	0,16

Таблица 2.29 – Расчет интегрального приоритета по элементу «результат процесса» (4) (составлено автором)

Параметры	4.1	4.2	Интегральный приоритет элемента
Локальные приоритеты параметров	0,3	0,7	
Интегральные приоритеты параметров	0,12	0,12	0,12

Последний этап применения метода иерархий направлен на расчет глобального приоритета. Глобальный приоритет равен сумме произведений локальных и интегральных приоритетов элементов информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса. Расчет глобального приоритета представлен в таблице 2.30.

Таблица 2.30 – Расчет глобального приоритета (составлено автором)

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,32	0,28	0,16	0,12	0,19

Таким образом, количественная оценка состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса ЧАО «Металлист» составляет 19%, что характеризует ее как имеющую очень низкий уровень. Заметим, согласно анкетному опросу без учета метода анализа иерархий, состояние

информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на данном предприятии было оценено как низкое (25 %).

В приложении Р представлены интегральные приоритеты по элементам информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса по предприятиям Донецкой Народной Республики, а также расчеты глобальных приоритетов.

В ходе исследования была сделана оценка информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на 17 предприятиях Донецкой Народной Республики как при помощи метода анализа иерархий, так и с помощью анкетного опроса. Результаты оценки анализа представлены в приложении С. В свою очередь, в таблице 2.31 приведено сравнение полученных результатов.

Таблица 2.31 – Состояние информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях ДНР (составлено автором)

Предприятие	Уровень информационного обеспечения СОБ (метод анализа иерархий)	Уровень информационного обеспечения СОБ (анкетный опрос)	Отклонение
1	2	3	4
ЧАО «Металлист»	0,19 (19%) <i>очень низкий</i>	0,25 (25%) <i>низкий</i>	0,06 (6%)
ООО «Донецкий сеточный завод»	0,16 (16%) <i>очень низкий</i>	0,19 (19%) <i>очень низкий</i>	0,03 (3%)
ООО «Завод Коксохимоборудование»	0,49 (49%) <i>средний</i>	0,54 (54%) <i>средний</i>	0,05 (5%)
ЧАО «Универсал»	0,55 (55%) <i>средний</i>	0,63 (63%) <i>достаточный</i>	0,08 (8%)
ООО «Полидон»	0,21 (21%) <i>низкий</i>	0,24 (24%) <i>низкий</i>	0,03 (3%)
ООО Фирма «Антарес»	0,59 (59%) <i>средний</i>	0,66 (66%) <i>достаточный</i>	0,07 (7%)
ООО «Дон-Вторма»	0,32 (32%) <i>низкий</i>	0,37 (37%) <i>низкий</i>	0,05 (5%)
ООО «Карина»	0,62 (62%) <i>достаточный</i>	0,66 (66%) <i>достаточный</i>	0,04 (4%)
ЧАО «Золотое руно-Донецк»	0,58 (58%) <i>средний</i>	0,66 (66%) <i>достаточный</i>	0,08 (8%)

Продолжение таблицы 2.31

1	2	3	4
ООО «Логс»	0,18 (18%) <i>очень низкий</i>	0,21 (21%) <i>низкий</i>	0,03 (3%)
ООО «АРТЕМИДА»	0,51 (51%) <i>средний</i>	0,59 (59%) <i>средний</i>	0,08 (8%)
ООО «РОСМЕН»	0,31 (31%) <i>низкий</i>	0,39 (39%) <i>низкий</i>	0,08 (8%)
ООО «Бекон-Инвест-Агро»	0,46 (46%) <i>средний</i>	0,53 (53%) <i>средний</i>	0,07 (7%)
Кооператив «Комплекс -1»	0,57 (57%) <i>средний</i>	0,64 (64%) <i>достаточный</i>	0,06 (6%)
ООО «ДОНРЕМОНТ»	0,41 (41%) <i>средний</i>	0,47 (47%) <i>средний</i>	0,06 (6%)
ООО «Треналофф-Траст»	0,63 (63%) <i>достаточный</i>	0,66 (66%) <i>достаточный</i>	0,03 (3%)
ООО «Сигма Лэнд»	0,61 (61%) <i>достаточный</i>	0,65 (65%) <i>достаточный</i>	0,04 (4%)

Итак, можно констатировать, что результаты оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики как при помощи метода анализа иерархий, так и с помощью анкетного опроса в целом совпадают, о чем свидетельствует рисунок 2.21. При этом среднее отклонение результатов составляет 0,06 (6%).

Большинство предприятий (8 из 17 исследуемых) имеет средний уровень состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, 3 предприятия – очень низкий уровень и низкий уровень. Также 3 исследуемых предприятия имеют достаточный уровень состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (рисунок 2.22).

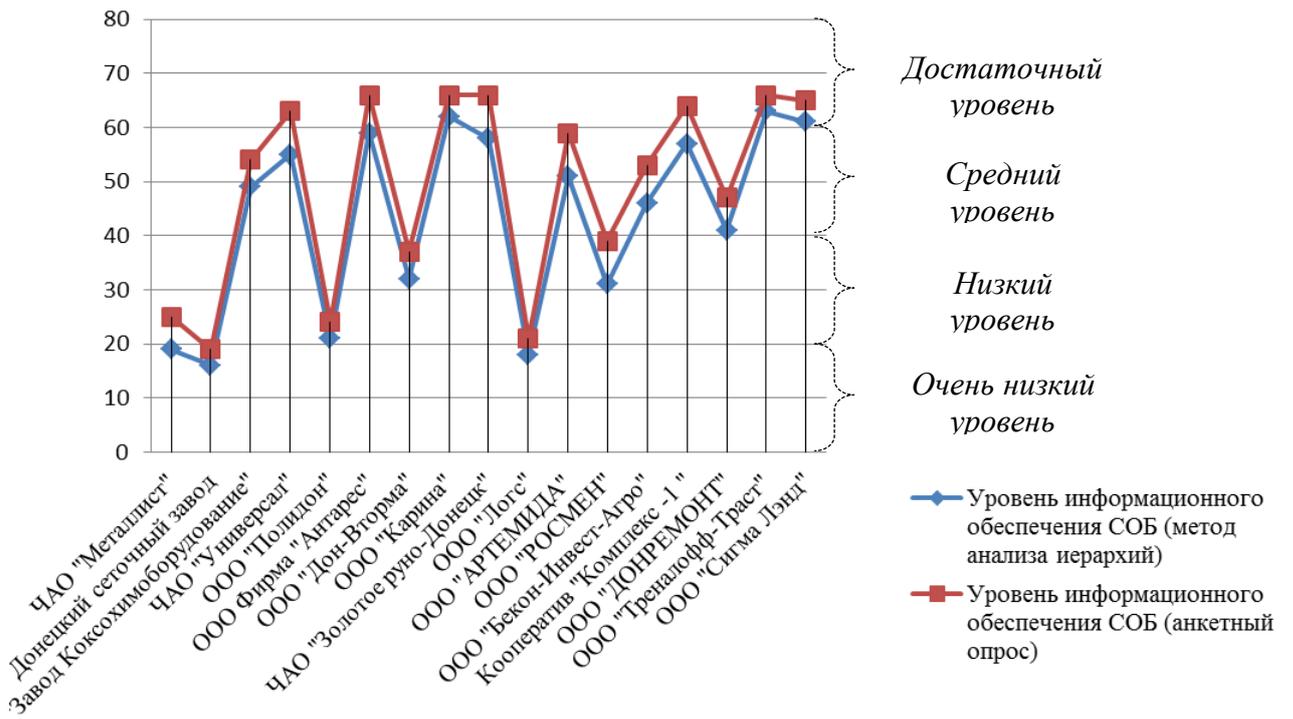


Рисунок 2.21 – Состояние информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики (составлено автором)

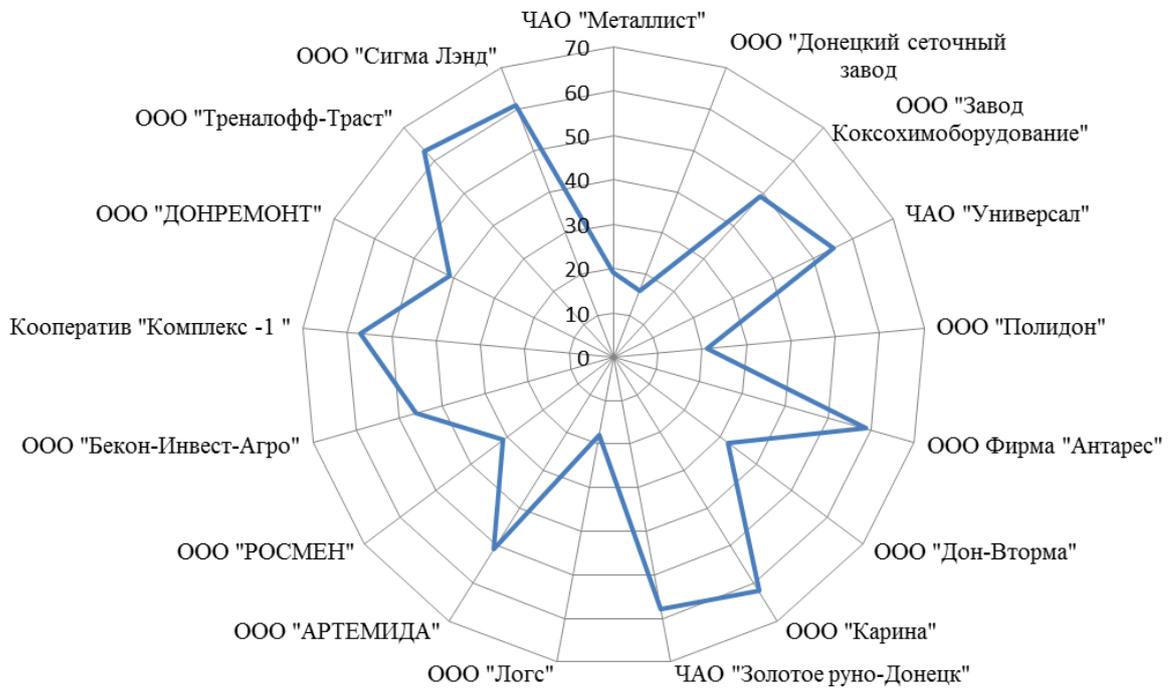


Рисунок 2.22 – Диаграмма оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях ДНР (составлено автором)

Проведенное исследование на предприятиях Донецкой Народной Республики показывает, что даже крупные предприятия, которые регулярно проводят социальные мероприятия, не всегда уделяют должное внимание информационному обеспечению социальной ответственности бизнеса. Так, 3 предприятия из 17 исследуемых имеют очень низкий уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (рисунок 2.23). Речь идет об ООО «Донецкий сеточный завод» (16 %), ООО «Логс» (18 %) и ЧАО «Металлист» (19 %).

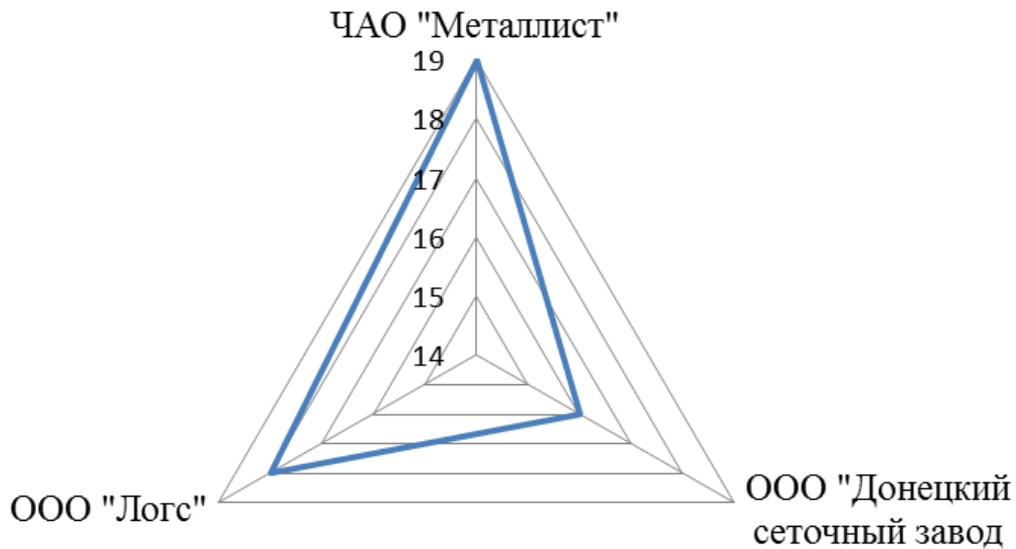


Рисунок 2.23 – Диаграмма оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (очень низкий уровень)
(составлено автором)

В группу предприятий, имеющих низкий уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса вошли ООО «Полидон» (21 %), ООО «РОСМЕН» (31 %) и ООО «Дон-Вторма» (32 %) (рисунок 2.24).

На рисунке 2.25 представлены предприятия, информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса которых находится на среднем уровне. К таким предприятием следует отнести ООО «ДОНРЕМОНТ» (41 %), ООО «Бекон-Инвест-Агро» (46 %), ООО «Завод Коксохимоборудование» (49 %), ООО «АРТЕМИДА» (51 %), ЧАО «Универсал» (55 %), Кооператив «Комплекс -1» (57 %), ЧАО «Золотое руно-Донецк» (58 %), ООО Фирма «Антарес» (59 %).

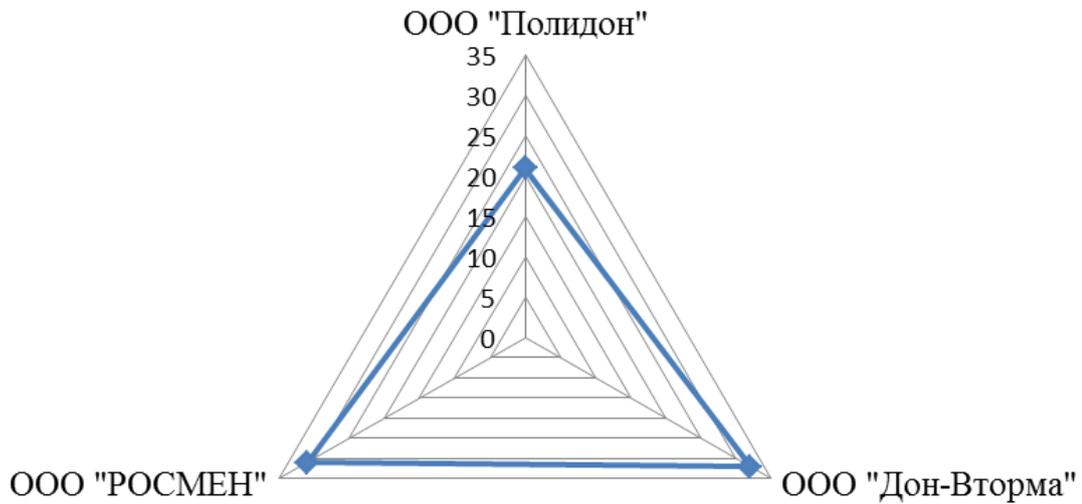


Рисунок 2.24 – Диаграмма оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (низкий уровень)
(составлено автором)

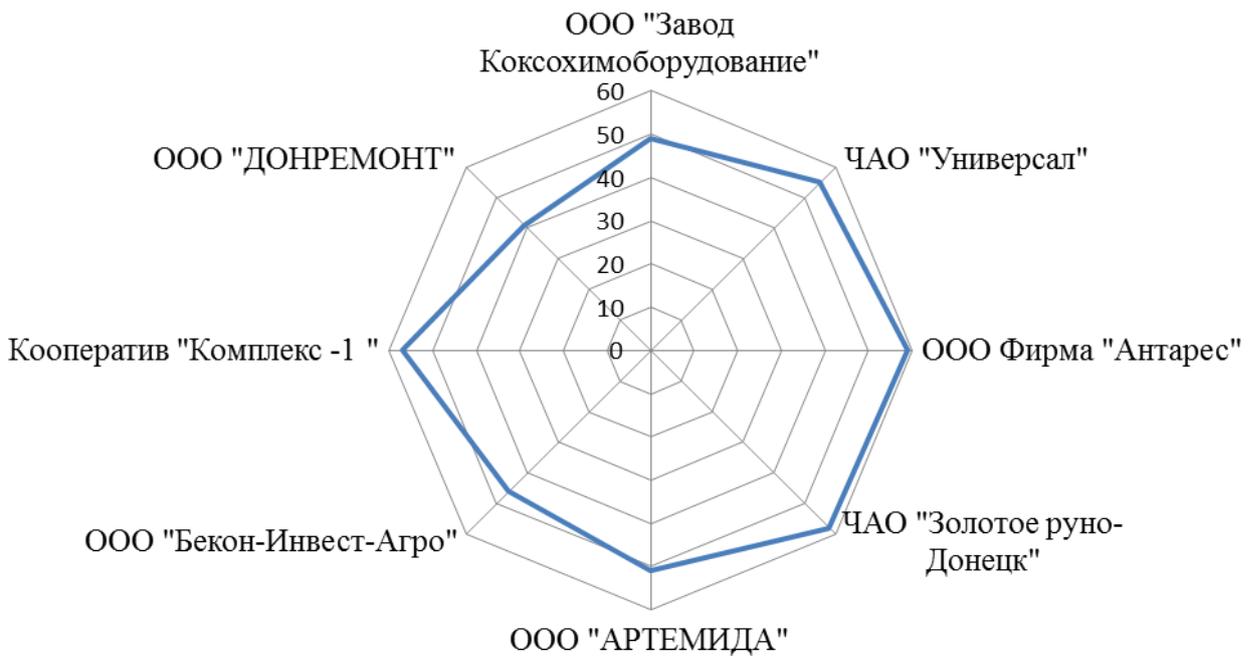


Рисунок 2.25 – Диаграмма оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (средний уровень)
(составлено автором)

Достаточный уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса был выявлен в ООО «Сигма Лэнд» (61 %), ООО «Карина» (62 %) и ООО «Треналофф-Траст» (63 %). Диаграмма оценки

состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса данных предприятий представлена на рисунке 2.26.

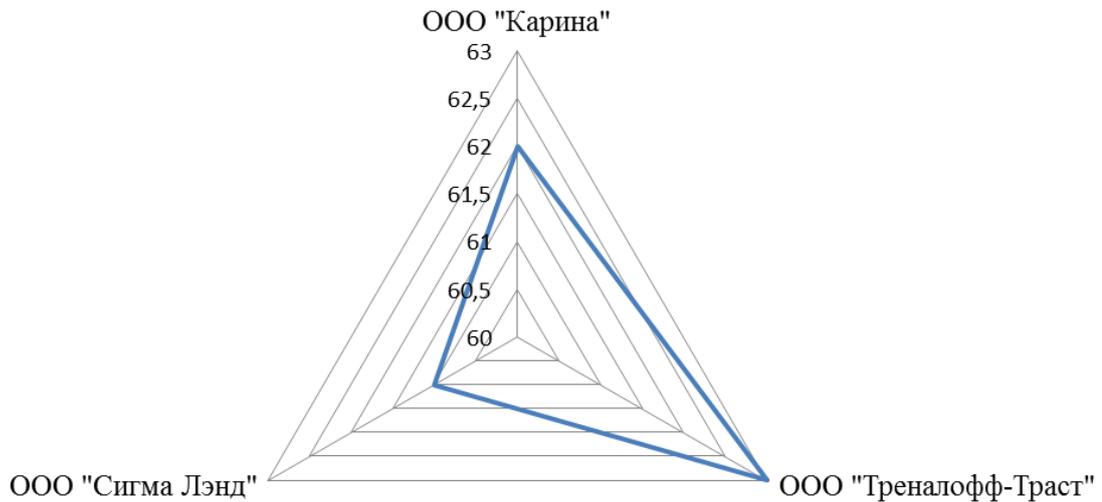


Рисунок 2.26 – Диаграмма оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (достаточный уровень)
(составлено автором)

Таким образом, в ходе исследования проведена оценка состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики. На основе разработанной логической структуры параметров информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса определены критерии, которые оценены как при помощи анкетного опроса, так и с применением метода анализа иерархий.

Результаты оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики показали, что большинство предприятий имеет средний уровень состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, 3 предприятия – очень низкий уровень и низкий уровень, обуславливая тем самым логику дальнейшего исследования, которая заключается в разработке методических основ развития социальной ответственности бизнеса.

Выводы по разделу 2

В результате исследования современного состояния социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона, её информационного обеспечения можно сделать следующие выводы.

1. Изучено современное состояние и перспективы развития социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона, что позволило выявить и систематизировать проблемы субъектов хозяйствования при реализации социальных программ (мероприятий, проектов) и формировании отчётной информации о них. Установлено, что проблемы, связанные с систематизацией и накоплением информации о социальной ответственности бизнеса связаны с отсутствием механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона;
2. Изучены направления социальной ответственности бизнеса предприятий Донецкой Народной Республики: 58,82 % исследуемых предприятий регулярно проводят мероприятия по охране труда; 52,94 % – реализуют социальные программы для клиентов, направленные на защиту их интересов; 64,71 % – активно занимаются обучением своих работников путем организации курсов повышения квалификации самостоятельно или при помощи сторонних организаций; 29,41 % – проводят мероприятия, связанные с улучшением экологической ситуации в регионе; 35,29 % – проводят социальные мероприятия для населения региона.
3. Получил дальнейшее развитие методический подход к оценке состояния информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, основанный на параметризации его элементов и учитывающий их значимость для предприятия;
4. Проведена оценка состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики:
 - 3 предприятия из 17 исследуемых имеют очень низкий уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса: ООО

«Донецкий сеточный завод» (16 %), ООО «Логс» (18 %) и ЧАО «Металлист» (19 %);

- в группу предприятий, имеющих низкий уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса вошли ООО «Полидон» (21 %), ООО «РОСМЕН» (31 %) и ООО «Дон-Вторма» (32 %);
- к предприятиям со средним уровнем информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса следует отнести ООО «ДОНРЕМОНТ» (41 %), ООО «Бекон-Инвест-Агро» (46 %), ООО «Завод Коксохимоборудование» (49 %), ООО «АРТЕМИДА» (51 %), ЧАО «Универсал» (55 %), Кооператив «Комплекс -1» (57 %), ЧАО «Золотое руно-Донецк» (58 %), ООО Фирма «Антарес» (59 %);
- достаточный уровень информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса имеют ООО «Сигма Лэнд» (61 %), ООО «Карина» (62 %) и ООО «Треналофф-Траст» (63 %).

Основные результаты исследования представлены в работах [31; 33; 42-44; 48; 50; 52].

РАЗДЕЛ 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ОСНОВ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

3.1 Методический подход к реализации положений международных стандартов социальной ответственности предприятиями

В современных условиях в основе деятельности предприятия лежит ориентация на достижение экономических и социальных целей хозяйствования, последовательная и взаимосвязанная реализация которых в конечном итоге влияет на финансовый результат деятельности. Для достижения таких целей управленческий персонал должен быть обеспечен оперативной и достоверной информацией, которая в полной мере соответствует целям и приоритетам деятельности предприятия.

В свою очередь, для успешной работы предприятия в социально ориентированной экономике необходимы определенные инструменты, которые будут обеспечивать соблюдение интересов бизнеса и общества. Такими инструментами, как уже было отмечено, являются международные стандарты социальной ответственности бизнеса.

Для адаптации отечественной экономики к мировой экономической системе, значительное внимание необходимо уделить практическому применению международных стандартов социальной ответственности бизнеса, так как они могут выступать средством решения многих проблем при управлении предприятием в целом.

Как уже было отмечено наиболее привлекательными для отечественных предприятий являются международные стандарты ISO 26000 и GRI, так как именно они позволяют определить направления социальной ответственности.

Стандарты ISO 26000 и GRI разработаны для рыночных условий хозяйствования, что обуславливает возможность их применения предприятиями всех типов, в государственном и частном секторах, в развитых и развивающихся странах, а также в странах с переходной экономикой.

При этом необходимо отметить, что стандарт ISO 26000 представляет собой руководство по социально ответственной деятельности, тогда как стандарт GRI (G4) посвящен исключительно вопросам составления отчетности в области устойчивого развития, поэтому особое внимание уделим первому стандарту.

Именно последовательное применение стандартов позволит управленческому персоналу предприятия раскрыть и проинформировать общество обо всех направлениях социально ответственной деятельности.

Исходя из того, что социальная ответственность бизнеса не может ограничиваться формальными требованиями отдельно взятого стандарта, ISO 26000 содержит добровольные рекомендации (в отличие от управленческих стандартов ISO 9001:2008 и ISO 14001:2004), и поэтому нет необходимости прохождения предприятием процедуры сертификации.

Такая особенность стандарта предоставляет возможность предприятиям разрабатывать собственные подходы к реализации ключевых положений международных стандартов социальной ответственности бизнеса, наиболее удачно учитывающие специфику деятельности.

При таком подходе стандарт ISO 26000 содержит рекомендации, призванные гарантировать качество социальной ответственности предприятия. Это качество, в первую очередь, определяется способностью удовлетворять интересы и ожидания заинтересованных сторон предприятия. Поэтому обязательным условием при реализации положений данного стандарта следует считать постановку целей предприятия с учетом необходимости полного удовлетворения интересов и ожиданий стейкхолдеров.

Вышесказанное предполагает распространение принципов социальной ответственности на все функциональные сферы деятельности предприятия, которые, как правило, регламентируются системой менеджмента предприятия. При этом социальная ответственность бизнеса позиционируется как часть деятельности, а управление ею – как часть единой системы управления.

Такая интерпретация положений стандарта ISO 26000 позволяет сформулировать цель деятельности предприятия через призму направлений

социальной ответственности, оставляя при этом относительную свободу для построения системы управления и накопления информации о социальной ответственности предприятия.

Эффективность системы управления в данном контексте зависит, в первую очередь, от целесообразности и своевременности (или прогрессивности) принимаемых управленческих решений, арсенала выбранных методов и решений. При этом правильный сбалансированный подход при выборе методов и средств будет способствовать комплексному развитию всех направлений деятельности на предприятии и их совершенствованию в рамках единой системы управления. Однако в стандарте ISO 26000 вопросы интеграции различных видов деятельности предприятия затронуты частично и рассмотрены только в самом общем виде.

В этой связи, управленческому персоналу, работникам, задействованным в проведении социальных программ и мероприятий, следует рассматривать стандарт ISO 26000 не как догму, а как исключительно емкий по своему содержанию (и структуре) документ, обобщающий лучшую мировую практику в сфере социальной ответственности бизнеса, а именно предоставляющий рекомендации по следующим вопросам:

- понятиям и терминам, связанным с социальной ответственностью;
- тенденциям и характеристикам направлений социальной ответственности;
- принципам и практике в отношении социальной ответственности;
- основным направлениям, связанным с социальной ответственностью;
- социально ответственному поведению предприятия в рамках своей сферы влияния;
- взаимодействия с заинтересованными сторонами.

Очевидно, что реализация принципов социальной ответственности предприятием является тем основанием, на котором строятся все остальные рекомендации, поэтому уместным является их рассмотрение в контексте совершенствования методических основ социальной ответственности, а не

относительно природы международных стандартов социальной ответственности бизнеса.

Так, в стандарте ISO 26000 представлено 7 принципов социальной ответственности и в то же время акцентировано внимание на необходимости «...учитывать социальное, экологическое, юридическое, культурное, политическое и организационное разнообразие, а также различия в экономических условиях, согласовывая их с международными нормами поведения» [121]:

1. Принцип «подотчетность», сущность которого заключается в том, что предприятию следует быть подотчетным за его воздействие на общество, экономику и окружающую среду. Этот принцип предполагает, что предприятие должно адекватно реагировать на соответствующую критику, а также принять на себя обязательство отвечать на такую критику.
2. Принцип «прозрачность» гласит, что предприятию следует быть прозрачным в своих решениях и деятельности, которые оказывают воздействие на общество и окружающую среду.
3. Согласно принципу «этичное поведение» поведение предприятия должно основываться на таких ценностях, как честность, справедливость и добросовестность. Эти ценности подразумевают заботу о людях, животных и окружающей среде, а также обязательство реагировать на воздействие, которое его деятельность и решения оказывают на интересы заинтересованных сторон.
4. Принцип «уважение интересов заинтересованных сторон» заключается в том, что предприятию необходимо уважать, учитывать и реагировать на интересы ее заинтересованных сторон, несмотря на то, что цели деятельности могут ограничиваться интересами ее владельцев и руководителей.
5. Предприятию следует принять то, что соблюдение верховенства закона обязательно в любых ситуациях – согласно принципу «соблюдение верховенства закона».

6. Сущность принципа «соблюдение международных норм поведения» заключается в том, что предприятие должно соблюдать международные нормы поведения, следуя при этом принципу соблюдения верховенства закона.
7. Согласно принципу «соблюдение прав человека» предприятию следует соблюдать права человека и признавать их важность и всеобщность.

Одним из направлений последовательной реализации указанных принципов является разработка и принятие на предприятии следующих документов: приказ о политике предприятия в области социальной ответственности, методики формирования соответствующего информационного обеспечения, должностных инструкций и т.д.

Другими словами, современное управление предприятием в условиях социализации бизнеса предполагает разработку специальной системы документации и порядка управления ею. Несмотря на то, что практика составления такой документации на крупных предприятиях существует уже длительное время, достаточно часто наличие указанных документов является формальностью, так как их положения не реализуются или частично реализуются в деятельности предприятия. Такая ситуация позволяет констатировать необходимость расширения арсенала методических решений, направленных на реализацию положений стандарта ISO 26000.

Применительно к нашему исследованию, считаем целесообразным усовершенствовать методический подход к реализации положений стандартов ISO 26000 и GRI, направленный на:

- 1) формирование приоритетов развития предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса, что позволит обоснованно разработать механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;
- 2) разработку механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, адаптированного к современным

реалиям предприятий региона, что создаст предпосылки для составления социальной отчетности предприятия;

3) формирование взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности предприятия.

По нашему мнению, игнорирование четкой постановки цели и приоритетных направлений деятельности предприятия (их взаимосвязи и взаимообусловленности) в условиях социальной ответственности бизнеса неизбежно приведет к тому, что внимание работников будет рассредоточено, результатом чего станет универсальность принимаемых управленческих решений и их направленность на достижение общих, абстрактных целей в рамках социально ответственной деятельности.

Именно поэтому первое направление методического подхода по реализации положений стандартов ISO 26000 и GRI заключается в изучении целей и приоритетных направлений развития предприятия для того, чтобы процесс накопления и систематизации информации органично подчинить задачам предприятия в контексте социально ответственной деятельности. Изучение целей и приоритетов развития предприятия представляет собой наиболее общий подход, и вместе с тем он полностью может быть реализован предприятиями разных отраслей экономики, так как характеризует цели через призму анализа факторов внутренней и внешней среды (наиболее важных для исследования).

В свою очередь, правильная постановка целей требует наличия соответствующего механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса. Здесь стоит отметить, что организационная структура аппарата управления в современных условиях не адекватна в большинстве случаев составу управляемого объекта, не отличается необходимым разнообразием, так как принцип функционального разделения управленческого труда обуславливает, чаще всего, дублирование действий. Многофункциональными становятся отделы и управленческие службы, работа многих специалистов строится на основе интеграции управленческих функций. Все это требует формирования такого информационного обеспечения, способного

наилучшим образом раскрывать все стороны деятельности предприятия, его структурных подразделениях (центров ответственности).

При формировании информации о социальной ответственности бизнеса необходимо учесть тот факт, что более существенный контроль за её структурой и содержанием осуществляют менеджеры центров ответственности. В связи с этим, вся информация о социальной ответственности бизнеса должна быть взаимосвязана. При этом логика взаимосвязи должна исходить из того, что каждая функция управления характеризуется как процесс, представляющий собой сложную последовательность операций анализа и синтеза, которые переплетаются и дополняют друг друга в отчётности (речь, в первую очередь, идет о социальной отчётности). В связи с этим, содержание каждой функции определяет способ сбора информации, а, следовательно, и структуру, и содержание отчетности.

Отмеченные выше методические подходы к реализации положений стандартов ISO 26000 и GRI не только дают представление о комплексе необходимых работ, но и ориентируют на более глубокую проработку и детализацию направлений социальной ответственности бизнеса. В этой связи в таблице 3.1 охарактеризованы мероприятия и результат от их реализации с позиций теории и практики в рамках каждого направления методического подхода к реализации положений стандартов ISO 26000 и GRI.

В рамках данного этапа исследования сконцентрируем внимание на первом из трёх предлагаемых подходов к реализации положений стандарта ISO 26000.

Анализ исследований, посвященных процессу постановки целей и задач деятельности предприятий в условиях социальной ответственности бизнеса [6; 17; 55; 65; 72 78; 172], позволяет утверждать, что комплексного универсального подхода к решению данной проблемы не существует. У авторов нет единого мнения относительно основополагающего документа, положения которого должны лежать в основе определения целей и задач, направлений социальной ответственности, что приводит к необходимости рассмотрения практики социальной ответственности крупных предприятий.

Таблица 3.1 – Методический подход к реализации положений стандартов ISO 26000 и GRI (авторская разработка)

Направления методического подхода	Мероприятия		Результат	
	Теоретического характера	Практического характера	Теоретического характера	Практического характера
Формирование приоритетов развития предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – анализ миссии стратегических, экономических и социальных целей предприятия; – SWOT и PEST анализ конкурентной среды предприятия; – составление «дерева целей» предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> – изучение организационных особенностей предприятия; – формулирование стратегических и тактических целей предприятия; – анализ международных стандартов социальной ответственности бизнеса, а также проведение социологического исследования для определения направлений социальной ответственности бизнеса. 	Разработка концепции социальной ответственности предприятия, в рамках которой происходит реализация положений международных стандартов социальной ответственности бизнеса	Последовательное интегрирование целей социальной ответственности в генеральную миссию предприятия с учетом особенностей конкурентной среды
Разработка и адаптация механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса	<ul style="list-style-type: none"> – анализ основных информационных потоков на предприятии; – диагностика возможных вариантов организации, методики и техники формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> – преобразование организационной структуры предприятия, структурных подразделений, ответственных за формирование информации о социальной ответственности бизнеса; – корректирована должностных обязанностей лиц, занятых формированием информации о социальной ответственности бизнеса. 	Разработка собственного механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса	Унификация и регламентация процесса формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса
Формирование взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности	<ul style="list-style-type: none"> – анализ возможных вариантов формирования отчетной информации, раскрывающей результаты и последствия проводимых социальных программ и мероприятий; – изучение возможности автоматизации отчетов. 	<ul style="list-style-type: none"> – адаптация, корректировка возможных вариантов предоставления отчетной информации, раскрывающей результаты и последствия проводимых социальных программ и мероприятий к специфике деятельности предприятия 	Адаптация информационных потоков, формируемых центрами ответственности о результатах финансирования социальных программ и мероприятий	Разработка четко регламентированного информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

В этой связи в приложении Г приведены сравнительные характеристики структуры социальных отчетов крупных украинских и российских компаний, в которых представлены направления их социальной ответственности.

Анализ структуры приведенных социальных отчетов позволяет сделать вывод о том, что большинство компаний представляют информацию в социальной отчетности в разрезе трех направлений деятельности:

- 1) экономического (раскрываются принципы взаимодействия, направления сотрудничества с потребителями, поставщиками, персоналом и т.д.);
- 2) экологического (отражается информация о потреблении сырья, энергии, воды, а также о проведении мероприятий, направленных на защиту окружающей среды и т.д.);
- 3) социального (содержится информация об организации и оплате труда, о соблюдении прав человека и т.д.).

Несмотря на тот факт, что в отчетах наблюдается сопоставимость подходов к раскрытию информации об окружающей среде, трудовых отношениях и взаимодействию с заинтересованными сторонами, нельзя не отметить, как правило, отсутствие четко поставленной цели в рамках каждого направления социальной ответственности бизнеса. В конечном итоге это приводит к тому, что направления социальной ответственности компании определяются на основании личных суждений и опыта собственников, управленческого персонала.

Наибольшее разнообразие в представлении информации наблюдается в разделах отчетов, посвященных проведению социальных программ и мероприятий, при этом компании акцентируют внимание пользователей отчетности на тех направлениях социальной ответственности, в которых достигнуты наиболее значимые результаты. Такой подход приводит к тому, что цель социальной ответственности бизнеса компании ставят, исходя из последствий своей работы и полученного результата от финансирования социальных программ и мероприятий.

Здесь отметим, что при постановке целей деятельности в условиях социальной ответственности на предприятиях недостаточно четко

позиционируются наиболее важные компоненты этого процесса, а именно: задачи, способствующие достижению целей, принципы социальной ответственности, через призму которых будут корректироваться цели и направления деятельности, измерители достижения цели. В то же время, анализируя направления социальной ответственности компаний, можно утверждать о внешней и внутренней социальной ответственности предприятия. Первая проявляется в отношении к своим работникам (включая следующие сферы деятельности: трудовые отношения, охрану труда и безопасность на рабочем месте), а вторая – в отношении к обществу (направленная на заботу об экологии, защиту интересов потребителей, активное участие в жизни общества).

Учитывая вышесказанное, на рисунке 3.1 представлена модель формирования приоритетов развития предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса, направленная на реализацию положений стандартов ISO 26000 и GRI.

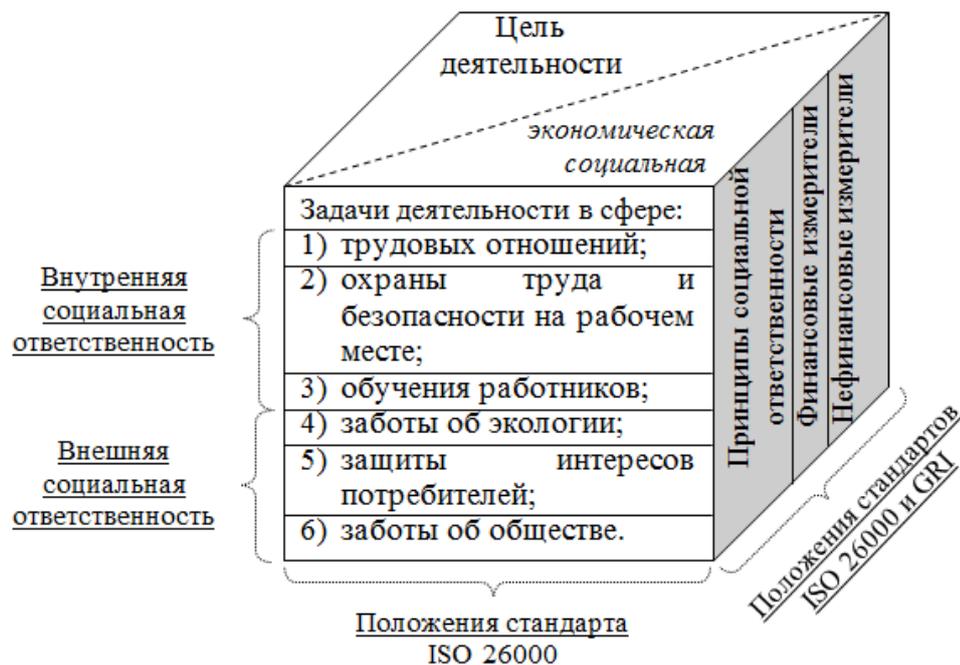


Рисунок 3.1 – Модель формирования приоритетов развития предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Логика разработанной модели исходит из следующих положений:

- цель деятельности может быть как сугубо экономической (например, максимизация прибыли), так и социальной (например, улучшение условий

труда работников). Однако достижение цели становится возможным посредством последовательной постановки и решения задач в рамках направления социальной ответственности, согласно положений стандарта ISO 26000;

- задачи деятельности в рамках направлений социальной ответственности ориентированы на необходимость построения единой системы управления предприятием как совокупности функционально самостоятельных подсистем;
- все положения стандартов ISO 26000 (а именно: направления социальной ответственности и ее принципы) и GRI (в части перечня показателей социальной ответственности) равнозначны.

Реализация разработанной модели позволяет последовательно интегрировать цели социальной ответственности в генеральную миссию предприятия с учетом специфических особенностей его деятельности. В свою очередь, такая детальная проработка задач в рамках направлений социальной ответственности способствует более эффективному формированию информации на предприятии.

В таблице 3.2 представлен фрагмент практической реализации разработанной выше модели на примере цели оптимизации прибыли предприятия, которая представляет особую актуальность для отечественных предприятий в условиях значительного снижения платежеспособности физических и юридических лиц.

Таким образом, в рамках данного этапа исследования усовершенствован методический подход к реализации положений международных стандартов социальной ответственности предприятиями, а также определена его практическая значимость и логика в современных условиях. В частности, разработана модель формирования приоритетов развития предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса, направленная на реализацию положений стандартов ISO 26000 и GRI, практическая реализация которой позволит обоснованно перейти к разработке механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Таблица 3.2 – Практическая реализация модели формирования приоритетов развития предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса, согласно положений стандартов ISO 26000 и GRI (составлено автором)

Задачи деятельности	Принципы социальной ответственности	Измерители
1	2	3
Цель – оптимизация прибыли		
<p><u>в сфере трудовых отношений:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – predetermined steps of counteraction of workers' activities, not specified in labor contracts; – develop an adequate system of payment for overnormative and overplan work; – inform in advance and inform, jointly with workers' representatives to balance the process of possible negative impact of profit optimization on labor relations in the enterprise. 	<p>«прозрачность», «этичное поведение», «соблюдение прав человека», «соблюдение верховенства закона»</p>	<p><u>Финансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – суммы премий, поощрений работникам, принимающих участие в достижении поставленной цели. <p><u>Нефинансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – общее количество и процент дополнительно нанятых работников; – общее количество и текучесть кадров (при необходимости модернизации производства); – количество работников, поддерживающих принятое решение.
<p><u>в сфере охраны труда и безопасности на рабочем месте:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – analyze risks related to labor protection, which may be conditioned by the need for profit optimization; – provide necessary equipment for ensuring safety, including individual protection, necessary for prevention of professional injuries, diseases and accidents, as well as for actions in case of emergency situations; – document and investigate all cases and problems related to labor protection and safety, with the aim of their minimization or elimination. 	<p>«подотчетность», «прозрачность», «соблюдение верховенства закона», «соблюдение прав человека», «этичное поведение», «соблюдение международных норм поведения»</p>	<p><u>Финансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – суммы расходов на дополнительное обеспечение охраны труда работников и безопасности на рабочем месте, обусловленные достижением поставленной цели. <p><u>Нефинансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – общее количество и процент работников, представленных в совместных комитетах руководства, и работников по здоровью и безопасности; – общее количество травм, несчастных случаев на предприятии, а также коэффициент травматизма, непосредственно связанный с оптимизацией прибыли.

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3
<p><u>в сфере обучения работников:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – предоставить всем работникам возможность для развития умений и навыков, а также возможности для карьерного роста, в том числе и тем, кто непосредственно не занят реализацией поставленной цели деятельности; – обеспечить, при необходимости, поддержку работников в обучении другим специальностям и направлениям работы, необходимым для выполнения новых функциональных обязанностей; – разработать программы обучения, повышения квалификации совместно с представителями работников и руководителей. 	<p>«прозрачность», «соблюдение прав человека», «уважение интересов заинтересованных сторон»</p>	<p><u>Финансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – суммы расходов на создание новых рабочих мест, повышение квалификации работников и т.д. <p><u>Нефинансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – среднее количество часов обучения на одного работника; – общее количество, характер реализуемых программ и оказываемой помощи в повышении квалификации работников; – общее количество и процент от всех работников, успешно освоивших программы обучения, повышения квалификации.
<p><u>в сфере заботы об экологии:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – определить возможные последствия оптимизации прибыли на экологическую ситуацию; – внедрить меры, направленные на предотвращение загрязнения окружающей среды; – измерять, документировать возможные последствия деятельности и сообщать о них местному сообществу и соответствующим государственным органам. 	<p>«подотчетность», «прозрачность», «соблюдение верховенства закона», «соблюдение прав человека», «этичное поведение», «соблюдение международных норм поведения»</p>	<p><u>Финансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – сумма расходов на охрану окружающей среды и предотвращение последствий деятельности. <p><u>Нефинансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – общее количество выбросов вредных веществ в атмосферу, непосредственно связанных с максимизацией прибыли; – общая масса опасных и неопасных отходов, возникающих в процессе достижения поставленной цели.

Продолжение таблицы 3.2

1	2	3
<p><i>в сфере защиты интересов потребителей:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проанализировать процесс оптимизации прибыли на предмет взаимосвязи с качеством выпускаемой продукции или оказываемых услуг; – производить продукты и оказывать услуги, которые являются безопасными для потребителей; – принимать меры по предотвращению случаев, когда продукт может стать опасным в процессе неправильного обращения или хранения потребителями. 	<p>«подотчетность», «прозрачность», «уважение интересов заинтересованных сторон», «соблюдение верховенства закона», «этичное поведение», «соблюдение международных норм поведения»</p>	<p><u>Финансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – сумма расходов на маркетинговые исследования, улучшение качества продукции и услуг и т.д. <p><u>Нефинансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – общее количество случаев соответствия и несоответствия продукции, услуг требованиям законодательства и внутренним стандартам качества; – общее количество обоснованных жалоб на качество продукции или услуг.
<p><i>в сфере заботы об обществе:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – консультироваться с представителями групп сообщества при определении приоритетов инвестиций и деятельности по развитию сообщества; – участвовать в местных ассоциациях с целью внесения вклада в общественное благо в рамках достижения собственных целей; – поддерживать прозрачные взаимоотношения с местными представителями государственной власти и политическими представителями, не скрывая при этом цели своей деятельности. 	<p>«подотчетность», «прозрачность», «этичное поведение», «уважение интересов заинтересованных сторон», «соблюдение верховенства закона», «соблюдение международных норм поведения», «соблюдение прав человека»</p>	<p><u>Финансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – сумма расходов на индивидуальное и совместное проведение социальных программ и мероприятий. <p><u>Нефинансовые измерители</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – общее количество реализованных социальных программ и мероприятий самостоятельно, совместно с другими предприятиями, государственными органами; – общее количество и процент жителей, поддерживающих социальные проекты, проводимые предприятием.

3.2 Реализация механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

С развитием социальных отношений меняются требования хозяйствующих субъектов к информации, на основе которой принимаются управленческие решения. Правомерно утверждать, что современное информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса должно быть направлено на формирование востребованной стейкхолдерами информации для составления различных форм отчётности (социальной, статистической и т.п.).

Это утверждение совпадает с результатами исследований Некоммерческого фонда «Cone Communication» [171], в рамках которого были выделены шесть трендов развития социальной ответственности бизнеса в 2016 году, три из которых посвящены информационному обеспечению социальной ответственности, а именно:

- тренд 1: регулярное информирование о социальной ответственности бизнеса;
- тренд 2: социальная отчётность становится менее информативной;
- тренд 6: технологии помогают развитию социальной ответственности бизнеса и социальной отчётности.

Следовательно, в современных условиях возникает необходимость такого механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, который последовательно раскрывал бы ее сущность и значение с разных сторон.

Опираясь на результаты изучения современного опыта построения информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса отечественными предприятиями, в основе которой лежит объектно-субъектный подход, можно утверждать, что логика формирования такого информационного обеспечения должна основываться на общекибернетическом подходе, сущность которого представлена на рисунке 3.2.

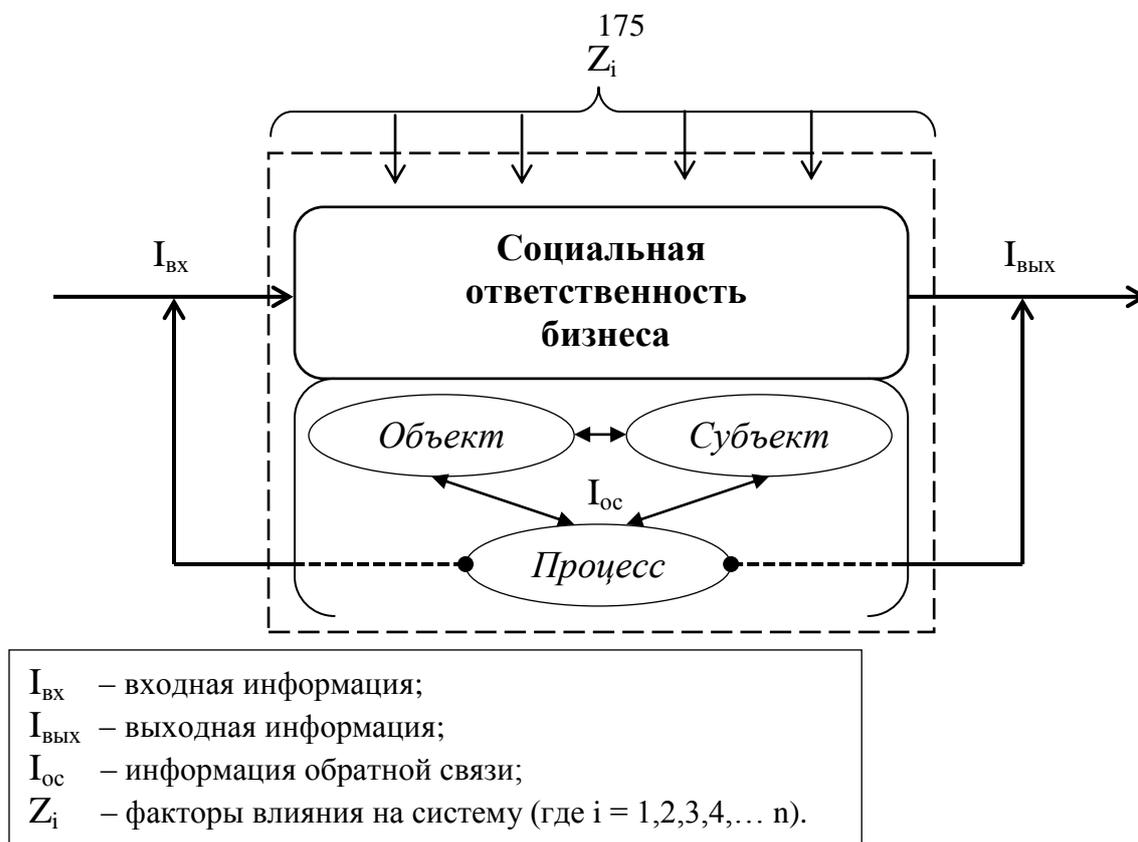


Рисунок 3.2 – Общекибернетический подход к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Поясним обозначения на рисунке 3.2.

$I_{ВХ}$ – входной массив информации о социальной ответственности бизнеса. Например, это – информация о нормах, принципах ведения предпринимательской деятельности в целом и социальной ответственности, в частности. Сюда следует также отнести информацию о планах проведения социальных мероприятий и программ на предприятии и др. Основными источниками входной информации являются Законы, нормативно-правовые документы, данные средств массовой информации и т.п.

$I_{ВЫХ}$ – выходной массив информации о социальной ответственности бизнеса. Он представлен информацией о методических подходах к реализации положений стандартов социальной ответственности бизнеса, о методиках накопления, обобщения и систематизации соответствующей информации в социальной отчетности. Выходной массив информации также включает, преимущественно, фактографическую информацию по направлениям социальной ответственности

бизнеса (прежде всего, данные о расходах на проведение социальных программ и мероприятий), нефинансовые показатели и др.

С точки зрения системного подхода, любая система с входом и выходом является открытой и неустойчивой (нерегулируемой). Для повышения устойчивости и возможности ее адаптации к факторам влияния (Z_i) система должна быть информационно замкнутой внутри, для чего на рисунке 3.2 была показана обратная связь (I_{oc} – информационный массив обратной связи), в рамках которой структурируются информационные потоки на предприятии.

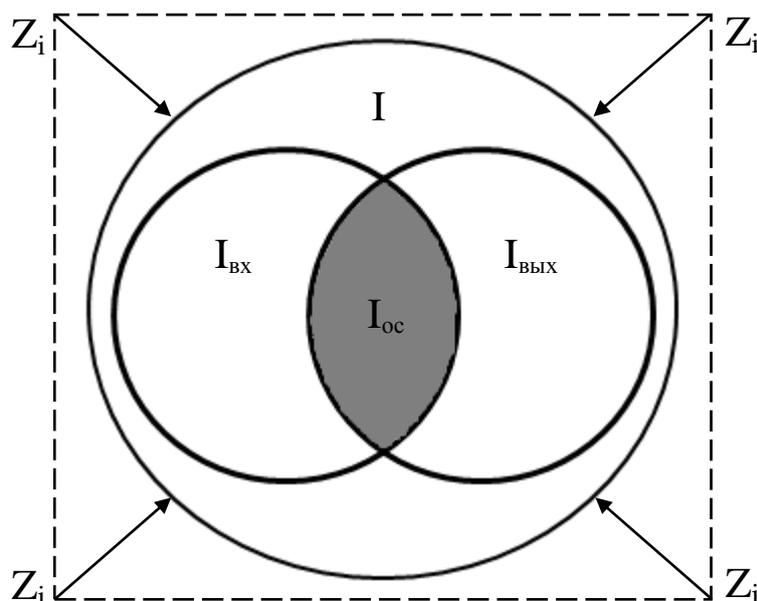
Другими словами, процесс формирования информационных потоков на предприятии в условиях социальной ответственности бизнеса заключается в преобразовании входной информации, которая в общем виде содержит информацию о планах, задачах и целях социальной ответственности бизнеса с учётом факторов влияния (Z_i). Соотношение всего массива информации предприятия и отдельной его части, которая должна находить отражение о социальной ответственности бизнеса, схематично представлено на рисунке 3.3.

Поясним обозначения на рисунке 3.3.

I – это вся совокупность информации на предприятии. Отметим, что сюда относится и информация, которая не имеет ни юридического, ни экономического значения. Например, информация о конфликтах между заинтересованными сторонами (межличностные конфликты между работниками, работниками и поставщиками и т.д.) предприятия. Тем не менее факт наличия такой информации может существенно повлиять на эффективность деятельности предприятия в целом и на результаты проведения социальных программ и мероприятий, в частности.

$I_{вх}$ – это входная информация о социальной ответственности бизнеса. Отметим, что она имеет преимущественно юридическое значение. При этом не вся информация будет непосредственно задействована при формировании информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса. Например, сам факт заключения договора с заинтересованной стороной (договор поставки, договор на оказание услуг, коллективный договор и т.п.) никакой

фактографической информации не имеет (кроме самого количества таких договоров). В свою очередь, когда условия договора начинают выполняться (произойдет отгрузка товаров, предоставление услуг), бухгалтерия предприятия, работники структурных подразделений соответствующим образом отразят данный факт.



- I – весь массив информации предприятия;
 $I_{ВХ}$ – входной массив информации о социальной ответственности бизнеса ;
 $I_{ВЫХ}$ – выходной массив информации о социальной ответственности бизнеса;
 $I_{ОС}$ – информационный массив обратной связи (структурированные информационные потоки, связанные с социальной ответственностью);
 Z_i – факторы влияния (где $i = 1, 2, 3, 4, \dots, n$).

Рисунок 3.3 – Соотношение всего массива информации предприятия и отдельной его части о социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Другими словами, в рамках механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса должна быть устойчивая взаимосвязь между фактографической, нормативно-справочной и нормативно-правовой информацией. Проиллюстрируем сказанное примером.

Любая заинтересованная сторона (работник, инвестор, государственный орган и т.п.), имея в своем распоряжении отчетность (финансовую, статистическую и т.д.) предприятий А и Б, показатели которой полностью

идентичны и свидетельствуют об устойчивом финансовом положении, не сможет сделать вывод о том, придерживаются ли предприятия принципов социальной ответственности, проводят ли соответствующие социальные мероприятия. Предположим, что работнику, инвестору, государственному органу стала известна дополнительная информация о том, что предприятие А заключило договор, направленный на повышение качества своей продукции, что позволит повысить чистую прибыль на 10 %, и разгрузить на 10 % производственные мощности на весь следующий год. В свою очередь, руководство предприятия Б расторгло договор с рекламной компанией, которая регулярно проводила мероприятия для детей работников и клиентов, вследствие чего ожидается падение прибыли на 10 %, до тех пор пока не найдется другая рекламная компания.

Ни первая, ни вторая информация не будет отражена в учётной и отчётной фактографической информации предприятий А и Б. Тем не менее заинтересованная сторона, имея такую информацию, может кардинально изменить свое мнение о перспективах деятельности и финансовом положении предприятий. Например, если речь идет об инвесторе, то предпочтение будет отдано предприятию А как объекту возможных инвестиций.

$I_{\text{вых}}$ – это выходная информация о социальной ответственности бизнеса, которая также не всегда строго фактографическая, нормативно-правовая или нормативно-справочная. Так, к не закрашенной части $I_{\text{вых}}$ можно отнести, например, информацию о планах адаптации к действиям конкурентов в сфере социальной ответственности бизнеса, о совершенствовании направлений социальной ответственности и т.п.

Предположим предприятие А занимается производством и реализацией детских велосипедов. Предприятие функционирует успешно. Фактографическая информация демонстрирует заинтересованным сторонам устойчивое финансовое положение. Однако, конкурент (предприятие Б) выпускает на рынок модель детского велосипеда, идентичную по своим возможностям, цена которой на 10 % ниже. Одновременно с выпуском детского велосипеда предприятие Б проводит

ряд рекламных социальных мероприятий, демонстрирующих полную безопасность реализуемой модели.

Данный факт не найдет отражения в фактографической информации предприятия А, но знание такой информации, может найти свое отражение в нормативно-справочной информации путем внесения изменения в ряд регламентных документов предприятия (кодекс поведения, нормативы продукции и т.д.).

Применительно к рассмотренному примеру $I_{вх}$ – это информация о проведении социальных мероприятий конкурентов, в качестве $I_{вых}$ может выступать информация о направлениях повышения качества и безопасности продукции, новых нормативах производства продукции и т.д. В свою очередь, информационный массив обратной связи (I_{oc} – закрашенная часть рисунка 3.3) будет представлен в виде, преимущественно, фактографической информации о расходах на повышение качества, безопасности продукции и других дополнительных расчетах, нефинансовых показателей. Также отметим, что в данном примере факторами влияния (Z_i) являются действия конкурентов, положения нормативных документов о безопасности и качестве продукции.

Можно утверждать, что из общего объема информации предприятия только ее определённая часть (в основном фактографическая) выступает основой информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса. При этом ключевое внимание должно быть уделено процессу структурирования информационных потоков социальной ответственности (или информации обратной связи I_{oc}), в которой объединяется информация финансового и нефинансового характера, количественная и качественная.

Здесь отметим, что размеры закрашенной части рисунка 3.3 определяются положениями нормативно-правовой и нормативно-справочной информации, а также её наличием на предприятии, в которой закреплены направления, принципы, механизмы социальной ответственности, перечень соответствующих показателей финансового и нефинансового характера.

Акцентируем внимание на том, что для разработки механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса важным является то, что информация, относящаяся к закрашенной области рисунка 3.3, имеет как юридическое, так и экономическое значение, находясь на пересечении $I_{вх}$ и $I_{вых}$.

Итак, теоретически, при формировании информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса необходимо учитывать экономическое и юридическое значение информации, что сложно сделать в практической деятельности предприятия.

Например, при рассмотрении имущества (информации о нём), которое задействовано при проведении социальных программ и мероприятий, с юридической точки зрения, прежде всего, имеет значение объем прав предприятия на это имущество. Другим словами, принципиальный момент – является ли предприятие владельцем этого имущества или имеет ограниченный объем прав на него (аренда)? С экономической точки зрения, ключевым моментом является способность такого имущества приносить в будущем предприятию экономические выгоды.

Нельзя не отметить, что юридическое значение информации заложено в настоящее время в нормативных документах, экономическое характерно для Международных стандартов финансовой отчетности.

Вышесказанное позволяет сделать вывод о необходимости разработки механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, реализация которого позволит повысить качество информации о результатах и последствиях проведения социальных программ и мероприятий.

В толковом словаре современного русского языка Д.Н. Ушакова [174, с. 298] под механизмом понимается аппарат функционирования какого-либо вида деятельности, система функционирования чего-нибудь. Несмотря на такой общий подход, именно он дает основу для понимания сущности любых механизмов: экономических, юридических, социальных и т.п.

В свою очередь, в специальной экономической литературе [69, с. 129] механизм рассматривают как совокупность организационных, методических, технических рычагов, со свойственными им предпосылками и проблемами, которые имеют место при достижении цели и задач реализации механизма. Такое понимание сущности любого механизма положим в основу дальнейшего исследования.

Следует также согласиться с мнением Бычковой А.Н. [56, с. 37] о целесообразности рассмотрения механизма как совокупности множества различных взаимосвязанных элементов, которые приводят в движение объект. Отсюда следует два подхода к рассмотрению сущности любого механизма:

- 1) механизм как совокупность элементов, воздействующих на развитие объекта;
- 2) механизм как взаимосвязь и взаимодействие его компонент, обеспечивающих развитие объекта.

Интерпретируя вышесказанное в плоскость исследования, можно утверждать, что механизм формирования информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса должен рассматриваться как система (речь должна идти о четком определении объектов, субъектов, процессе и результатах процесса) и как самостоятельный процесс.

Следовательно, такой подход к разработке механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса требует определения и детального рассмотрения его элементов (как составляющих системы) и компонент (стадий их реализации как процесса).

Другими словами, элементами механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, который представлен на рисунке 3.4, выступают: цель и задачи, объекты и субъекты, которые составляют его теоретическую основу; структурной основой являются компоненты; организационная, методическая и техническая стадии реализации механизма выступают его процессной основой.

Механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

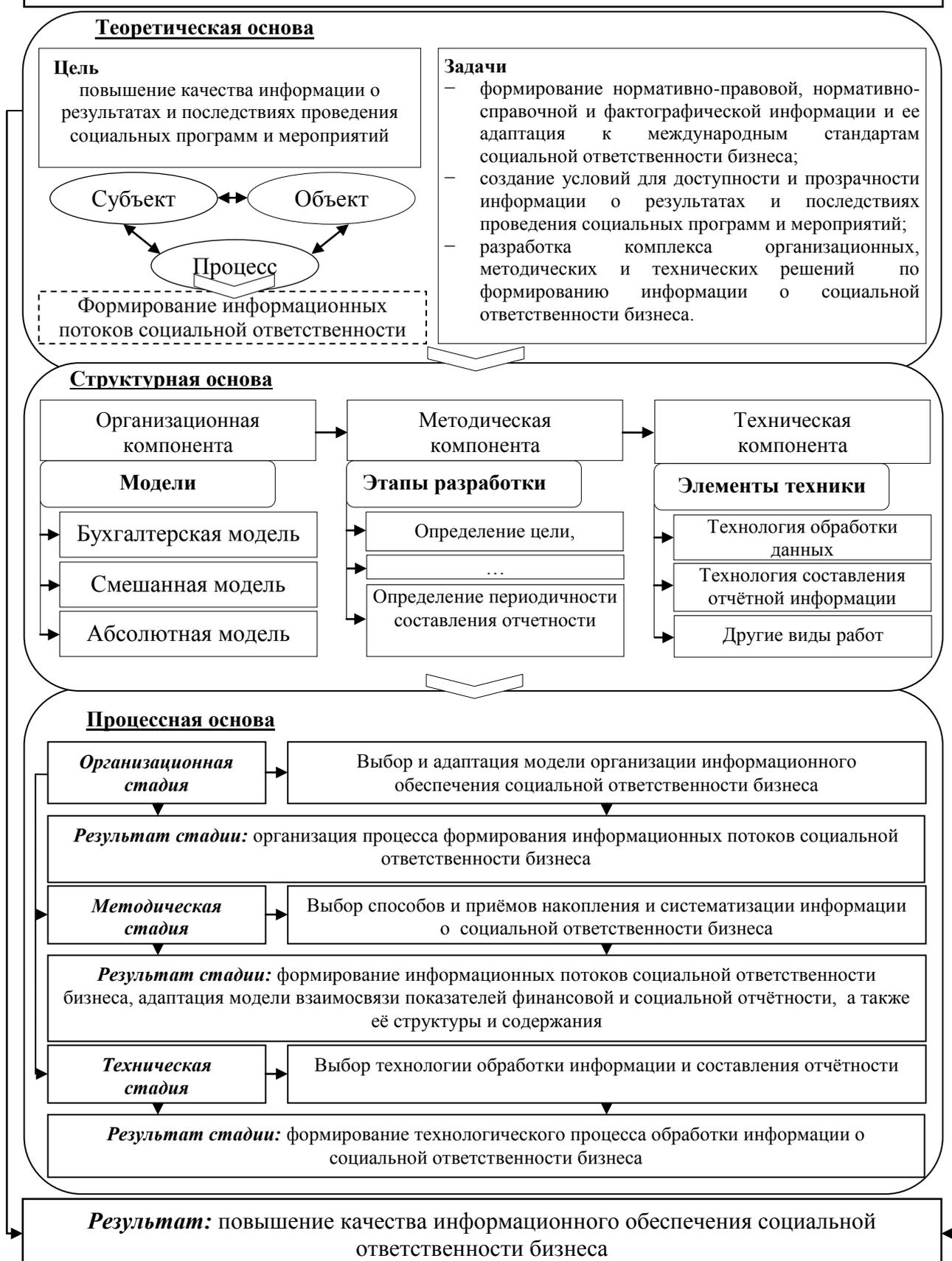


Рисунок 3.4 – Механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Рассмотрение элементов механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса в такой последовательности обусловлено причинно-следственной связью между ними, логика рассмотрения которых исходит из необходимости направленности компонент механизма (как процесса) на достижение цели механизма (как системы).

Объекты и субъекты системы социальной ответственности бизнеса были уже рассмотрены нами ранее, поэтому сконцентрируем внимание на других компонентах механизма.

Взаимосвязь субъектов и объектов в рамках механизма информационного обеспечения социальной ответственности заключается в формировании структуры, состава и направлений движения информации о социальной ответственности между структурными подразделениями предприятия. Состав, содержание и графики движения информации должны быть четко определены и зафиксированы во внутренних регламентирующих документах предприятия.

Следовательно, механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса является открытым, динамичным, а его реализация на практике происходит под действием экономических законов и должна согласовываться с требованиями действующего законодательства. Если предпосылки формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса связаны с активным развитием практики проведения и реализации социальных программ и мероприятий, то соответствующие его проблемы и пути их решения нуждаются в отдельном исследовании.

Так, по нашему мнению, проблемы, связанные с формированием субъектов и объектов социальной ответственности бизнеса, а также их информационным обеспечением должны решаться в рамках реализации организационной и технической компоненты исследуемого механизма, а проблемы взаимодействия между объектами и субъектами посредством методической компоненты.

Реализация механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса должна заключаться в последовательной

реализации его компонент: организационной, методической и технической. Основными критериями при их реализации могут выступать:

- 1) реальность их реализации субъектом хозяйствования;
- 2) максимальное удовлетворение информационных потребностей стейкхолдеров;
- 3) эффективность использования имеющихся на предприятии материально-технических и трудовых ресурсов.

Организационную стадию реализации механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнесам можно описать следующим образом.

Вопросам моделирования организации информационного обеспечения в научной литературе уделено достаточно внимания. Научное решение проблем организации информационного обеспечения подробно рассмотрено в работах многих авторов [13; 54; 67; 76; 79; 168]. От того, какая модель будет выбрана предприятием, зависит организация работы, взаимосвязь и взаимодействие структурных подразделений.

Анализ возможных подходов к организации информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса позволил нам сформировать 3 модели. Их характеристика, преимущества и недостатки представлены в таблице 3.3.

В основе всех моделей лежит разделение информации на нормативно-правовую (источники – законы, постановления, положения и т.д.), нормативно-справочную (источники – внутренние организационно-распорядительные документы предприятия), фактографическую (источники информации – первичные документы, аналитические расчеты и т.д.).

В основу организации «Бухгалтерской модели» положена фактографическая информация, которая формируется, преимущественно, в системе бухгалтерского учета.

Таблица 3.3 – Характеристика организации информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

№	Модель	Характеристика	Преимущества / Недостатки
1	Бухгалтерская модель	Информация формируется на основе данных бухгалтерского учёта (на протяжении отчетного периода все хозяйственные операции, связанные с социальной ответственностью, отражаются только в регистрах бухгалтерского учета, а в конце периода данные бухгалтерского учета трансформируются в показатели финансовой и социальной отчетности).	<p>Преимущества</p> <ul style="list-style-type: none"> – сохранение устойчивой взаимосвязи между показателями финансовой и социальной отчётности. <p>Недостатки</p> <ul style="list-style-type: none"> – невозможность получения отдельной информации, которая более уместна и необходима для составления социальной отчетности и проведения социальных программ и мероприятий.
2	Смешанная модель	Показатели финансовой и социальной отчетности формируются на основании данных бухгалтерского учета с некоторыми поправками на величину показателей, связанных с проведением социальных программ и мероприятий.	<p>Преимущества</p> <ul style="list-style-type: none"> – позволяет наиболее полно учитывать все особенности показателей, связанных с социальной ответственностью, с целью правильного отражения в социальной отчетности. <p>Недостатки</p> <ul style="list-style-type: none"> – необходимость дублирования информации в отдельных регистрах учета на социально ответственную деятельность.
3	Абсолютная модель	Информация систематизируется и накапливается параллельно с ведением бухгалтерского учета и независимо от него на основе одних и тех же информационных потоков социальной ответственности бизнеса.	<p>Преимущества</p> <ul style="list-style-type: none"> – позволяет интерпретировать факты хозяйственной жизни в соответствии с международными стандартами социальной ответственности. <p>Недостатки</p> <ul style="list-style-type: none"> – необходимость создания специализированного отдела в бухгалтерии или отдельного структурного подразделения.

Корректировка и детализация информации о социальной ответственности, необходимая для составления социальной отчетности, усложняется из-за отсутствия четкого выделения показателей социальной ответственной деятельности (соответствующих расходов). При этом основные положения нормативно-справочной и нормативно-правовой информации находят свое отражение только при составлении социальной или управленческой отчетности.

«Смешанная модель» предусматривает формирование финансовой и социальной отчетности с некоторыми поправками на величину показателей, связанных с социальной ответственностью предприятия. При применении данной модели могут существовать альтернативные подходы:

1) использование дополнительной системы аналитических счетов (показателей) для корректировки данных о социальной ответственности.

В этом случае все показатели финансовой отчетности формируются на основе данных бухгалтерской информации, а показатели социальной отчетности корректируются на основе данных дополнительной системы аналитических счетов (показателей) и, как следствие, комбинированных учетных регистров, предназначенных для одновременного осуществления синтетического и аналитического учета объектов социальной ответственности бизнеса;

2) использование двух систем аналитических счетов (показателей) социальной ответственности на основе единых первичных документов.

При таком подходе все показатели финансовой отчетности формируются на основе данных учетных регистров бухгалтерского учета (и синтетических и аналитических), а показатели социальной отчетности на основе данных дополнительных аналитических счетов (показателей) социальной ответственности;

3) создание отдельного локального участка по формированию финансовых и нефинансовых показателей социальной ответственности.

Все показатели социальной и финансовой отчетности взаимосвязаны и формируются на основе единой информации.

«Абсолютная модель» предусматривает параллельное формирование информации наряду с данными бухгалтерского учёта, но на основании одного и того же массива первичной информации. С точки зрения конечной цели бухгалтерского учета, данная модель является наиболее правильной, так как позволяет более детально вести учет показателей социальной ответственности (речь, прежде всего, идет о финансовых показателях). Следовательно, все модели имеют принципиальные отличия, связанные с порядком формирования данных для составления финансовой и социальной отчетности.

При использовании субъектом хозяйствования первой модели информационный массив данных формируется в регистрах бухгалтерского учета. Схема формирования информации представлена на рисунке 3.5.

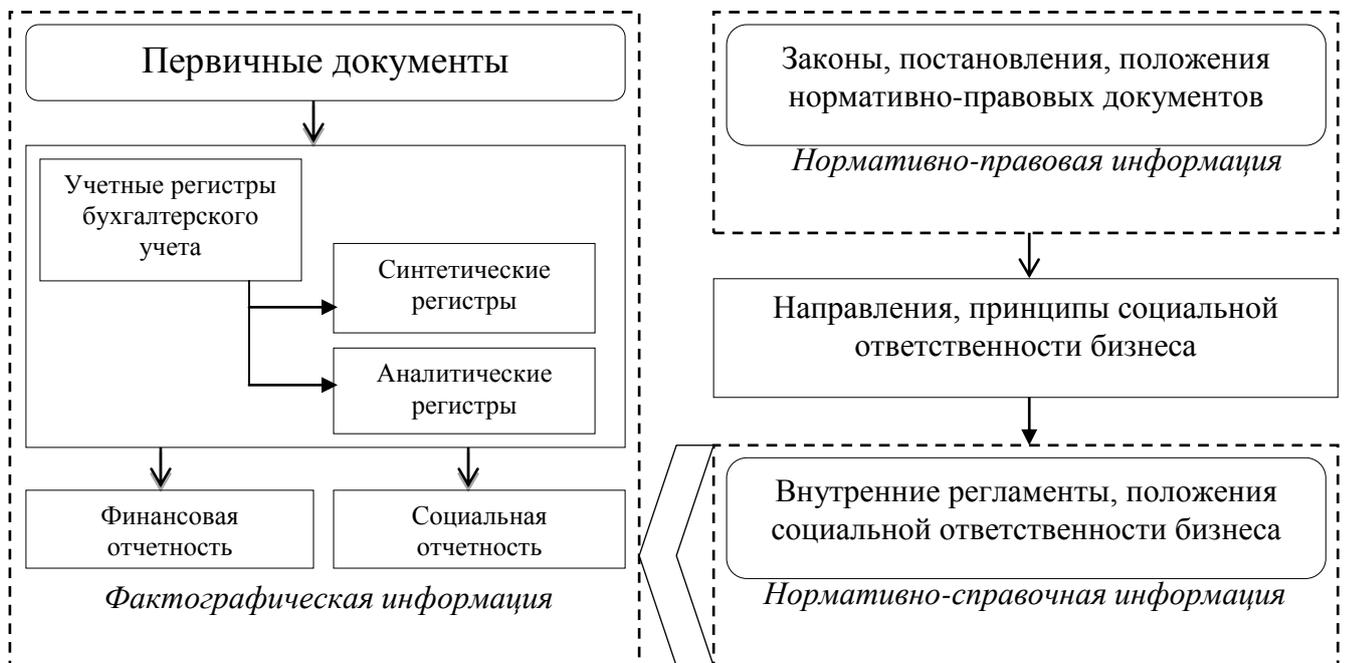
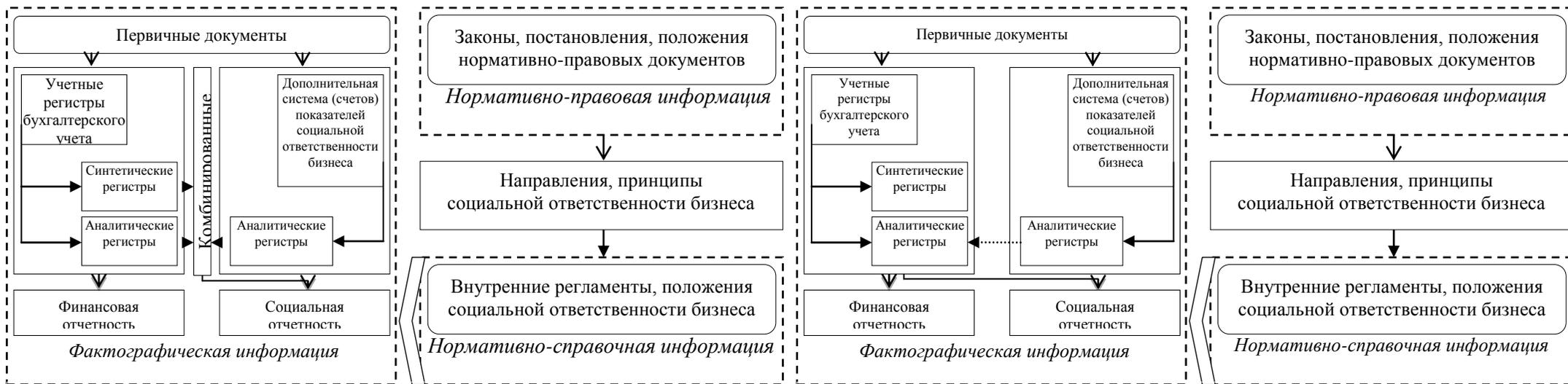


Рисунок 3.5 – Порядок формирования информационного массива данных для составления финансовой и социальной отчетности при применении «Бухгалтерской модели» (авторская разработка)

Реализация второй модели предусматривает формирование информационного массива в регистрах бухгалтерского учета, но с некоторыми поправками, связанными с социальной ответственностью. На рисунке 3.6 представлены 3 альтернативных подхода к реализации данной модели.

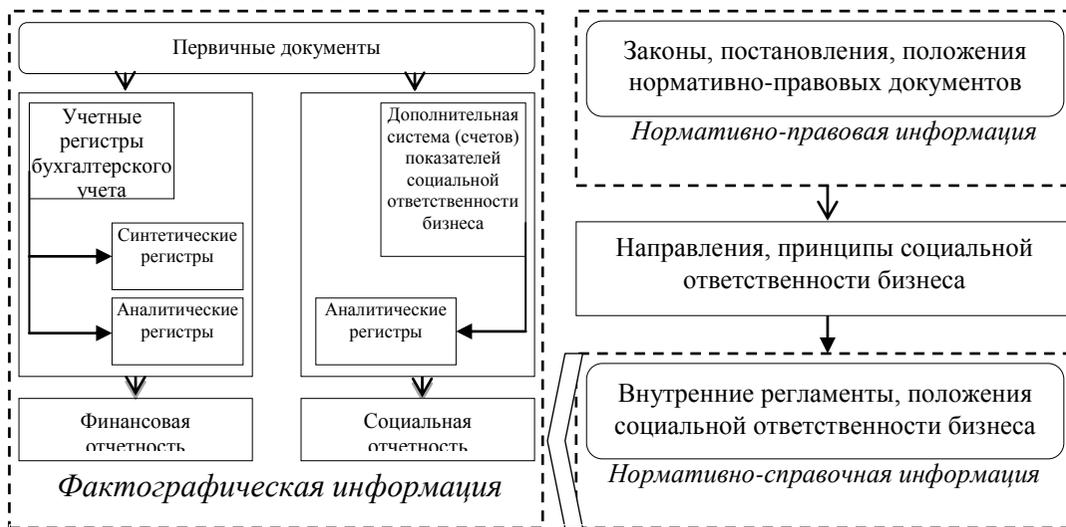


1 подход

использование дополнительной системы аналитических счетов (показателей) для корректировки данных о социальной ответственности

3 подход

создание отдельного локального участка по формированию финансовых и нефинансовых показателей социальной ответственности



2 подход

использование двух систем аналитических счетов (показателей) социальной ответственности на основе единых первичных документов

Рисунок 3.6 – Порядок формирования информационного массива данных для составления финансовой и социальной отчетности при применении субъектами хозяйствования «Смешанной модели» (авторская разработка)

Порядок формирования информационного массива данных для составления финансовой и социальной отчетности при использовании субъектом хозяйствования «Абсолютной модели» представлен на рисунке 3.7.

В процессе исследования установлено, что вторая модель организации информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса с созданием отдельного локального участка по формированию финансовых и нефинансовых показателей социальной ответственности является наиболее оптимальной.

Главное преимущество использования заключается в том, что, в конечном итоге, все показатели финансовой и социальной отчетности (речь идет о финансовых показателях) формируются на основе данных бухгалтерской информации, следовательно, нет необходимости корректировать, дополнять или детализировать информацию о социальной ответственности.

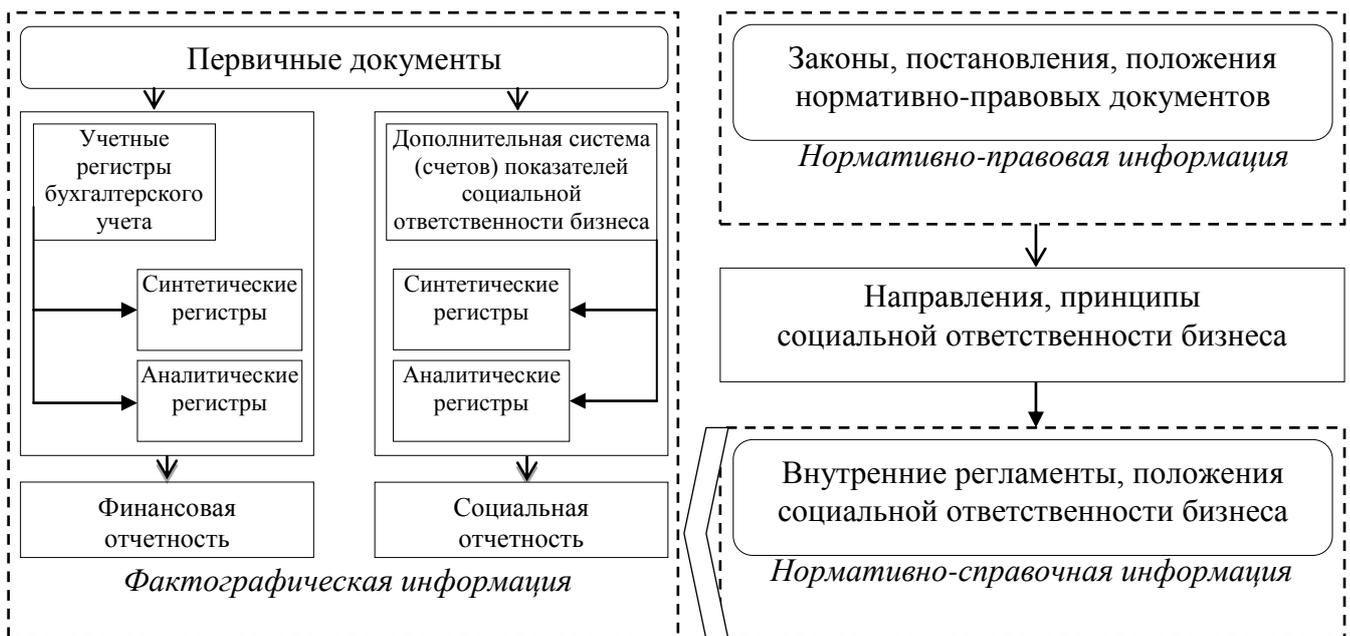


Рисунок 3.7 – Порядок формирования информационного массива данных для составления финансовой и социальной отчетности при применении «Абсолютной модели» (авторская разработка)

Как уже отмечалось, механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса включает три компонента: организационную, техническую и методическую.

Учитывая вышеизложенное, отметим, что организационная компонента во многом предопределяет сущность двух последующих: технической и методической.

Сформированная нами модель организации информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса с созданием отдельного локального участка по формированию финансовых и нефинансовых показателей социальной ответственности обуславливает необходимость разработки методических подходов, позволяющих четко выделить объекты социальной ответственности.

Методическая стадия реализации механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса заключается в следующем.

При разработке методической стадии важно четко разграничить смысловые нагрузки применяемых терминов, что позволит уйти от ошибочных представлений и подтвердить логику её формирования.

Зачастую термин «методика» подменяется понятием «технология», тогда как последнее представляет собой совокупность сведений об организации сбора и систематизации информации, описание этих сведений в виде регламента технологического процесса обработки информации.

В отличие от этого толкования, методика представляет собой совокупность способов и приемов выполнения работ, связанных общностью решаемой задачи, которая выполняет роль методической инструкции – организационного документа, вступающего в юридическую силу с момента утверждения.

В основу формирования любой методики (в том числе и исследуемой нами) должна быть положена система принципов. Анализ подходов к разработке методик информационного обеспечения позволил нам выделить основополагающие принципы, на которых они базируются:

- целенаправленность – ориентация на подготовку информации для принятия управленческих решений конкретными пользователями;
- системность – представление в методике объектов как системы;

- комплексность – возможность реализации методики на всех уровнях управления;
- унификация – формирование типовых элементов описания методики;
- стандартизация – установление комплекса норм, требований к методике;
- унификация проектных решений – исключение дублирования элементов описания методики на основе ее типизации.

Следует отметить, что процесс разработки методики формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса должен быть четко и поэтапно смоделирован. Каждый из этапов моделирования должен быть описан и охарактеризован таким образом, чтобы являться логической основой для реализации следующего этапа. Этапы разработки методики формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса представлены на рисунке 3.8.

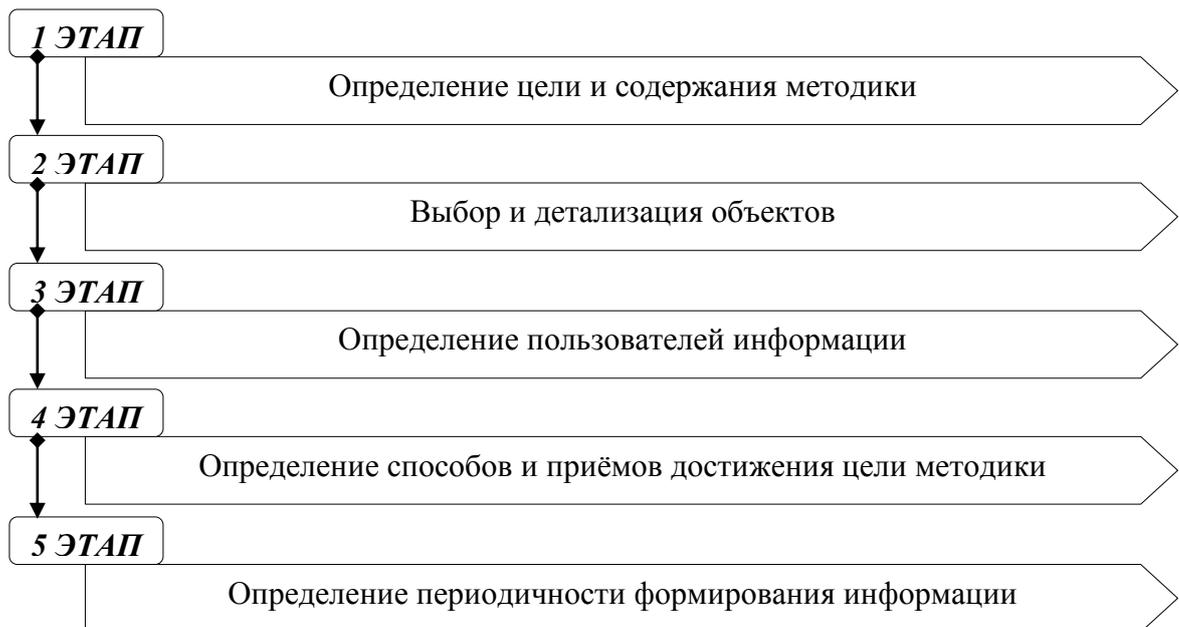


Рисунок 3.8 – Этапы разработки методики формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

Основными элементами методики формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, исходя из вышеприведенных этапов, являются следующие: цель и содержание методики; объекты; пользователи информации; способы и приемы формирования информационного

обеспечения; периодичность формирования информации. Рассмотрим указанные элементы методики формирования информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса.

1. Цель методики формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Концентрирование внимания работников бухгалтерии и структурных подразделений на накоплении информации о социальной ответственности должно быть приоритетным, поскольку правильное и своевременное формирование, представление такой информации повышает имидж и значимость субъекта хозяйствования не только для работников, но и для общества.

В общем виде формирование информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса направлено на процесс адаптации деятельности предприятия к международным стандартам социальной ответственности.

В свою очередь, целью методики формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса является формирование достоверной, своевременной и полной информации, которая может быть полезной для различных направлений социальной ответственности и для разработки, принятия обоснованных управленческих решений, направленных на максимальное согласование интересов субъекта хозяйствования и заинтересованных сторон.

2. Объекты социальной ответственности бизнеса.

В условиях значительных пробелов в регламентации социальной ответственности бизнеса со стороны государственных органов, но активного развития практики взаимодействия предпринимательских и властных структур в Донецкой Народной Республике, большое значение будут иметь законодательные инициативы именно со стороны субъектов хозяйствования, которые, по нашему мнению, будут основываться на практике осуществления расходов на социальную ответственность бизнеса.

В действующей практике ведения учёта расходы на социальную ответственность бизнеса не отражаются отдельно, а только в совокупности

соответствующих расходов (административных, общепроизводственных и т.д.). Отсюда следуют недостатки такого порядка ведения учета: снижение эффективности управления социальной ответственностью предприятия из-за отсутствия достоверной информации о ней; снижение достоверности социальной отчетности предприятия.

В основу формирования расходов на социальную ответственность бизнеса необходимо положить структуру и содержание информационных потоков и классификацию расходов на социальную ответственность, которая была представлена нами в приложении Л.

Стоит еще раз подчеркнуть, что рассмотренная классификация расходов базируется на следующем принципе: различные расходы – для разных направлений социальной ответственности. Однако для информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса особое значение имеет классификация расходов не только по экономическим элементам, но и по другим классификационным признакам.

Результаты анализа мнений ученых и специалистов, которые занимаются изучением проблем классификации расходов на социальную ответственность бизнеса, позволяют утверждать, что данному вопросу в специальной экономической литературе уделено недостаточно внимания. Так, в таблице 3.4 систематизированы классификационные признаки расходов, связанных с проведением социальных программ и мероприятий предприятиями, в работах ученых.

Таблица 3.4 – Классификационные признаки расходов, связанных с проведением социальных программ и мероприятий предприятиями, в работах ученых
(составлено автором)

Классификационный признак	Автор	Чебан Ю.Ю. [182]	Юрченко О.В. [188, с. 267]	Лень В.С. Крот Ю.В. [110, с.307]	Папула О.И. [137, с. 16]
1	2	3	4	5	
По обязательности осуществления	+			+	

Продолжение таблицы 3.4

1	2	3	4	5
По степени (уровню) государственного регулирования	+	+	✓	+
В зависимости от направлений социальной ответственности	+			✓
По источникам покрытия		+		✓
По функциональному назначению		+		
По календарному периоду		+		
По сфере управления		+		
По отношению к законодательству			+	
По связи с коммерческой деятельностью			+	
В зависимости от необходимости в сертификации			+	
По месту осуществления расходов			+	✓
В зависимости от отображения в бухгалтерском учете			+	
В зависимости от вида деятельности		✓	+	
В зависимости от производства		✓	+	✓
В зависимости от возмещения			+	
В зависимости от получения будущих выгод			+	
В зависимости от продуктивности			+	
В зависимости от участия в создании добавленной стоимости				+
По отношению к предприятию				+

Примечание: (+) – классификационные признаки идентичны по названию в работах авторов,
 (✓) – классификационные признаки одинаковы по содержанию в работах авторов

При проведении анализа работ, посвященных классификации расходов, связанных с проведением социальных программ и мероприятий, установлено, что существует ряд классификационных признаков, которые одинаковы по содержанию в работах авторов.

Речь идет о таких классификационных признаках: степень (или уровень) государственного регулирования, зависимость от направлений социальной ответственности бизнеса, источники покрытия, место осуществления расходов, зависимость от вида деятельности, зависимость от производства.

Проанализировав существующие варианты классификации, считаем целесообразным уточнить ее путем дополнения новыми признаками, которые приведены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Классификационные признаки расходов на социальную ответственность бизнеса (составлено автором)

Признак		Классификация	
1		2	
1	По целесообразности осуществления	1.1	<u>Продуктивные</u> Расходы, предусмотренные рациональной организацией ведения социально ответственной деятельности
		1.2	<u>Непродуктивные</u> Расходы, возникающие вследствие несовершенства организации социальной ответственности бизнеса, что влечет за собой необходимость дополнительных источников их покрытия
2	В зависимости от планов предприятия	2.1	<u>Запланированные</u> Расходы, предусмотренные планами проведения социальных программ и мероприятий
		2.2	<u>Незапланированные</u> Расходы, не предусмотренные планами проведения социальных программ и мероприятий
3	По периодичности возникновения	3.1	<u>Разовые</u> Расходы, которые осуществляется предприятием единоразово
		3.2	<u>Периодические</u> Расходы, которые осуществляются предприятием многократно в течение определенного периода
		3.3	<u>Текущие</u> Расходы, которые осуществляется предприятием на протяжении всего периода деятельности
4	В зависимости от реальности осуществления	4.1	<u>Действительные</u> Расходы в качестве уплаты денежных средств или выбытие других активов предприятия
		4.2	<u>Возможные</u> Расходы, связанные с потерей выгоды, когда финансирование одного направления социально ответственной деятельности требует отказаться от реализации другого.
5	В зависимости от эффективности осуществления	5.1	<u>Эффективные</u> Расходы, в результате осуществления которых наблюдается эффект (в большей степени социальный)
		5.2	<u>Неэффективные</u> Расходы, в результате осуществления которых не наблюдается эффект (в большей степени социальный)

Учитывая тот факт, что классификация расходов должна напрямую зависеть от цели, для которой она разрабатывается (в частности, для эффективной реализации функций управления, удовлетворения информационных потребностей управленческого персонала предприятия и т.д.), рассмотрение расходов на

социальную ответственность в контексте предложенных классификационных признаков позволит:

- эффективно управлять расходами на социальную ответственность;
- осуществлять комплексный анализ расходов на социальную ответственность;
- формировать достоверную, детализированную информацию для реализации социальных программ, мероприятий и составления социальной отчетности.

Исходя из того, что состав расходов на социальную ответственность бизнеса не может быть идентичным для всех предприятий (например, для предприятий угольной промышленности и предприятий сферы услуг), администрация предприятия должна постоянно владеть информацией о составе указанных расходов для принятия своевременных и эффективных управленческих решений.

Анализ расходов на социальную ответственность, в рамках предложенных классификационных признаков обеспечит полноту информации о проводимых социальных программах.

В свою очередь, универсальность предложенных признаков позволит классифицировать указанные расходы по нескольким критериям, что усилит контроль управленческого персонала за их осуществлением.

3. Пользователи информации.

Особенности организационной и рассмотренные выше элементы методической компоненты механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса предполагают изучение движения информационных потоков между заинтересованными сторонами.

Так, в таблице 3.6 приведены примеры нормативно-справочной и фактографической информации относительно социальной ответственности бизнеса в разрезе основных внутренних пользователей информации.

Таблица 3.6 – Нормативно-справочная и фактографическая информация в разрезе основных внутренних пользователей информации (составлено автором)

Пользователи информации	Нормативно-справочная информация	Фактографическая информация
1	2	3
Руководство и менеджеры предприятия	Приказы, распоряжения, положения, направленные на регламентацию социально ответственной деятельности	Отчёты о результатах и эффективности проведения и реализации социальных программ и мероприятий.
Планово-экономический отдел	Действующие нормы и нормативы. Положения о ценообразовании. Регламенты проведения социальных программ и мероприятий.	Информация о возможной экономии материальных ресурсов и денежных средств. Рекомендации по расчёту цены, оплаты труда и т.д.
Производственный отдел	Действующие нормативы и регламенты калькулирования стоимости товаров, работ, услуг	Информация о целесообразности изменения норм, нормативов при калькулировании себестоимости
Отдел кадров	Положения о продолжительности рабочего дня, повышении квалификации кадров. Штатное расписание.	Расчёты по целесообразности повышения квалификации, созданию новых рабочих мест, оптимизации штатного расписания
Отдел труда и заработной платы	Положения об оплате труда, премировании работников, материальной помощи для отдельных групп работников	Расчёты по совершенствованию оплаты труда, премирования, материальной помощи, оптимизации штатного расписания
Отдел снабжения	Регламенты заключения и исполнения договоров с поставщиками.	Отчёты о расходах на решение споров с заинтересованными сторонами по поводу поставок товаров, работ, оказания услуг
Отдел сбыта	Регламенты заключения и исполнения договоров с поставщиками. Положение об обеспечении гарантийных обязательств.	Информация о расчётах по совершенствованию гарантийного и послепродажного обслуживания. Расчёты по целесообразности реализации продукции отдельным покупателям.
Отдел маркетинга	Положения и регламенты проведения маркетинговых исследований.	Отчёты о расходах на проведение маркетинговых исследований относительно потребностей и ожиданий потребителей.
Отдел охраны труда и экологии	Действующие нормы и нормативы. Положение об охране труда на рабочем месте. Регламенты проведения экологических программ и мероприятий.	Информация о результатах внедрения природоохранных и ресурсосберегающих технологий. Информация о расчётах по совершенствованию системы охраны труда на рабочем месте.
Отдел контроллинга	Регламенты формирования типовых подконтрольных показателей социальной ответственности бизнеса	Отчёты об эффективности проведения и реализации социальных программ и мероприятий.

В свою очередь, основным источником информации для внешних пользователей является социальная отчетность, интересы к которой со стороны внешних заинтересованных сторон следующие:

- со стороны государственных органов – интересы, связанные с отношением к субъекту хозяйствования как к налогоплательщику и субъекту реализации государственной социальной политики;
- со стороны инвесторов и кредиторов – интересы, связанные с необходимостью оценки рациональности, целесообразности и эффективности социальных мероприятий, которые осуществляются предприятием. В первую очередь, имеет значение информация, которая используется при расчете показателей финансового анализа: структура задолженности и структура активов предприятия;
- со стороны средств массовой информации, общественных, правозащитных организаций – интересы, связанные с получением информации о значимости предприятия для общества, улучшении социальной инфраструктуры, трудоустройстве различных слоев населения, осуществлении социальных, благотворительных мероприятий, защите своих работников;
- со стороны клиентов, жителей прилегающих территорий – интересы, связанные с получением информации об отношении предприятия к своим работникам, клиентам и обществу в целом.

4. Способы и приёмы формирования информационного обеспечения

Рассматривая данный элемент методической компоненты механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, отметим, что он, в большей степени, касается фактографической информации, а, следовательно, речь должна идти, прежде всего, об элементах метода бухгалтерского учёта (документации и инвентаризации, оценке и калькуляции, счетах и двойной записи, балансе и отчетности).

В целом все элементы метода бухгалтерского учета реализуются при накоплении информации о социальной ответственности предприятия. Однако в полной мере реализация таких элементов метода бухгалтерского учета, как

калькуляция, бухгалтерский баланс и бухгалтерская отчётность, не обусловлена спецификой объектов социальной ответственности бизнеса.

В этой связи обращает на себя внимание схема регистрации фактов хозяйственной жизни, предложенная Сунгатуллиной Р.Н. и Хузиным А.Р. [165], которая рассматривается авторами как совокупность последовательного применения оценки, классификации и моделирования, реконструкции фактов хозяйственной жизни (рис. 3.9).



Рисунок 3.9 – Схема регистрации фактов хозяйственной жизни [165, с. 5]

Представленная схема регистрации фактов хозяйственной жизни подтверждает логику исследования в рамках организационной стадии реализации механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса: информация отражается в первичных документах, накапливается, систематизируется и преобразуется в показатели отчётности.

Следовательно, для разработки способов формирования исследуемого информационного обеспечения определяющее значение имеет классификация и оценка расходов на социальную ответственность бизнеса, совершенствование которых позволит предоставить более детализированную и полную информацию для реализации таких элементов метода бухгалтерского учета, как бухгалтерский баланс и бухгалтерская отчетность.

5. Периодичность формирования информации.

Для определения периодичности формирования информации необходимо учитывать, являются ли расходы по направлениям социальной ответственности обязательными или нет. В первом случае периодичность учетных процедур регламентирована (например, начисление заработной платы в конце месяца и т.д.), во втором – происходит по мере проведения социальных программ и мероприятий.

Дополнительно необходимо учитывать тот факт, что руководители структурных подразделений могут запросить у менеджера другого подразделения, работников бухгалтерии любую информацию в соответствии со своими представлениями о необходимости в ней.

Все элементы методической компоненты механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса обуславливают необходимость рассмотрения техники формирования такого информационного обеспечения, которая, по нашему мнению, предусматривает технологию обработки данных и составления отчетной информации, а также другие виды работ.

Техническая стадия реализации механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса состоит в следующем.

Характеристика элементов техники формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса рассмотрена в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Характеристика элементов техники формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса
(авторская разработка)

Элемент техники	Характеристика элемента
1	2
Технология обработки данных (последовательность фиксации, сбора, обработки информации)	Фиксация финансовых и нефинансовых показателей социальной ответственности производится в носителях учетной (накладные, счета на оплату услуг и т.д.), отчетной (финансовая, налоговая, социальная, статистическая отчетность), неучетной (договора, справки и т.д.), фактографической информации. Сбор и обработка информации производится при помощи необходимого программного обеспечения,

Продолжение таблицы 3.7

1	2
	<p>которое позволяет одновременно вести бухгалтерский (управленческий) учет, а руководство имеет возможность оперативного доступа к информации для принятия управленческих решений. Особое внимание должно уделяться регистрам бухгалтерского учёта по счетам расходов на социальную ответственность и соответствующим аналитическим ведомостям.</p>
<p>Технология формирования отчётной информации (в т.ч. социальной отчётности)</p>	<p>Составление социальной отчетности не регламентируется законодательством, в связи с этим технология составления такой отчётности полностью зависит от специфики деятельности субъекта хозяйствования. Для достижения высокого качества отчётности необходимо заблаговременное проведение большого объёма подготовительных работ. В частности, процесс составления социальной отчётности условно можно разделить на два этапа:</p> <ul style="list-style-type: none"> – первый этап - подготовительная работа; – второй этап - непосредственное заполнение отчетности. <p>Подготовительные работы, в свою очередь, можно разделить на 3 части: разработка плана работы по составлению отчётности; инвентаризация расчетов с кредиторами, инвентаризация расходов и т.д.; формирование взаимосвязи между показателями финансовой и социальной отчётности и т.п.</p>
<p>Другие виды работ</p>	<p>Другие виды работ, непосредственно связанные с проведением социальных программ и мероприятий, которые обусловлены спецификой деятельности субъекта хозяйствования.</p> <p>Сюда можно отнести, при необходимости, порядок проведения инвентаризации для правильности отображения расходов на социальную ответственность бизнеса и т.д.</p> <p>При инвентаризации расчетов всем кредиторам предприятие направляет выписки или акты сверки задолженности о состоянии расчетов, которые предъявляются инвентаризационной комиссии для подтверждения реальности задолженности. Контрагенты подтверждают задолженность или отрицают.</p> <p>Оформляются результаты инвентаризации расчетов с кредиторами в форме Акта инвентаризации расчетов с покупателями, поставщиками и прочими дебиторами и кредиторами.</p> <p>При инвентаризации расходов арифметически проверяются суммы расходов, необходимых для проведения социальных мероприятий для работников.</p> <p>Расхождения фактических данных с данными, отраженными в учете, приводятся в сличительной ведомости результатов инвентаризации расходов.</p>

Итак, реализация механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса позволит учитывать, что целью хозяйствования субъектов предпринимательства является не только получение

прибыли, но и достижение социальных целей: как в отношении собственных работников, так и относительно общества в целом.

Формирование информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса позволит уменьшить конфликт между экономическими и социальными целями хозяйствования в условиях построения социально ориентированной рыночной экономики, при которой обязательным является сочетание принципов рыночной экономики и социальной ответственности.

Реализация разработанного механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса позволит четко определить состав, структуру и содержание информационных потоков, а также направления их движения между структурными подразделениями предприятия, что невозможно без разработки соответствующего стандарта.

Внедрение в практику работы отечественных предприятий внутрифирменного стандарта «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса» позволит избежать субъективизма при формировании информации о социальной ответственности.

Предлагаемый нами внутрифирменный стандарт «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса» (приложение У) подготовлен на основе международных стандартов социальной ответственности бизнеса. Целью стандарта является установление единого внутрифирменного подхода к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Структура разработанного стандарта включает такие разделы, как общие положения, основные термины и определения, сущность внутрифирменного стандарта и приложения.

В разделе «Общие положения» раскрываются цель и задачи стандарта, необходимость его использования, значение, сфера его применения и срок действия, а также его взаимосвязь с действующими нормативами и стандартами, на основании которых был разработан данный внутрифирменный стандарт.

Стандарт содержит перечень терминов, включающих понятие «документ», «документограмма», «маршрутная карта», «информация», «информационное обеспечение системы социальной ответственности бизнеса», «социальная отчетность».

В третьем разделе внутрифирменного стандарта раскрывается основное содержание стандарта, а именно:

- принципы формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;
- факторы, влияющие на формирование методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;
- основные этапы процесса формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;
- элементы методик формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса;
- методика накопления и систематизации информации о социальной ответственности перед работниками и порядок отражения информации в отчетности;
- методика накопления и систематизации информации о социальной ответственности перед обществом и порядок отражения информации в отчетности.

Четвертый раздел содержит приложения к внутрифирменному стандарту, в которых приводится структура расходов на социальную ответственность перед работниками и обществом, графики периодичности формирования информации о социальной ответственности предприятия, техника формирования информации о социальной ответственности бизнеса, маршрутные карты потоков информации в разрезе объектов социальной ответственности бизнеса, документограммы процесса принятия решения.

При этом главной особенностью разработанного стандарта является комплексность и направленность на регламентацию и унификацию подхода не только к формированию информационного обеспечения, но и к порядку

отражения информации в отчетности, что позволит повысить качество реализации функций субъектов управления предприятием.

Таким образом, в результате исследования разработан механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, который базируется на последовательной реализации трёх стадий: организационной, технической и методической, позволяющих оптимизировать процесс формирования и передачи заинтересованным сторонам достоверной и непредвзятой информации о социальной ответственности предприятия.

3.3 Модель взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности как основа развития бизнеса

Составление и представление социальной отчетности на данном этапе развития экономики Украины, Российской Федерации, Донецкой Народной Республики не является обязательным в отличие от финансовой отчетности.

Вместе с тем, итогом формирования информационных потоков о социальной ответственности предприятия, которые были рассмотрены нами ранее, должно быть отражение объектов соответствующего информационного обеспечения в социальной отчётности, что обуславливает её принципиальные отличия от финансовой отчетности, которые представлены в таблице 3.8, и имеет важное значение для разработки модели взаимосвязи показателей.

Таблица 3.8 – Сравнительная характеристика финансовой и социальной отчетности (составлено автором)

Критерий	Финансовая отчетность	Социальная отчетность
1	2	3
<i>Пользователи</i>	Внутренние и внешние	Преимущественно внешние
<i>Направленность информации, представленной в отчётности</i>	Абстрактная (на все группы заинтересованных сторон)	Конкретная (на определенные группы заинтересованных сторон)

1	2	3
<i>Цель составления</i>	Информирование о финансовом состоянии и финансовых результатах деятельности	Информирование о результатах и состоянии проведения социальных программ и мероприятий
<i>Содержание отчетности</i>	Экономические показатели деятельности (достигнутые экономические результаты)	Экономические, социальные, экологические последствия деятельности (достигнутые результаты, стратегические и тактические планы на будущее)
<i>Степень открытости информации</i>	Ограничена (кроме опубликованной финансовой отчетности)	Отчетность открыта для широкой общественности
<i>Необходимость представления</i>	Обязательная	Добровольная
<i>Уровень ответственности за составление отчетности</i>	Согласно действующему законодательства	Не определена действующим законодательством
<i>Учетные измерители</i>	Денежные	Денежные, натуральные, трудовые
<i>Уровень регулирования</i>	Национальное законодательство и международные нормы	Международные нормы
<i>Периодичность составления отчетности</i>	Установлена строгая периодичность, сроки и адреса подачи отчетности	Нет строгих требований

Отражая экономические, экологические, социальные результаты взаимодействия субъекта хозяйствования и общества в социальной отчетности, прежде всего, необходимо четко определить, каким качественным характеристикам она должна соответствовать, какие принципы должны быть положены в основу ее составления. Выделение и классификация общих принципов составления отчетности, в том числе и социальной, является предметом дискуссий на протяжении уже длительного периода времени. В экономической литературе нет достаточно четкого выделения принципов составления социальной отчетности, зачастую они отождествляются с принципами социально ответственной деятельности.

Звонарь В.П. выделяет такие базовые принципы составления социальной отчетности, как точность, объективность, однозначность критериев, публичность [83, с. 126].

В свою очередь, Герасименко О., а также Король С.Я. выделяют следующие принципы составления социальной отчетности: полнота, контекст устойчивого развития, значимость, точность, сопоставимость, объективность, своевременность и т.д. [96]

Сорокина Е.М., соглашаясь с Шигаевым А. И., принципы составления социальной отчетности делит на 3 группы:

- фундаментальные (релевантность, правдивое представление, адресность);
- усиливающие (сравнимость, проверяемость, своевременность, понятность, существенность);
- ограничивающие (этичность, конфиденциальность, рациональность) [157].

Парушина Н.В. и Баркова Т.А. [136] предлагают несколько иные классификационные признаки принципов формирования социальной отчетности. Авторы исходят из позиций, связанных с качеством, доступностью, требованиями к процессу подготовки и содержанию отчетов. Эти принципы имеют специфическое содержание. К ним относятся:

- системообразующие принципы подготовки отчета (открытость, вовлечение заинтересованных сторон, верифицируемость);
- принципы, определяющие содержание отчета (полнота, значимость, контекст устойчивого развития, экономика + экология + социальная сфера);
- принципы, относящиеся к качеству и достоверности отчета (точность, объективность, сопоставимость);
- принципы, относящиеся к доступности отчета (ясность, своевременность).

Анализ мнений ученых позволил нам констатировать, что принципы составления социальной отчетности ошибочно отождествляются с качественными характеристиками отчетности. Именно качественные характеристики отчетности позволяют сформировать полную информацию заинтересованных сторон.

В результате исследования мы пришли к выводу, что в социальной отчетности отражается информация о финансовых и нефинансовых результатах деятельности компаний. В этой связи, социальная отчетность с одной стороны должна соответствовать качественным характеристикам финансовой отчетности,

а, с другой стороны – соответствовать специфическим качественным характеристикам.

В МСФО определены четыре основные качественные характеристики финансовой отчетности: понятность, уместность, надежность и сопоставимость.

Рассмотрим представленные качественные характеристики применительно к раскрытию показателей финансового характера в социальной отчетности (приложение Ф). Раскрытие показателей финансового характера в социальной отчетности происходит одновременно с представлением нефинансовой информации, следовательно, возникает необходимость в определении ряда специфических качественных характеристик, которым должна соответствовать информация в социальной отчетности

Нами сформированы специфические качественные характеристики социальной отчетности:

- понятность для заинтересованных пользователей (информация в социальном отчете должна быть представлена в максимально понятном виде для пользователей отчетности, а также больше ориентироваться на тех пользователей, взаимодействие с которыми находится на этапе активного развития);
- репрезентативность информации о социальной ответственности (социальный отчет должен содержать надежную и объективную информацию, которая представлена в надлежащем контексте, отражать не только показатели отдельно взятого субъекта хозяйствования, но и его вклад в изменение экономических, экологических и социальных условий на местном, региональном и глобальном уровнях);
- сопоставимость информации (пользователи социального отчета должны иметь возможность сравнивать информацию отчетов за разные отчетные периоды, планируемые и фактические показатели и т.п.)

Для того чтобы социальная отчетность соответствовала указанным качественным характеристикам необходимо определить перечень финансовых

показателей и содержание нефинансовой информации для отражения в социальной отчетности.

В настоящее время ученые [96; 146] выделяют 3 формы социальной отчетности: стандартизированный отчет (основывается на стандартах AA 1000, SA 8000, GRI и т.д.); комплексный отчет (метод Triple Bottom-Line, метод Лондонской группы сравнительного анализа (London Benchmarking Group), метод группы корпоративного гражданства (Corporate Social Citizenship и т.п.); свободная форма социального отчета.

Составление стандартизированного или комплексного социального отчета является наиболее предпочтительным для заинтересованных сторонам (в отличие от свободной формы социальной отчетности), так как служит информационным отражением результатов деятельности в сфере корпоративной ответственности и формируется на основе внутренней и внешней отчетности, которая в преобладающем большинстве прошла аудиторскую проверку.

Самой распространенной формой социальной отчетности является свободная форма. Следует отметить, что она часто сводится к выпуску красочных буклетов о благотворительных программах, поддержке образования, здравоохранения, культуры и спорта и т.п. Очевидно, что эта форма удобна для предприятия, но ее недостатком является невозможность верификации отчета, а также сравнение его с социальными отчетами других предприятий.

Анализ исследований, посвященных составлению социальной отчетности [10; 19; 60; 78; 89; 91; 96; 130; 136; 144; 146; 147; 155; 157], позволяет утверждать, что универсального подхода к формированию структуры, содержания социальной отчетности не существует. У авторов нет единого мнения относительно структуры социальной отчетности, не говоря уже взаимосвязи финансовых показателей, которые должны дополнять и детализировать нефинансовую информацию в каждом разделе социальной отчетности.

Учитывая вышесказанное, нами сформирована универсальная структура социального отчета, которая представлена в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Структура и содержание социальной отчетности (авторская разработка)

№	Название раздела	Содержание раздела	Значение раздела
1	2	3	4
1	Философия предприятия	<p><u>Нефинансовая информация</u> Раздел должен отражать нормы поведения в отношениях компании с другими организациями и индивидуумами, миссию и ценности предприятия, направления социальной ответственности и т.д.</p> <p><u>Финансовые показатели</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – экономические результаты деятельности; – общая сумма расходов на социальную ответственность; – общая сумма уплаченных налогов в бюджеты разных уровней и т.д. 	Раскрытие философии предприятия в социальном отчете имеет важное значение для противодействия коррупции, формирования справедливой конкуренции, социально ответственного поведения и уважения к правам собственности.
2	Структура управления и система менеджмента предприятия	<p><u>Нефинансовая информация</u> Раздел должен содержать информацию о структуре аппарата управления предприятия, наличии внутренних кодексов поведения, подходах к определению основных заинтересованных сторон, методах исследования потребностей, ожиданий заинтересованных сторон и т.д.</p> <p><u>Финансовые показатели</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на изучение информационных потребностей заинтересованных сторон; – расходы на решение споров с заинтересованными сторонами и т.д.; 	Представление информации о структуре управления и системе менеджмента предприятия в социальном отчете демонстрирует открытость предприятия для общества, а также желание построить длительные взаимоотношения со всеми заинтересованными сторонами.
3	Экология	<p><u>Нефинансовая информация</u> В разделе должен находиться перечень всех проектов, мероприятий и программ предприятия в экологической сфере, который в полной мере раскрывает ответственность за состояние окружающей среды.</p> <p><u>Финансовые показатели</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на предупреждение загрязнения окружающей среды; – расходы на компенсацию негативных последствий деятельности; – расходы на переработку и утилизацию отходов и т.д. 	Раскрытие информации в данном разделе социального отчета демонстрирует социальную ответственность предприятия в экологической сфере, а также желание принимать активное участие в защите окружающей среды.

Продолжение таблицы 3.9

1	2	3	4
4	Клиенты	<p><u>Нефинансовая информация</u> Раздел должен информировать об основных механизмах контроля качества продукции и услуг, их безопасности, качественного обслуживания клиентов, добросовестной рекламы и маркетинга, ответственности за развитие продукции.</p> <p><u>Финансовые показатели</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на защиту интересов и прав потребителей; – расходы на оценку и повышение качества продукции (работ, услуг); – расходы на гарантийное и послепродажное обслуживание и т.д.; – расходы на проведение маркетинговых исследований и т.д. 	<p>Представление информации в данном разделе демонстрирует важность взаимоотношений с клиентами для предприятия, а также свидетельствует о том, что предприятие учитывает пожелания клиентов и постоянно предпринимает шаги для улучшения качества продукции или услуг.</p>
5	Работники	<p><u>Нефинансовая информация</u> Раздел должен содержать перечень основных социальных программ компании, осуществляемых с целью улучшения условий труда и социальной защиты работников, весь спектр показателей, которые в полной мере раскрывают ответственность предприятия перед своими работниками.</p> <p><u>Финансовые показатели</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на выплату основной заработной платы; – расходы на социальное и пенсионное страхование (государственное и негосударственное); – расходы на повышение квалификации работников и т.д. 	<p>Информирование общественности об ответственности перед своими работниками приведет к формированию позитивного имиджа, как внутри самого предприятия, так и в кругах общественных правозащитных организаций.</p>

1	2	3	4
6	Общество	<p><u>Нефинансовая информация</u> Раздел должен информировать о направлениях социальных программ (мероприятий, проектов) предприятия, которые осуществляется на добровольной основе и об их вкладе в развитие общества, также необходимо представить весь спектр показателей, которые в полной мере раскрывают ответственность предприятия перед обществом.</p> <p><u>Финансовые показатели</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на индивидуальную (самостоятельную) реализацию социальных мероприятий; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с государственными органами; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с другими субъектами хозяйствования; – расходы на инновационные социальные проекты и т.д. 	<p>Раскрытие информации о социальной ответственности перед обществом отражает и укрепляет демократические и гражданские ценности, которых придерживается компания, способствует экономическому и социальному росту отношений в обществе в целом.</p>
7	Перспективы деятельности предприятия	<p><u>Нефинансовая информация</u> В разделе должны найти отражение стратегические цели в области социальной ответственности предприятия, стратегические направления совершенствования взаимодействия предприятия и общества.</p> <p><u>Финансовые показатели</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на исследование микроэкономических параметров; – расходы на привлечение специалистов для проведения необходимых маркетинговых исследований; – расходы на привлечение специалистов и сторонних организаций для проведения семинаров, тренингов и консультаций для определения эффективности различных социальных мероприятий, осуществляемых компанией до и в ходе реализации и т.д. 	<p>Раскрытие информации в данном разделе является важным для дальнейшего взаимодействия со стейкхолдерами, так как представление стратегических целей деятельности дает возможность заинтересованным сторонам приоритетные направления взаимодействия с предприятием.</p>

Информация, представленная в разрезе таких разделов, как «философия предприятия», «структура управления и система менеджмента предприятия», «экология», «клиенты», «работники», «общество», «перспективы деятельности предприятия», охватывает максимальное количество заинтересованных сторон, а также позволяет в полной мере демонстрировать результаты социальной ответственности предприятия в социальной отчетности.

Следует отметить, что в таких разделах социального отчета, как «философия предприятия», «структура управления и система менеджмента предприятия», «перспективы деятельности предприятия» основное внимание необходимо уделить раскрытию нефинансовой информации, так как соответствующие финансовые показатели, находят свое отражение в финансовой отчетности (речь идет об экономических результатах деятельности, общей сумме уплаченных налогов и т.д.).

При раскрытии информации в разделах «экология», «клиенты», «работники», «общество» сконцентрировать внимание необходимо на отражении финансовых показателей, которые бы гармонично дополняли нефинансовую информацию, а также реально отражали результаты социальной ответственности бизнеса. Данная необходимость объясняется тем, что расходы на социально ответственную ответственность не находят своего самостоятельного отражения в формах финансовой отчетности (например, расходы на обучение работников, расходы на проведение социальных мероприятий и т.д.).

В свою очередь, последовательное раскрытие нефинансовой информации с показателями, имеющими финансовый характер, позволит заинтересованным сторонам комплексно проанализировать социальную ответственность предприятия и определить эффект от реализации социальных мероприятий, программ, проектов. При этом необходимо учитывать, что экономические результаты могут приводить как к положительным, так и отрицательным последствиям для общества в целом, и субъекта хозяйствования, в частности. В связи с этим каждому разделу социальной отчетности должно уделяться

достаточное внимание для достижения баланса показателей, имеющих как положительную, так и отрицательную динамику.

Вышесказанное подтверждает необходимость постоянного и полного отражения в соответствующих формах отчетности (как финансовой, так и социальной) результатов и последствий взаимодействия предприятия и общества. Важно отметить, что главное место в социальной отчетности должны занимать показатели социальной ответственности, которые не находят своего самостоятельного отражения в финансовой отчетности.

Наиболее общий подход к взаимосвязи финансовой и не финансовой информации при составлении социальной отчетности представлен на рисунке 3.10.



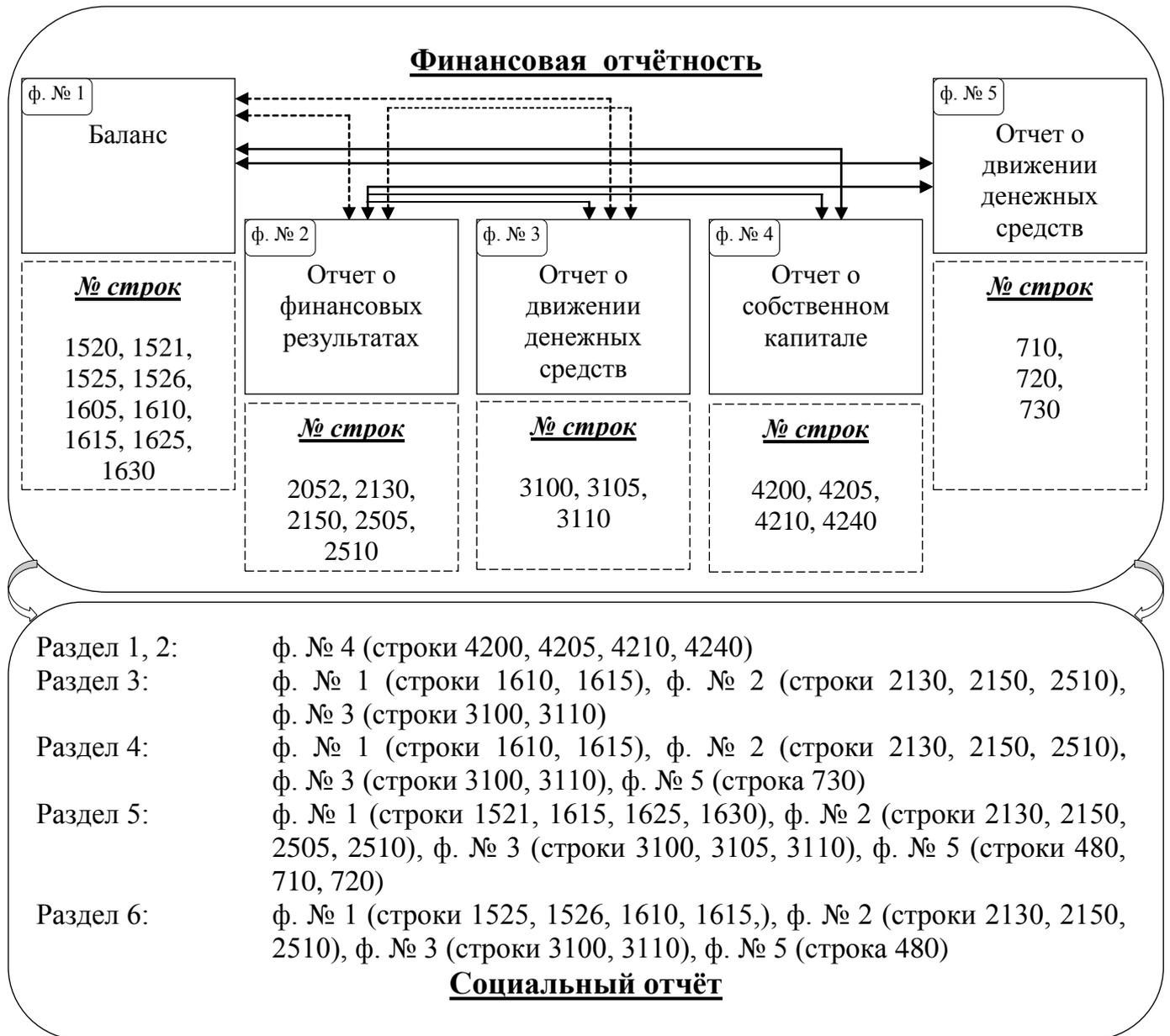
Рисунок 3.10 – Взаимосвязь финансовой и не финансовой информации при составлении социальной отчетности (авторская разработка)

В свою очередь, сложность взаимосвязи финансовых и не финансовых показателей обусловлена тем, что информирование общества предприятиями должно происходить не только в контексте достигнутых экономических результатов, а и в контексте стратегических экономических, социальных и экологических планов и прогнозов. Вследствие этого возникает необходимость унификации и регламентации порядка отражения информации в отчетности (финансовой и социальной), а также взаимосвязи финансовых и не финансовых показателей.

При этом, по нашему мнению, при разработке модели взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, необходимо исходить из того, что развитие социальной ответственности бизнеса приводит к необходимости трансформации как содержания, так структуры финансовой отчетности. В свою очередь, элементы балансовой формулы должны быть раскрыты с учетом своей значимости и важности для социальной ответственности бизнеса:

- 1) активы предприятия необходимо рассматривать как ресурсы, на создание или функционирование которых были понесены определенные расходы в процессе проведения социальных программ и мероприятий, однако их использование в будущем приведет к получению предприятием экономических и социальных выгод;
- 2) под обязательствами следует понимать задолженность предприятия, связанную с проведением социальных программ и мероприятий, погашение которой в будущем приведет к выбытию экономических и социальных выгод;
- 3) капитал предприятия выступает своего рода чистой стоимостью экономических и социальных выгод, как разница между величиной активов и обязательств предприятия.

Исходя из вышесказанного на рисунке 3.11 представлена разработанная нами модель отражения информации в отчетности (финансовой и социальной), а также взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности.



Условные обозначения:

↔ Устойчивая взаимосвязь между показателями финансовой отчётности

↔ Неустойчивая взаимосвязь между показателями финансовой отчётности

Рисунок 3.11 – Модель взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности (авторская разработка)

Согласно разработанной модели:

- в 1 разделе социального отчёта «Философия предприятия» и 2 разделе «Структура управления и система менеджмента предприятия» должны находить своё отражение показатели, перенесенные преимущественно из 4 формы финансовой отчётности «Отчёт о собственном капитале», а именно:

величина выплат дивидендов (строка 4200), величина прибыли, направленной в зарегистрированный капитал (строка 4205), сумма отчислений в резервный капитал (строка 4210), сумма взносов участников в капитал (строка 4240);

– 3 раздел социального отчёта «Экология» содержит показатели, которые связаны с проведением мероприятий по предупреждению загрязнения окружающей среды, по компенсации негативных экологических последствий деятельности, переработке или утилизации расходов:

➤ 1 формы финансовой отчётности «Баланс»: текущая кредиторская задолженность по долгосрочным обязательствам (строка 1610), за товары, работы, услуги (строка 1615);

➤ 2 формы отчётности «Отчёт о финансовых результатах»: административные расходы (строка 2130), расходы на сбыт (строка 2150), отчисления на социальные мероприятия (строка 2510);

➤ 3 формы отчётности «Отчёт о движении денежных средств»: использование денежных средств на оплату товаров, работ, услуг (строка 3100), отчислений на социальные мероприятия (строка 3110);

– в 4 разделе социального отчёта «Клиенты» раскрываются показатели, отражающие величину расходов, связанных со взаимодействием предприятия со своими клиентами (например, расходы на повышение качества продукции, расходы на гарантийное обслуживание):

➤ 1 формы финансовой отчётности «Баланс»: текущая кредиторская задолженность по долгосрочным обязательствам (строка 1610), за товары, работы, услуги (строка 1615);

➤ 2 формы отчётности «Отчёт о финансовых результатах»: административные расходы (строка 2130), расходы на сбыт (строка 2150), отчисления на социальные мероприятия (строка 2510);

➤ 3 формы отчётности «Отчёт о движении денежных средств»: использование денежных средств на оплату товаров, работ, услуг (строка 3100), отчислений на социальные мероприятия (строка 3110);

- 5 формы отчётности «Примечания к годовой финансовой отчётности»: обеспечение будущих расходов на выполнение гарантированных обязательств (строка 730);
- 5 раздел социального отчёта «Работники» содержит показатели, которые связаны с трудовыми отношениями на предприятии, улучшением условий и охраной труда, проведением социальных мероприятий для работников и их семей:
 - 1 формы финансовой отчётности «Баланс»: долгосрочные обеспечения затрат персонала (строка 1521), текущая кредиторская задолженность за товары, работы, услуги (строка 1615), по расчетам по страхованию (строка 1625), расчетам по оплате труда (строка 1630);
 - 2 формы отчётности «Отчёт о финансовых результатах»: административные расходы (строка 2130), расходы на сбыт (строка 2150), расходы на оплату труда (строка 2505), отчисления на социальные мероприятия (строка 2510);
 - 3 формы отчётности «Отчёт о движении денежных средств»: использование денежных средств на оплату товаров, работ, услуг (строка 3100), труда (строка 3105), отчислений на социальные мероприятия (строка 3110);
 - 5 формы отчётности «Примечания к годовой финансовой отчётности»: расходы на содержание объектов жилищно-коммунального и социально-культурного назначения (строка 480), обеспечение выплат отпусков работникам (строка 710), обеспечение будущих расходов на дополнительное пенсионное обеспечение (строка 720);
- в 6 разделе социального отчёта «Общество» раскрываются показатели, связанные с проведением социальных программ и мероприятий для общества:
 - 1 формы финансовой отчётности «Баланс»: целевое финансирование (строка 1525), благотворительная помощь (строка 1526), текущая кредиторская задолженность по долгосрочным обязательствам (строка 1610), за товары, работы, услуги (строка 1615);

- 2 формы отчётности «Отчёт о финансовых результатах»: административные расходы (строка 2130), расходы на сбыт (строка 2150), отчисления на социальные мероприятия (строка 2510);
- 3 формы отчётности «Отчёт о движении денежных средств»: использование денежных средств на оплату товаров, работ, услуг (строка 3100), отчислений на социальные мероприятия (строка 3110);
- 5 формы отчётности «Примечания к годовой финансовой отчётности»: расходы на содержание объектов жилищно-коммунального и социально-культурного назначения (строка 480).

Отметим, что НП (С) БУ 1 «Общие требования к финансовой отчетности» позволяет предприятиям не приводить в своей финансовой отчетности статьи, по которым отсутствует информация (кроме случаев, если такая информация была в предыдущем отчетном периоде), а также добавлять статьи с сохранением их названия и кода строки из перечня дополнительных статей финансовой отчетности. Отсюда следует, что отдельные показатели, которые не находят своего отражения в финансовой отчётности, могут приводиться в социальной отчетности с учетом специфики деятельности предприятия.

На практике это приводит к тому, что у разных предприятий набор показателей в каждой форме финансовой отчетности может отличаться по их количеству. Поэтому важно помнить о праве субъектов хозяйствования самостоятельно формировать перечень статей каждой формы финансовой отчетности с соблюдением их места расположения в форме согласно кодификации строк, которая закреплена в НП (С) БУ 1.

Тем не менее, такая ситуация свидетельствует о том, что между отдельными показателями финансовой отчётности существует как устойчивая, так и не устойчивая взаимосвязь (например, показатели формы № 4 «Отчет о собственном капитале» по состоянию на конец отчетного года в полной мере должны отвечать показателям формы № 1 «Баланс» по состоянию на конец этого же года).

Наибольший интерес у стейкхолдеров предприятия возникает к показателям первых двух форм финансовой отчетности (согласно рисунку 3.11). Однако,

взаимоувязать показатели этих двух форм трудно вследствие того, что в балансе отражаются показатели по состоянию на определенную дату, а в отчете о финансовых результатах показатели за определенный период, что сводит к минимуму возможность сравнить правильность заполнения этих форм отчетности.

В разработанной модели взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности:

1) устойчивую взаимосвязь имеют:

- показатели ф. №1 «Баланс» с показателями ф. №4 «Отчет о собственном капитале» и ф. №5 «Примечания к годовой финансовой отчетности»;
- показатели ф. №2 «Отчет о финансовых результатах» с показателями ф. №3 «Отчет о движении денежных средств», №4 «Отчет о собственном капитале» и ф. №5 «Примечания к годовой финансовой отчетности».

2) неустойчивая взаимосвязь наблюдается между:

- показателями ф. №1 «Баланс» и показателями ф. №2 «Отчет о финансовых результатах» и ф. №3 «Отчет о движении денежных средств»;
- показателями ф. №2 «Отчет о финансовых результатах» и показателями ф. №3 «Отчет о движении денежных средств».

Анализируя информацию, представленную на рисунке 3.11, можно сделать вывод о том, что значительное количество показателей финансовой отчетности, может находить свое отражение в социальной отчетности предприятия. Так, практически во всех разделах социального отчета приводятся показатели из разных форм финансовой отчетности.

Следовательно, возникает необходимость регламентации процесса формирования взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности предприятия, что позволит значительно облегчить их сопоставимость с показателями как других предприятий, так и собственными за разные периоды.

Отметим, что на необходимость унификации и регламентации процесса составления социальной отчетности, ее взаимосвязи с другими формами отчетности предприятия указывали такие ученые, как Е.М. Алигаджиева,

К.В. Безверхий, В.С. Карагод, М.В. Краснова, Л.А. Попов, Н.А. Ракевич, Т.Н. Соловей.

Так, Е.М. Алигаджиева [9] и В.С. Карагод [89] в своих исследованиях исходят из того, что учётная политика предприятия должна отражать бухгалтерскую, налоговую и социальную политику предприятия, так как «... с введением социально ответственного поведения в учетную политику должны быть введены позиции социального учета». Авторами разработана структура и содержание учётной политики предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса, где исследуемой проблематике посвящен 3 раздел, структура которого представлена в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Структура учетной политики социально ответственной компании (фрагмент) [9; 89]

№	Наименование раздела (подраздела) учетной политики
3	Учетная политика для целей социального учета
3.1	Определение зон социальной ответственности
3.2	Группировка и оценка фактов хозяйственной деятельности по ранжированию эколого-социальной направленности (согласно принятых политик) [9]
3.3	Формы документов для внутренней социальной отчетности
3.4	Правила обработки учетной информации
3.5	Порядок контроля за выполнением социальных обязательств
3.6	Другие решения, необходимые для организации социального учета

Алигаджиева Е.М., продолжая исследования в данном направлении [10], предлагает рабочий план счетов бухгалтерского учёта для «...информационного обеспечения процессов управления устойчивым развитием предприятия и формирования корпоративной социальной отчетности». Отметим, что автор отождествляет социальные расходы предприятия с экологическими расходами, вследствие чего сформированный план счетов направлен на учёт «эколого-социальных» расходов предприятия, не отражая всей полноты социальной ответственности предприятия.

В свою очередь, Карагод В.С. [89], рассматривая необходимость внесения изменений в процесс составления социальной отчётности, не уделяет особое внимание взаимосвязи финансовых и не финансовых показателей. При этом

учёным разработан алгоритм формирования социальной отчетности, включающий 10 этапов, позволяющий регламентировать процесс составления такой отчетности.

Заслуживает внимания проект письма-регламента по представлению в отчетности информации о социально активной деятельности экономического субъекта, разработанный Соловей Т.Н. [155]. Проект письма-регламента состоит из шести разделов, пять из которых посвящены отражению в финансовом учете расходов, связанных с социально активной деятельностью, однако вопросы методического характера, связанные с формированием отдельных показателей в финансовой и социальной отчетности, их взаимосвязью и взаимообусловленностью не рассмотрены.

Нельзя не отметить исследование Безверхова К.В. [19], в котором автор разработал форму «Отчета о результатах социальной деятельности предприятия», включающую преимущественно нефинансовые показатели и состоящую из пяти разделов: 1) подходы к организации труда; 2) благотворительная деятельность; 3) права человека; 4) взаимодействие с обществом; 5) ответственность за продукцию.

Краснова М.В. [100] также акцентирует внимание на необходимости четкой регламентации и стандартизации только процесса составления социальной отчетности. В таблице 3.11 представлен фрагмент разработанного автором «Стандарта подготовки социальной отчетности».

В состав стандарта автором включена разработанная форма социальной отчетности, позволяющая установить единый способ изложения информации, что позволит повысить качество социальной отчетности, усилить ее прозрачность и сопоставимость с другими формами отчетности предприятия. Тем не менее, как видно из таблицы 3.11, сам процесс взаимосвязи финансовых и не финансовых показателей автором не рассматривается.

Похожего мнения придерживается Попов Л.А. [144], которым разработаны 3 стандарта, регламентирующих только структуру социальной отчетности предприятия: «Отчет в области устойчивого развития экономики», «Сводная

экологическая отчётность», «Стандарт по составлению социальной отчетности и ответственности». При этом заметим, что сам стандарт рассматривается как форма социального отчёта, а не как документ, унифицирующий и регламентирующий процесс ее составления.

Таблица 3.11 – Структура «Стандарта подготовки социальной отчётности»
(фрагмент) [100]

«Стандарт подготовки социальной отчётности»
<u>1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ</u>
1.1. Периодичность формирования социальной отчетности; 1.2. Краткая характеристика компании, ее стратегия; 1.3. Ключевые показатели эффективности; 1.4. Анализ состава и запросов заинтересованных сторон; 1.5. Принципы обеспечения качества социальной отчетности.
<u>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</u>
2.1. Экономическая результативность; 2.2 Присутствие на рынках
<u>3. РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</u>
3.1. Организация труда, его качественные характеристики; 3.2. Благотворительная деятельность; 3.3. Соблюдение прав человека; 3.4. Взаимодействие с обществом; 3.5. Ответственность за производимую продукцию
<u>4. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</u>
4.1. Экологическая результативность; 4.2. Потребление ресурсов и материалов; 4.3. Охрана и восстановление биоразнообразия; 4.4. Выбросы, сбросы и отходы
<u>5. СТРУКТУРА И ФОРМА ОТЧЁТНОСТИ</u>

Ракевич Н.А. [147] предлагает перегруппировать статьи «Отчета о прибылях и убытках» и «Отчета о движении денежных средств» для четкого выделения экологических и социальных расходов в составе затрат от обычных видов деятельности и прочих расходов. Дополнительно к «Отчету о прибылях и убытках» рекомендуется составлять отчет о распределении полученной прибыли, что и будет свидетельствовать о социальной ответственности предприятия. При этом автор сводит процесс составления социальной отчетности к необходимости регламентации раскрытия информации о социальной ответственности предприятия исключительно в пояснениях к формам отчетности.

Итак, анализируя вышеприведенные мысли ученых, следует отметить, что большинство считает необходимым унифицировать структуру социальной

отчетности и регламентировать исключительно процесс ее составления, в том числе посредством внесения изменений в учетную политику предприятия. При этом, унификация структуры и содержания социальной отчетности должна сопровождаться детальной проработкой структуры показателей, которые не только должны дополнять нефинансовую информацию, а и детализировать необходимую информацию финансового характера посредством взаимосвязи показателей разных форм финансовой отчетности.

Логика рассуждений в данном направлении позволяет сделать вывод о необходимости разработки отдельных методических рекомендаций к взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, а также к порядку отражения информации в социальной отчетности, который выступал бы приложением к разработанному стандарту «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса» (приложение С).

Разработка любых методических рекомендаций, детализирующих и регламентирующих единые требования к раскрытию информации о социальной ответственности предприятия, направлена на обеспечение эффективности работы предприятия, ее адекватности требованиям международных стандартов социальной ответственности бизнеса.

Методические рекомендации к взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, а также к порядку отражения информации в социальной отчетности следует рассматривать как адаптацию международных стандартов социальной ответственности бизнеса к условиям работы отдельного предприятия с учетом специфики его деятельности. В то же время такие методические рекомендации не должны полностью регламентировать порядок составления социальной отчетности, так как это превратит его в механический процесс, не подкрепленный профессиональными суждениями.

Тем не менее методические рекомендации к взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, а также к порядку отражения информации в социальной отчетности должен является частью организационно-распорядительной документации предприятия и направлен на:

- формирование взаимосвязи финансовых и не финансовых показателей, а также порядка отражения информации в социальной отчетности;
- повышение контроля за соблюдением качественных характеристик социальной отчетности предприятия;
- повышение имиджа предприятия в сфере социальной ответственности.

Учитывая вышесказанное, нами разработаны методические рекомендации, цель которого состоит в установлении правил взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, а также порядка отражения информации в социальной отчетности (приложение С).

Структурно разработанные методические рекомендации состоят из следующих разделов: общие положения, показатели финансовой отчетности, источники информации, взаимосвязь показателей финансовой и социальной отчетности.

В первом разделе представлена цель методических рекомендаций, а также акцентировано внимание на обязательности его применения при составлении социальной отчетности.

Показатели финансовой отчетности в разрезе форм, строк и граф приведены во втором разделе разработанных методических рекомендаций.

В третьем разделе приводятся унифицированные формы первичной учетной документации, служащие основанием для отражения в учете расходов на социальную ответственность, а также соответствующие учетные регистры, используемые для регистрации хозяйственных операций, связанных с социальной ответственностью предприятия.

Четвертый раздел посвящен непосредственно описанию взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности в разрезе разделов последней.

Практическая реализация разработанных методических рекомендаций предоставит руководителю возможность принимать необходимые управленческие решения в соответствии с целями предприятия, опираясь как на финансовые, так и нефинансовые показатели деятельности, а также самостоятельно оценить результаты и последствия проведения социальных программ и мероприятий.

Таким образом, в ходе исследования сформирована структура и содержание социальной отчетности, в основе которой лежит последовательное раскрытие информации нефинансового и финансового характера, что способствует получению заинтересованными сторонами необходимого и достаточного объема данных для принятия управленческих решений и расчета эффекта от реализации социальных мероприятий, программ, проектов. В свою очередь, рассматривая необходимость регламентации процесса формирования взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности предприятия и порядка отражения информации в социальной отчетности, разработаны соответствующие методические рекомендации, применение которых направлено на повышение качества информации о социальной ответственности предприятия.

Выводы по разделу 3

В результате совершенствования методических основ развития социальной ответственности бизнеса сформулированы следующие выводы.

1. Усовершенствован методический подход к реализации положений международных стандартов социальной ответственности, основанный на совокупности последовательных действий по формированию: приоритетов развития предприятия, учитывающих направления социальной ответственности бизнеса и позволяющих минимизировать конфликты интересов заинтересованных сторон; взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, способствующей последовательному раскрытию информации нефинансового и финансового характера в социальной отчетности для заинтересованных сторон;
2. Разработан и адаптирован механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, в основу формирования которого положены организационная, методическая и техническая компоненты, позволяющий повысить качество информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, оптимизировать процесс

формирования информации о социальной ответственности предприятия для заинтересованных сторон;

3. Сформирована структура и содержание социальной отчётности, в основе которой лежит последовательное раскрытие информации нефинансового и финансового характера, что способствует получению заинтересованными сторонами необходимого и достаточного объема данных для принятия управленческих решений и расчета эффекта от реализации социальных мероприятий, программ, проектов;
4. Разработан единый подход к формированию информационного обеспечения социальной ответственности на предприятии, практическая реализация которого нашла отражение в разработке внутрифирменного стандарта «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса», направленного на регламентацию и унификацию подхода к формированию информационного обеспечения и к порядку отражения информации, взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности, что позволит оптимизировать процесс принятия управленческих решений, касающихся социальной ответственности предприятия.

Основные результаты исследования представлены в работах [24-27; 39-41; 45; 47; 51; 161].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе комплексного решения проблемы развития социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде сформулированы следующие выводы.

1. Исследованы современные концепции развития общества, позволяющие констатировать, что источником экономического и социального прогресса общества является, прежде всего, человек с присущими ему потребностями, ценностями и интересами. Изучена современная интерпретация концепции «открытого общества» Дж. Сороса, направленная на становление демократического, социального, правового государства посредством согласования интересов предприятий и заинтересованных сторон, что приводит к необходимости переосмысления роли и значения современной предпринимательской среды.

Согласно теории заинтересованных сторон обозначены и систематизированы субъекты социальной ответственности бизнеса, а также проанализированы и сопоставлены их интересы, взносы и стимулы на уровне государства и субъектов хозяйствования. Это позволило обосновать причины конфликтов интересов внутренних и внешних заинтересованных сторон предприятий, которые характеризуются недостаточным уровнем развития социальной ответственности бизнеса и отсутствием понимания потребностей стейкхолдеров в информации о ней.

2. Изучение сущности институционального подхода и особенностей его применения к исследованию социальной ответственности бизнеса, позволило усовершенствовать иерархическую структуру и содержание элементов института социальной ответственности бизнеса. Основу иерархической структуры составили элементы социальной ответственности бизнеса, направленные на формирование норм поведения в предпринимательской среде, основанных на интересах заинтересованных сторон предприятия.

3. Сформирован концептуальный подход к развитию социальной ответственности бизнеса, в основу реализации которого положена разработка методических основ по трем направлениям. Первое реализовано в работе посредством адаптации положений международных стандартов социальной ответственности. В работе определена последовательность реализации комплекса взаимосвязанных действий по выделению приоритетов развития предприятия, учитывающих направления социальной ответственности бизнеса и позволяющих минимизировать конфликты интересов заинтересованных сторон. Второе направление представлено в работе разработкой механизма формирования механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, который обеспечивает с одной стороны мониторинг в осуществлении оценки качества информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, а с другой – оптимизацию процесса формирования информации о социальной ответственности предприятия для заинтересованных сторон. Третье направление концептуального подхода реализовано в работе посредством формирования взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, способствующий последовательному раскрытию информации нефинансового и финансового характера в социальной отчетности для заинтересованных сторон.

4. Обоснованию направлений совершенствования методических основ развития социальной ответственности бизнеса предшествовала оценка её современного состояния на предприятиях региона, что позволило выявить и систематизировать проблемы субъектов хозяйствования при реализации социальных программ (мероприятий, проектов) и при формировании отчётной информации (внутренних аналитических докладах, социальной отчётности).

Сформирована система параметров и критериев, которая положена в основу анкетирования (с применением метода анализа иерархий), при проведении оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона. Основной проблемой современного информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса является

отсутствие механизма его формирования, что послужило основой для совершенствования методических основ формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

5. Усовершенствован методический подход к реализации международных стандартов социальной ответственности бизнеса, основанный на результатах оценки их положений и развития терминологии основополагающих категорий «открытого общества». Реализация методического подхода позволит сформировать приоритеты развития предприятия в условиях социальной ответственности бизнеса, минимизировать конфликты заинтересованных сторон и обеспечит формирование взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности.

6. Разработан и адаптирован механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса, рассматриваемый как совокупность трех основ: теоретической, структурной и процессной. Реализация механизма направлена на унификацию структуры и содержания социальной отчетности и удовлетворение информационных потребностей заинтересованными сторонами.

7. Разработан подход к формированию информационного обеспечения социальной ответственности на предприятии, практическая реализация которого нашла отражение в разработке внутрифирменного стандарта «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса». Главная особенность стандарта заключается в его направленности на регламентацию и унификацию подхода к формированию информационного обеспечения и к порядку отражения информации о социальных программах и мероприятиях, взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности, что позволит оптимизировать процесс принятия управленческих решений, касающихся социальной ответственности предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдильдин, Ж.М. Логико-гносеологический анализ науки. / Ж.М. Абдильдин. – Алма-Ата : Гылым, 1990. – 491 с.
2. Абдулаева, З.З. Благоприятная предпринимательская среда и условия ее формирования в регионе / З.З. Абдулаева // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2011. – № 4 (29). – С. 266-275.
3. Абрамов, М. А. «Открытое общество и его враги» в России. Субъективные заметки / М. А. Абрамов // Путь. Международный философский журнал. – 1994. – № 6. – С. 308-310.
4. Азарян, Е. М., Система управления промышленным предприятием в условиях стратегического партнерства / Е.М. Азарян, М.Д. Крамчанинова. – Донецк: ДонГУЭТ, 2006. – 152 с.
5. Акерлоф, Дж. Spiritus Animals, или как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Дж. Акерлоф, Р. Шиллер. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010. – 273 с.
6. Акимова, И. М. Социальная ответственность среднего и малого бизнеса в Украине / И. М.Акимова, М. Беззубова // Маркетинг в Украине. – 2006. – №3. – с. 20-26.
7. Аленичева, Л.В. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчётов: 2015–2016 годы выпуска / Е. Н. Феоктистова, Л. В. Аленичева, Е. И. Долгих, Г. А. Копылова, М. Н. Озерянская, Н. В. Хонякова. – М.: РСПП, 2017. –136 с.
8. Аленичева, Л.В. Ответственная деловая практика в зеркале отчётности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчётов: 2012–2014 годы выпуска / Л.В. Аленичева, Е.Н. Феоктистова, Н.В. Хонякова, М.Н. Озерянская, Г.А. Копылова. – М.: РСПП, 2015. – 136 с.
9. Алигаджиева, Е.М. Постановка социального учета / Е.М. Алигаджиева // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – №21. – С. 60-67.

10. Алигаджиева, Е.М. Эколого-социальный учет и анализ корпоративной отчетности в условиях МСФО: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Алигаджиева Елена Мурадовна. – Орел, 2010. – 24 с.
11. Алиев, У.Ж. Методология построения общей предметной модели научной дисциплины (к обоснованию теоретической экономики) / У. Ж. Алиев // Актуальные проблемы теоретической экономики. – 2011. – № 3. – С. 7-17.
12. Ангелина, И.А., Рославцева Е.А. Система организации информационного процесса при взаимодействии властных и предпринимательских структур / И.А. Ангелина, Е.А. Рославцева // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 6. – С. 807-811.
13. Андреева, Г. И. К вопросу качества информационного обеспечения анализа хозяйственной деятельности / Г. И. Андреева, А. С. Ярошенко // Эффективная экономика (Электронный научный журнал). – 2013. – № 2.
14. Асаул, А.Н. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / А.Н. Асаул. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2008. – 280 с.
15. Асемоглу, Д. Институты как фундаментальная причина долгосрочного экономического роста / Д. Асемоглу, С. Джонсон, Д. Робинсон // ЭКОВЕСТ. – 2006. – Т. 5. – № 1. – С. 14.
16. Базилевич, В. Д. Метафизика экономики : монография / В. Д. Базилевич, В. В. Ильин. – К. : Знання, 2010. – 619 с.
17. Балабанюк, Ж. М. Взаимосвязь корпоративной социальной ответственности и политики движения персонала организации / Ж. М. Балабанюк // Инновации. – 2012. – № 3. – С. 25-28.
18. Безверхий, К.В. Информационный комплекс учетной системы и отчетности в Украине: монография / Е.В. Безверхий, Т.В. Бочуля. – М.: «Центр учебной литературы», 2014. – 184 с.
19. Безверхий, К.В. Отчетность о результатах социальной деятельности предприятия / К. В. Безверхий // Бизнес-Информ. – 2015. – № 8. – С. 165-174.

20. Безрукова, А.А. Объекты и мотивы социальной ответственности бизнеса / А.А. Безрукова // Социальные технологии: актуальные проблемы теории и практики. Сб. науч. трудов. КПУ. – 2011. – Вып. 49. – С. 30-36.
21. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – М.: Academia, 2004. – 788 с.
22. Березина, А.Ю. Количественная оценка социальной ответственности корпораций / А. Ю. Березина // Вестник Украинской академии банковского дела. – 2012. – № 1 (32). – С. 97-101.
23. Беспалько, В. Ежегодная оценка делового климата в Украине: 2016 год (по результатам национального опроса малого и среднего бизнеса / В. Беспалько, О. Кузякив, Н. Фреик, И. Федец. – К: Агенство США по международному развитию, 2017. – 78 с.
24. Бессарабов, В. О. Взаимосвязь показателей финансовой и социальной отчётности как основа развития менеджмента в условиях социальной ответственности бизнеса / В. О. Бессарабов // Менеджмент и маркетинг: теория и практика: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Чебоксары: ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева», 2018. – С. 219-223.
25. Бессарабов, В. О. Взаимосвязь показателей финансовой и социальной отчётности как основа развития менеджмента в условиях социальной ответственности бизнеса / В. О. Бессарабов // Экономика России: реалии и перспективы развития : материалы междунар. науч. конф. молодых ученых и пре-подавателей вузов. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – С. 158-164.
26. Бессарабов, В. О. Взаимосвязь показателей финансовой и социальной отчётности как основа развития социальной ответственности бизнеса / В. О. Бессарабов // Сборник X Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие российской экономики»: в 5 т. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. – Т.3. – С. 137-140.
27. Бессарабов, В.О. Взаимосвязь показателей финансовой и социальной отчетности как основа развития социальной ответственности бизнеса / В.О.

- Бессарабов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2017. – Том 7. – № 12А. – С. 15-27.
28. Бессарабов, В.О. Институт социальной ответственности бизнеса и его роль в предпринимательской среде / В.О. Бессарабов // Аудиторские ведомости. – 2018. – № 1. – С. 115-122.
29. Бессарабов, В. О. Институт социальной ответственности бизнеса и его роль в развитии предпринимательской среды / В. О. Бессарабов // Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития: Материалы I-й Международной научно-практической конференции. – Донецк, ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – С. 282-286.
30. Бессарабов, В.О. Институт социальной ответственности бизнеса: сущность и значение для развития предприятия / В.О. Бессарабов, С.Н. Петренко // Менеджмент качества и устойчивое развитие в изменяющемся мире: материалы Всероссийской науч.-практ. конференции с международным участием. – Саранск: ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», 2016. – С. 346-350.
31. Бессарабов, В. О. К вопросу об информационном обеспечении системы социальной ответственности бизнеса / В.О. Бессарабов // Вестник Института экономических исследований. – 2017. – № 2 (6). – С. 81-89.
32. Бессарабов, В. О. К вопросу о субъектах в теории стейкхолдеров в условиях развития социальной ответственности бизнеса / В. О. Бессарабов // Анализ состояния и перспективы развития экономики России (АСПРЭК-2018): Материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции (с международным участием):– В 3-х томах. – Том 1. – Иваново: Иван. гос. энерг. ун-т, 2018. – С. 13-15.
33. Бессарабов, В. О. К вопросу о раскрытии информации о социальной ответственности в отчетности предприятия / В.О. Бессарабов, С.Н. Петренко // Торговля и рынок. – 2016. – № 1. – С. 190-197.
34. Бессарабов, В. О. К вопросу о сущности теории стейкхолдеров в условиях социальной ответственности бизнеса / В.О. Бессарабов, С.Н. Петренко //

- European Social Science Journal (Европейский журнал социальных наук). – 2016. – № 6. – С. 46-53.
35. Бессарабов, В.О. К вопросу о сущности социальной ответственности бизнеса / В.О. Бессарабов, С.Н. Петренко // Актуальные проблемы развития экономики современной России: сборник трудов международной научно-практической конференции. – Черкесск: БИЦ СевКавГГТА, 2016. – С. 120-122.
36. Бессарабов, В.О. К вопросу о сущности социальной ответственности бизнеса в контексте необходимости принятия эффективных управленческих решений / В.О. Бессарабов, С.Н. Петренко // Управление предприятием в условиях нестабильности: материалы регион. науч.-практ. интернет-конф. – Донецк: ГО ВПО «ДонГУУ», 2016. – С. 52-54.
37. Бессарабов, В. О. Концепция «открытого общества» как основа развития предпринимательства / В.О. Бессарабов // Вестник НГИЭИ. –2017. – № 12 (79). – С. 87–102.
38. Бессарабов, В. О. Международные стандарты социальной ответственности: преимущества применения отечественными предприятиями / В. О. Бессарабов // Сборник IX Международной научно-практической конференции «Инновационное развитие российской экономики»: в 6 т. – Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2016. – Т.6. – С. 159-162.
39. Бессарабов, В. О. Международные стандарты социальной ответственности: сущность, природа, взаимосвязь / В.О. Бессарабов // Научное обозрение. Серия 1. Экономика и право. – 2016. – №. 5. – С. 57-67.
40. Бессарабов, В. О. Методические подходы к реализации предприятиями положений международных стандартов социальной ответственности бизнеса / В.О. Бессарабов // Торговля и рынок. – 2017. – № 2. – С. 295-302.
41. Бессарабов, В. О. Механизм формирования информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса / В.О. Бессарабов // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления

- и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2017. – № 3. – С. 12-20.
42. Бессарабов, В.О. Оценка состояния и перспектив развития социальной ответственности бизнеса на предприятиях Донецкой Народной Республики / В.О. Бессарабов // Проблемы современной экономики. – 2018. – № 2 (66). – С. 131-135.
43. Бессарабов, В. О. Подход к формированию информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса / В.О. Бессарабов // Сборник научных работ серии «Финансы, учёт, аудит». – 2016. – Вып. 4. – С. 83-98.
44. Бессарабов, В.О. Подходы к диагностике состояния информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса на предприятиях / В.О. Бессарабов // Управленческий учет. – 2018. – № 3. – С. 18-28.
45. Бессарабов, В. О. Преимущества применения международных стандартов социальной ответственности бизнеса отечественными предприятиями / В. О. Бессарабов // Экономика России: реалии и перспективы развития : материалы междунар. науч. конф. молодых ученых и преподавателей вузов. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – С. 323-328.
46. Бессарабов, В.О. Развитие социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде / В.О. Бессарабов // Материалы XIV-й Международной научно-практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы». – Донецк: Изд-во ДонНТУ, 2017. – С. 357-362.
47. Бессарабов, В. О. Развитие социальной ответственности бизнеса как предпосылка формирования взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности / В. О. Бессарабов // Приоритетные векторы развития промышленности и сельского хозяйства: материалы I Международной научно-практической конференции. – Макеевка: ГОУ ВПО Донбасская аграрная академия, 2018. – С. 30-34.

48. Бессарабов, В. О. Расходы на социально ответственную деятельность предприятия: сущность и классификация / В.О. Бессарабов // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2016. – Т. 4. – №. 4. – С. 52-58.
49. Бессарабов, В. О. Социальная ответственность бизнеса и её роль в развитии предпринимательской среды / В. О. Бессарабов // Современные вызовы и реалии экономического развития России: материалы V Международной научно-практической конференции. – Ставрополь: Издательско-информационный центр «Фабула», 2018. – С. 66-67.
50. Бессарабов, В.О. Социальная ответственность предприятия: особенности отражения в отчётности / В.О. Бессарабов // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12 (ч. 4). – С. 900-903.
51. Бессарабов, В. О. Социальная отчетность: сущность и значение для развития социальной ответственности бизнеса / В. О. Бессарабов // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: материалы третьей Международной научно-практической конференции. – Горловка: АДИ ДонНТУ, 2018. – С. 175-183.
52. Бессарабов, В.О. Структура информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса / В.О. Бессарабов // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития: сборник материалов Международной научной конференции молодых исследователей «Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития» (Вектор-2017). – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2017. – С. 84-88.
53. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 272 с.
54. Босак, И.П. Информационное обеспечение управления предприятием: экономический аспект / И.П. Босак, Е.М. Палыга // Региональная экономика. – 2007. – № 4. – С. 193-195.

55. Бусыгин, А.В. Введение в предпринимательство: Книга для тех кто задумывается о создании собственного дела. / А.В. Бусыгин – М.: Бусыгин, 2003. – 228 с.
56. Бычкова, А.Н. Экономический механизм: определение, классификация и применение / А.Н. Бычкова // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2010. – № 4. – С. 37-43.
57. Бычковская, Л. Проблемы и перспективы корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс] / Л. Бычковская // Журнал Житомира. – Режим доступа: <http://zhzh.info/news/2013-02-23-15215> (дата обращения 10.02.2016).
58. Виноградов, Д. А. Российская практика стандартизации в области социальной ответственности бизнеса / Д.А. Виноградов // Проблемы современной экономики. – 2013. – №2 (46). – С.142-145.
59. Виноградская, А.М., Основы предпринимательства: уч. пособие / А.М. Виноградская – К.: Кондор, 2005. – 544 с.
60. Воробей, В.Д. Нефинансовая отчетность: инструмент социально ответственного бизнеса / В.Д. Воробей. – К.: Представительство ООН в Украине, 2010. – 84 с.
61. Ворожбит, О.Ю. Предпринимательская среда как фактор взаимодействия предпринимательских структур / О.Ю. Ворожбит, Н.Ю. Титова // Вестник Пермского университета. Экономика. – 2014. – № 1 (20). – С.134-139.
62. Ворожбит, О.Ю. Структура предпринимательской среды: определяющие факторы / О.Ю. Ворожбит // Вестник ТОГУ. – 2010. – № 4 (19). – С.121-128.
63. Веблен, Т. Теория делового предприятия / Т. Веблен. – М., 2007. – 288 с.
64. Веблен, Т. Теория праздного класса / Т. Веблен. – М., 1984. 202 с.
65. Веселова, Н.Г. Социальное управление и элементы его культуры: Обобщение и рекомендации. / Н.Г. Веселова. – М.: ИД Дашков и Ко, 2002. – 340 с.
66. Вольчик, В.В. Эволюция институтов постиндустриальной экономики в контексте дихотомии Веблена / В.В. Вольчик // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. – Т. 6. – № 2. – С. 53-65.

67. Гальчак, Х. Р. Информационное обеспечение социально ответственного управления предприятием / Х. Р. Гальчак, П. З. Козак // Научные записки Украинской академии книгопечатания. – 2013. – № 4. – С. 46-52.
68. Герасимчук, А.А. Социология / А.А. Герасимчук. – К.: ЭУФИМБ, 2000. – 88 с.
69. Градюк, Н.М. Формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.04 / Наталья Михайловна Градюк. – Львов: ЛКА, 2016. – 231 с.
70. Гражевская, Н. И. Экономические системы эпохи глобальных изменений / Н.И. Гражевская. – К. : Знання, 2008. – 431 с.
71. Грекова, Г.И. Роль корпоративной социальной ответственности в общественном развитии / Г.И. Грекова // Экономика российских регионов: теоретические и практические подходы к решению актуальных проблем развития. Сборник тезисов научно-практической конференции. – В. Новгород, 2011. – С.47-52.
72. Грицина, Л.А. Механизм формирования корпоративной социальной ответственности в управлении предприятием: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.04 / Леся Анатольевна Грицина. – Хмельницкий, 2009. – 20 с.
73. Гришкин, В.О. Социализация экономики Украины: теорія, методологія, перспективи: монографія /В.О. Гришкин. – Днепропетровск: Пороги, 2005. – 498 с.
74. Гуняева, Н. Международные стандарты в области социальной ответственности / Н. Гуняева // Стандарты и качество. – 2004. – № 10. – С. 61-65.
75. Гусар, С.А. Корпоративная предпринимательская среда как совокупность экономических условий развития бизнеса / С.А. Гусар // Статистика и экономика. – 2015. – №5. – С.30-34.
76. Денисенко, М.П. Информационное обеспечение эффективного управления предприятием / М. П. Денисенко, И. В. Колос // Инновации. – 2006. – № 7. – С. 19-24.

- 77.Дзема, А.И. Философско-исторические основания теории «открытого общества» Карла Поппера: дис. ... канд. философ. наук: 09.00.03 / Дзема Алексей Игоревич. – Краснодар, 2005. – 162 с.
- 78.Дипиаза, С.А. Будущее корпоративной отчетности: Как вернуть доверие общества / С.А. Дипиаза. – М.: Альпина Паблшер, 2003. – 212 с.
- 79.Доманчук, Д.П. Информационное обеспечение управления предприятием: экономический аспект / Д.П. Доманчук // Региональная экономика. – 2010. – № 4. – С. 193-195.
- 80.Жиглей, И.В. Бухгалтерский учет социально ответственной деятельности субъектов хозяйствования: необходимость и ориентиры развития: монография / И.В. Жиглей. – Житомир.: ЖДТУ, 2010. – 495 с.
- 81.Жиглей, И.В. Развитие бухгалтерского учета в контексте согласования антагонистических интересов групп заинтересованных лиц / И.В. Жиглей. – Черновцы: Технодрук, 2012. – 248 с.
- 82.Жиглей, И.В. Социально ответственная деятельность: понятие, составляющие и предпосылки отражение в системе бухгалтерского учета / И.В. Жиглей // Проблемы теории и методологии бухгалтерского учета, контроля и анализа. – 2012. – № 3 (24). – С. 170-181.
- 83.Звонарь, В.П. Аутсорсинговая модель реализации корпоративной социальной ответственности / В.П. Звонарь // Демография и социальная экономика: научно-экономический и общественно-политический журнал. – 2009. – № 2 (12). – С. 123-131.
- 84.Ильин, А.В. Институциональные условия становления и развития корпоративной предпринимательской среды в аграрном секторе экономики / А.В. Ильин // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – №12. – С.108-115.
- 85.Ильин, А.В. Формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды в аграрном секторе: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Александр Вячеславович Ильин. – Тамбов, 2012. – 26 с.

- 86.Иноземцев, В. Л. Расколота цивилизация: Наличествующие предпосылки и возможные последствия политэкономической революции / В.Л. Иноземцев. – М.: Academia-Наука, 1999. – 463 с.
- 87.Исследование компании ЕУ и Центра корпоративного гражданства Бостонского колледжа / ЕУ – Бостон: Центра корпоративного гражданства Бостонского колледжа, 2013. – 32 с.
- 88.Кабиров, Ш.О. Формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды унитарного предприятия теория и методология антикризисного управления: : автореф. дис. ... канд. докт. наук: 08.00.05 / Шералишо Олимович Кабиров. – Душанбе, 2012. – 39 с.
- 89.Карагод, В.С. Теория и методология международной системы корпоративной социальной отчетности: автореф. дис. ... докт. экон. наук: 08.00.12 / Карагод Владимир Спиридонович. – М., 2006. – 60 с.
- 90.Келлерман, М. Эффективная реализация реформы предпринимательской среды: роль системы контроля качества. Анализ практического опыта / М. Келлерман, Д. Келлер. – М.: ДКРП, 2015. – 118 с.
91. Колот, А. Корпоративная социальная ответственность, социальная отчетность и аудит как современные институты и технологии социального развития / А. Колот // Украина: аспекты труда. – 2010. – № 3. – С. 3-9.
- 92.Колот А.М. Социальная ответственность: теория и практика развития: монография / А.М. Колот, Е.А. Гришнова. – К.: КНЭУ, 2012. – 501 с.
- 93.Колот, А.М. Социальная ответственность / под ред. А.М. Колота – К.: КНЭУ, 2015. – 519 с.
- 94.Комарницкий, И.Ф. Социальная ответственность бизнеса как инструмент управления современным предприятием / И.Ф. Комарницкий, С.И. Глушко // Экономические науки: сб. науч. тр. Буковинского университета. – 2010. – №. 6. – С. 78-91.
- 95.Корниевский, С. Системный подход к формированию политики комплексного развития регионов / С. Корниевский // Актуальные проблемы государственного управления. – 2014. – Вып. 3. – С. 89-91.

96. Король, С. Я. Нефинансовая отчетность предприятия / С.Я. Король // Вестник КНТЭУ. – 2011. – № 6. – С. 102-113.
97. Король, С. Я. Нормативные документы по социальной ответственности бизнеса / С. Я. Король // Экономика Украины. – 2013. – № 9 (614). – С. 85-96.
98. Корсунов, А. С. Корпоративная социальная ответственность в России: вопросы легитимности / А. С. Корсунов // Вестник РГГУ. – 2008. – №2. – С.64-67.
99. Котлер, Ф. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Ф. Котлер, Н. Ли. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
100. Краснова, М.В. Учетно-методический инструментарий формирования социальной отчетности публичных компаний: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Краснова Мария Вячеславовна. – М., 2013. – 22 с.
101. Кредисов, В.А. Предпринимательство в Украине: сущность, типы и условия формирования / В.А. Кредисов – К.: Знания Украины, 2003. – с. 19.
102. Кужель, В.В. Методический инструментарий системы социальной ответственности бизнеса агропродовольственной сферы / В.В. Кужель // Научный вестник Харьковского государственного университета. Серия Экономические науки. – 2014. – №6. – С. 226-229.
103. Курьянова, С.С. Регулирование корпоративной социальной ответственности на федеральном и региональном уровнях / С.С. Курьянова // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №8. – С.338-340.
104. Кучеренко, В.Р. Экономика и планирование бизнеса. Научное издание / В.Р. Кучеренко, А.И. Бутенко – Одесса, 2004. – 458 с.
105. Лазоренко, О.В. Пособие по КСО. Базовая информация по корпоративной социальной ответственности / О.В. Лазоренко, Р. А. Колишко – К.: «Энергия», 2008. – 96 с.
106. Лапушта, М.Г. Предпринимательство: учеб.пособие / М. Г. Лапушта – М.: Инфра-М, 2010. – 608 с.

107. Ларичев, О.И. Теория и методы принятия решений, а также хроника событий в Волшебных странах: Учебник / О. И. Ларичев. – М.: Логос, 2000. – 296 с.
108. Левицкая, С.А. Социальный учет: методический подход и организационное обеспечение / С.А. Левицка // Вестник Национального университета «Львовская политехника»: Менеджмент и предпринимательство в Украине: этапы становления и проблемы развития. – 2014. – № 797. – С. 255-262.
109. Левушкина, С.В. Интегрированная совокупность факторов предпринимательской среды и тенденции их развития / С.В. Левушкина // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – №9 (17).
110. Лень, В. С. Социальные расходы: классификация и учет / В.С. Лень, Ю.В. Крот // Вестник Черниговского государственного технологического университета. – 2012. – № 4. – С. 304-311
111. Либанова, Е.М. Человеческое развитие в Украине: инновационное измерение /Е.М. Либанова. – К.: Институт демографии и социальных исследований НАН Украины, 2008. – 316 с.
112. Лоншакова, А.Н. Организационно-экономические корпоративной предпринимательской среды / А.Н. Лоншакова // Проблемы современной экономики. –2010. – №4 (36). – С.179-181.
113. Лоншакова, А.Н. Формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Анастасия Николаевна Лоншакова. – СПб., 2011. – 19 с.
114. Лукин, С.Ю. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентоспособности на глобальных рынках / С. Ю. Лукин // Устойчивое развитие экономики. – 2011. – №2. – С. 22-24.
115. Лысенко, В.И. Открытое государство: политико-правовое видение / В.И. Лысенко // Государство и право. – 2003. – № 5. – С. 59-61.
116. Львов, Д.С. Институциональная экономика / Д.С. Львова – М.: ИНФРА-М, 2001. – 317 с.

117. Малин, А.С. Исследование систем управления: учеб. для студентов вузов / А.С. Малин, В.И. Мухин. – М.: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2004. – 397 с.
118. Маркин, С.В. Интегрированная модель развития предпринимательского потенциала в условиях формирования корпоративной предпринимательской среды / С.В. Маркин, А.В. Оленева, С.С. Яцечко // Вестник магистратуры. – 2015. – № 4 (43). – С. 42-45.
119. Мартышин, О. В. Политические взгляды Карла Поппера / О.В. Мартышин // Право и политика. – 2000. – № 2. – С. 15-31.
120. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу (перевод А.М. Татлыбаевой) – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
121. Международный стандарт ISO 26000:2010 «Guidance on social responsibility» «Руководство по социальной ответственности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf (дата обращения: 20.12.2016 г.).
122. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / Пер. с англ. / Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. – М.: Дело, 2003. – 703 с.
123. Мизес, Л. Либерализм в классической традиции / Л. Мизес. – М.: «Социум», 2001. – 239 с.
124. Морозова, И.А. Социальная ответственность бизнеса и формы её проявления в современных условиях хозяйствования / И.А. Морозова, И.А. Бритвин // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – № 3. – С. 399-403.
125. Мочерный С.В. Экономическая энциклопедия: в 3 томах. Т. 2. / С.В. Мочерный. – К.: «Академия», 2001. – 848 с.
126. Нагорнов, А. В. Исследования социальной ответственности компании / А.В. Нагорнов, М.С. Солнцева // Корпоративные финансы. – 2010. – №2. – С. 119–120.
127. Надтока, Т.Б. Оценка социальных результатов деятельности предприятия / Т.Б. Надтока // Економіка розвитку. – 2009. – № 2. – С. 48-49.

128. Нехода, Е.В. Теория и практика корпоративной социальной ответственности / под ред. Е.В. Нехода. – Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2015. – 340 с.
129. Норт, Д.К. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д.К. Норт. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997 – 118 с.
130. Одинцова, Т.М. Обеспечение прозрачности корпоративной отчетности как элемент модернизации мировой финансовой / Т.М. Одинцова // Сборник научных трудов Национального университета Государственной налоговой службы Украины. – 2010. – №2. – С. 156-166.
131. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; Под ред. проф. Л. И. Скворцова. – 28 е изд., перераб. – М.: ООО «Издательство «Мир и Образование»: ООО «Издательство Оникс», 2012. – 1376 с.
132. Осипов, Е.М. Институт социального партнерства как фактор развития малого бизнеса в России / Е.М. Осипов. – М.: Издательство московского университета, 2012. – 208 с.
133. Осипов, Е.М. Институционализация социального партнерства как условие развития малого бизнеса в России: автореф. дис. ... докт. социол. наук: 22.00.04 / Осипов Егор Михайлович. – М., 2013. – 65 с.
134. Отенко, И.П. Анализ особенностей международных стандартов кадровой безопасности предприятия / Отенко И.П., Е.С. Преображенская // БИ. – 2014. – №3. – С. 371-376.
135. Отчет Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики за 2016 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mptdnr.ru/documents/87-otchet-ob-itogah-raboty-v-2016-godu.html> (дата обращения: 20.03.2017 г.).
136. Парушина, Н.В. Формирование корпоративной социальной отчетности в современных условиях / Н.В. Парушина, Т.А. Баркова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – № 4. – С. 12-19.

137. Пацула, О.И. Учет и контроль социальных расходов: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.09 / Ольга Ивановна Пацула. – К., 2008. – 21 с.
138. Петренко, С.Н. Понятие и сущность института социальной ответственности бизнеса / С.Н. Петренко, В.О. Бессарабов // Факторы устойчивого развития регионов России: монография / [под ред. С.С. Чернова]. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. – Гл. 5. – С. 107-133.
139. Петренко, С.Н. Стандарты социальной ответственности бизнеса: недостатки и преимущества адаптации к украинским предприятиям / С.Н. Петренко // Мир науки и образования (электронный журнал). – 2015. – №4.
140. Петров, М. А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / М.А. Петров // Вестник СПбГУ. – 2004. – Сер.8. – №2 (16). – С. 51-68.
141. Повзнер, Л.Д. Теория систем управления: Учебное пособие для вузов / Л.Д. Повзнер. – М.: «МГГУ», 2002. – 472 с.
142. Погосова, А. В. Учет операций по предоставлению социального пакета работникам предприятия / А.В. Погосова // Проблемы теории и методологии бухгалтерского учета, контроля и анализа. – 2014. – № 1. – С. 226-236.
143. Поддубная, Л. И. Конкурентоспособность экономических систем: теория, механизм регулирования управления: монография / Л.И. Поддубная. – Харьков: ИД «ИНЖЕК», 2007. – 368 с.
144. Попов, Л.А. Развитие бухгалтерского учета и отчетности в коммерческих организациях в условиях устойчивого развития экономики: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Попов Леонид Александрович. – Ростов-на-Дону, 2015. – 224 с.
145. Поппер, К. Открытое общество и его враги. Т. 1: Чары Платона / К. Поппер. – М.: Феникс, Международный фонд «Культурная инициатива», 1992. – 448 с.
146. Проданчук, М.А. Нефинансовая отчетность – эффективный инструмент в реализации управленческих решений / М.А. Проданчук // Сборник научных трудов Таврического государственного агротехнологического университета (экономические науки). – 2013. – № 2 (2). – С. 202-214.

147. Ракевич, Н.А. Формирование интегрированной бухгалтерской отчетности (на примере предприятий промышленности строительных материалов): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Ракевич Наталья Айковна. – Нижний Новгород, 2012. – 24 с.
148. Романуха, О.М. Развитие социальной ответственности в Украине / О.М. Романуха // Вестник Хмельницкого национального университета. – 2016. – № 2. – С. 198-204.
149. Руководство по отчетности в области устойчивого развития g4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Russian-G4-Part-One.pdf> (дата обращения: 20.12.2016 г.).
150. Саати, Т. Аналитическое планирование. Организация систем: Пер. с англ. / Т. Саати, К. Кернс. – М.: Радио и связь, 1991. – 224 с.
151. Саати, Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий: Пер. с англ. / Т. Саати. – М.: Радио и связь, 1993. – 320 с.
152. Сафонова, Н.С. Социальный учет: сущность, объекты, субъекты, принципы / Н.С. Сафонова, Н.В. Головченко. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2015/Economics/7_186041.doc.htm (дата обращения: 18.12.2016 г.).
153. Сватюк, А. Р. Инфраструктура корпоративной среды: внешние и внутренние структурные элементы / А. Р. Сватюк // Вестник Национального университета «Львовская политехника». Менеджмент и предпринимательство в Украине: этапы становления и проблемы развития. – 2015. – № 819. – С. 82-91.
154. Соглашение по климату: все страны обязались сократить выбросы CO2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bbc.com/russian/news/2015/12/151212_climate_paris_deal (дата обращения: 20.12.2016 г.).

155. Соловей, Т.Н. Формирование финансовой отчетности социально активной фирмы: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Соловей Татьяна Николаевна. – СПб., 2014. – 238 с.
156. Солодухин, К. С. Проблемы применения теории заинтересованных сторон в стратегическом управлении организацией / К.С. Солодухин // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2 (35). – С. 82-84.
157. Сорокина, Е.М. Социальная отчетность организаций / Е.М. Сорокина // Бухгалтерский учет, экономический анализ и контроль в условиях формирования и развития современных концепций управления: тезисы выступлений XII Междунар. науч. конф.– Житомир: ЖДТУ, 2013. – С. 297-299.
158. Сорос, Дж. Мыльный пузырь американского превосходства. На что следует направить американскую мощь / Дж. Сорос. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 192 с.
159. Сорос, Дж. Новый взгляд на открытое общество / Дж. Сорос. – М.: Магистр, 1997. – 32 с.
160. Сорос, Дж. Открытое общество. Реформируя глобальный капитализм / Дж. Сорос. – М.: Некоммерческий фонд «Поддержки культуры, образования и новых информационных технологий», 2001. – 458 с.
161. Социальная ответственность бизнеса в контексте взаимодействия властных и предпринимательских структур: монография / [коллектив авт.: С. Н. Петренко, И. А. Ангелина, В. О. Бессарабов, Е. А. Рославцева, А. Г. Китаева]. – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2018. – 388 с.
162. Социальная ответственность бизнеса – что главное? [Электронный ресурс] // Пресс-релиз исследования «Gfk». – Режим доступа: www.gfk.com/global-studies/global-study-overview/ (дата обращения 10.02.2017).
163. Социальная хартия российского бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rspp.ru/12/6273.pdf>. (дата обращения 10.11.2016).
164. Социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики в 2016 – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_phocagallery&view=category&id=112:prignoz-2016-2017&Itemid=652. (дата обращения 10.08.2017).

165. Сунгатуллина, Р.Н. Факты хозяйственной жизни учета поисковых активов: идентификация, классификация и реконструкция / Р.Н. Сунгатуллина, А.Р. Хузин // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – №2 (344) – С.2-11.
166. Супрун, Н. Проблемы адаптации национальной модели корпоративного управления к экзогенным институциональным параметрам / Н. Супрун // Вестник КНТЭУ. – 2009. – № 1. – С. 19-25.
167. Сухарева, Л.А. Контроль маркетинговой деятельности предприятия: теория, организация. методика: монография / Л.А. Сухарева, И.А. Ангелина. – Донецк: ДонНУЭТ, 2010. – 362 с.
168. Титаренко, И.В. Совершенствование процесса информационного обеспечения как инструмента эффективного управления предприятием / И.В. Титаренко // Региональная экономика: науч.-практ. журнал. – 2011. – Вып. 1 (19). – С. 349-353.
169. Тищенко, А.Н. Экономическая результативность деятельности предприятий: монография / А.Н. Тищенко, Н.А. Кизим, Я.В. Догадайло. – Харьков: ИД «ИНЖЭК», 2005. –144 с.
170. Ткаченко, Н. В. Управление взаимоотношениями с клиентами – фактор успешной деятельности страховика / Н.В. Ткаченко // Вестник Украинской академии банковского дела – 2013. – Т. № 2 (35). – С. 88-94.
171. Тренды развития корпоративной социальной ответственности в 2016 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.conecomm.com/research> (дата обращения 24.12.2016).
172. Туркин, С.В. Зачем бизнесу социальная ответственность? / С.В. Туркин // Управление компанией. – 2004. – №7. – С. 50.
173. Управление корпоративной ответственностью. Новый взгляд [Электронный ресурс] // Пресс-релиз исследования ЕУ. – Режим доступа: <http://rspp.ru/12/7946.pdf> (дата обращения 10.04.2017).

174. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь современного русского языка / Д.Н. Ушаков. – М.: Аделант, 2013. – 800 с.
175. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
176. Фролов, Д.П. Институциональная системность социальной ответственности бизнеса (природа, институции, механизм) / Д.П. Фролов, А.А. Шулимова // *jis*. – 2013. – №1. – С.124-144.
177. Фролов, С.С. Социология / С.С. Фролова. – М.: Наука, 1994. – 256 с.
178. Фукуяма, Ф. Конец истории? / Ф. Фукуяма // *Вопросы философии*. – 1990. – № 3. – С. 134-148.
179. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма / Ф. Хайек. – М.: Изд-во «Новости», 1992. – 304 с.
180. Ходжсон, Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории / Дж. Ходжсон. – М.: Дело, 2003. – 464 с.
181. Цветкова, Е. В. Методика комплексного анализа корпоративной предпринимательской среды / Е.В. Цветкова // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. – 2013. – Т. 3. – С. 2251–2255.
182. Чебан, Ю.Ю. Социальные расходы аграрных предприятий: особенности формирования, учета, отражение в финансовой отчетности / Ю.Ю. Чебан // *Электронное научное специализированное издание «Эффективная экономика»*. – 2015. – № 3.
183. Чернецова, Н. С. Экономические интересы и институты / Н.С. Чернецова, Т.Б. Никулина // *Известия ПГУ им. В.Г. Белинского*. – 2012. – №28. – С.609-611.
184. Чижин, А. И. Значение и сущность социальной ответственности в условиях функционирования рыночной экономики / А. И. Чижин // *Научный вестник Ужгородского национального университета. Серия: Международные экономические отношения и мировое хозяйство*. – 2016. – Вып. 6 (3). – С. 127-130.

185. Шевченко, Т. П. Субъекты, объекты и особенности корпоративной социальной ответственности во внешнеэкономической деятельности / Т. П. Шевченко // Вестник Национального технического университета «ХПИ». Технический прогресс и эффективность производства. – 2013. – № 45. – С. 128-132.
186. Шершнева, З. Е. Корпоративное управление как основа развития рыночной экономики / З. Е. Шершнева, А. Е. Черпак // Формирование рыночной экономики [спец. вып. посв. 100-летию КНЭУ]. – 2007. – С. 324-358.
187. Шихвердиев, А.П. Корпоративная социальная ответственность: совершенствование взаимодействия компаний с заинтересованными лицами в системе корпоративного управления (на примере Республики Коми) / А. П. Шихвердиев, А. В. Серяков.– М.: Экон-информ, 2010. – 135 с.
188. Юрченко, Ю. В. Проблемы управления социальными расходами предприятия / Ю.В. Юрченко // Научные труды Кировоградского национального технического университета. – 2010. – №18 (2). – С. 264-270.
189. Ayres, С.Е. The Theory of Economic Progress 1st ed. Chapel Hill / С.Е. Ayres. – N.C.: University of North Carolina Press, 1944. – 79 p.
190. Bernard, J. Sociology. Nurses and their patients in a modern society / J. Bernard, L.F. Thompson. – Saint Louis: The C. V. Mosby Co, 1970. – 130 p.
191. Bloom, P. How Social-Cause Marketing Affects Consumer Perceptions / P.N. Bloom, S. Hoeffler, K. Keller, C. Meza // MIT Sloan Management Review. – 2006. – no. 47 (2). – pp. 49-55.
192. Carroll, A.. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A. Carroll // Business Horizons. – 1991. – no. 34 (4). – pp. 39-48.
193. Chinyio, E. Stakeholder management : theoretical perspectives and implications / E. Chinyio. – Washington: Wiley Blackwell, 2010. – 253 p.
194. Cornell, B. Corporate Stakeholders and Corporate Finance / B. Cornell, A. Shapiro // Financial Management. – 1987. – no. 2. – pp. 5-14.

195. Keogh, J. Corporate Ethics: A Prime Business Asset / J. Keogh. –Washington, DC: The Business Roundtable, 2009. – 78 p.
196. Dierkes, M. Whither Corporate Social Reporting: Is It Time to Legislate? / M. Dierkes, A. Antal // California Management Review. – 1986. – no. 3. – pp. 106-117.
197. Donaldson, T. The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications / T. Donaldson, L. Preston // Academy of Management Review. – 1995. – no. 20. – pp. 65-78.
198. Freeman, R. E. Strategic Management: A stakeholder approach / R.E. Freeman. Boston: Pitman, 1984. –275 p.
199. Hodgson, G.M. Darwinism in Economics: From Analogy to Ontology / G.M. Hodgson // Journal of Evolutionary Economics. – 2002. – no. 12 . – pp. 259-281.
200. Hodgson, G.M. The Mystery of the Routine: The Darwinian Destiny of An Evolutionary Theory of Economic Change / G.M. Hodgson // Revue Economique. – 2003. – no. 54 (2). – pp. 355–384.
201. Kaplan, R.S. The Balanced Scorecard - Measures That Drive Performance / R.S. Kaplan, D.P. Norton // Harvard Business Review. – 1992. – no. 1 (2) – pp. 71-79.
202. Lundberg, G. Sociology / G. Lundberg, C. Schrag, O. Lergen. – N. Y.: Westpublish, 1968. – 709 p.
203. Nickols, F. The Accountability Scorecard: A Framework for Reconciling & Integrating Stakeholder Needs & Requirements / F. Nickols. – Robbinsville, NJ: The Distance Consulting Company, 2000. – 201 p.
204. Rappaport, A. Establishing Objectives for Published Corporate Accounting Reports / A. Rappaport // The Accounting Review. – 1964. – no. 10. – pp. 951-962.
205. Toffler, A. The Third Wave / A. Toffler. – New York : Morrow, 1980. – 544 p.
206. Turnbull, S. Stakeholder cooperation / S. Turnbull // Journal of Co-operative Studies. –1997. – no. 88. – pp. 18-52.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Характеристика основных теорий управления (в которых рассматриваются вопросы соотношения уровня предоставления информации о социальной ответственности бизнеса и специфических характеристиках субъектов хозяйствования) (составлено автором на основе [88; 117; 122; 143; 156; 166; 186; 187])

Название теории	Представители	Основные положения теории
Агентская теория (agency theory)	А. Берли, Дж. Минза, Р. Коуз, М. Дженсен, У. Меклинг А. Алчиан, А. Амерши, Г. Андерсон, К. Арроу, Ш. Сундер, Е. Фама, С. Ченг, Ф. Ченг.	<p>В данной теории агентские отношения рассматриваются с позиций передачи прав от одного лица (принципала) другому (агенту), сопровождающиеся агентскими издержками.</p> <p>Начало исследования этой теории было положено в 30-х гг. XX в. в работе А. Берли и Дж. Минза «Современная корпорация и частная собственность», основные положения работы сводятся к необходимости отделения функций управляющих от функций собственников в компаниях с акционерным капиталом. В дальнейшем Р. Коуз в своей работе «Природа фирмы» обосновал существование транзакционных издержек, как расходов по заключению и исполнению контрактов, а также выдвинул теорию о том, что любая фирма существует с целью минимизации транзакционных издержек, а размеры фирмы зависят от возможностей экономии на этих расходах.</p> <p>К основоположникам данной теории можно также отнести М. Дженсена и У. Меклинга, которые в 1976 г. опубликовали работу «Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency costs and Ownership Structure», в которой обосновывается, что действия агента должны быть в интересах принципала в обмен на вознаграждение. Принципалы должны заранее учитывать риск по использованию капитала в процессе управления при формировании внутренних положений корпорации и определении условий заключения контрактов с агентами. Как следствие, в работе механизм корпоративного управления рассматривается через инструментарий агентских издержек, под которыми имеются в виду потери инвесторов, связанные с распределением прав собственности и управления.</p>

Название теории	Представили	Основные положения теории
Теория заинтересованных сторон или теория стейкхолдеров (stakeholders theory)	Р. Фриман, А. Уикс, В. Эвана, Э. Митчелла, Дж. МакВиа, Б. Пармар,	Впервые понятие «stakeholders theory» применил в 1965 г. американец российского происхождения И. Ансофф в процессе разработки модели стратегического планирования. Тем не менее, основоположником данной теории принято считать Р. Фримана, который в 1984 г. опубликовал свою работу под названием «Стратегическое управление: концепция заинтересованных лиц», в которой он рассматривал внешнее и внутреннее окружение предприятия как набор заинтересованных в его деятельности сторон, интересы и требования которых должны учитываться и удовлетворяться менеджерами как официальными представителями предприятия. Основной идеей этой теории было то, что развитие предприятия измеряется степенью удовлетворения интересов всех заинтересованных лиц, а не только акционеров (собственников).
Контрактная теория (contract theory).	Ч. Бернард, Г. Симон, Р. Барнет, П. Болтон, Дж. Вессел, К. Кларк, Р. Коас, А. Шварц, П. Шмитц.	Основоположниками этой теории можно считать Ч. Бернарда и Г. Симона, хотя впервые такое словосочетание использовано К. Арроу в 1960 г. Активное развитие эта теория получила из 80-х гг. XX в. Теория является логичным продолжением двух предшествующих, согласно которой между агентом и принципалами должен быть заключен контракт (в любой форме), в котором наиболее полно должны быть оговорены все условия для взаимоотношений сторон. Сторонами могут быть как владельцы-принципалы и менеджеры-агенты (в соответствии с агентской теорией), так и предприятие (в лице, как правило, менеджеров) и заинтересованные лица-принципалы (собственники, работники, контрагенты, правительство, общество и т.п.) (согласно теории заинтересованных лиц).

Приложение Б

Интересы, взносы, стимулы, конфликты интересов заинтересованных сторон предприятия

Таблица Б.1 – Интересы, взносы, стимулы заинтересованных сторон предприятия (авторская разработка)

Заинтересованные стороны	Сущностная характеристика	Интерес	Взнос / Стимул	Значение для развития предпринимательства
<i>Внешние</i>				
Государственные органы на местном и национальном уровне.	Правительство и регулирующие органы являются ключевыми (и обязательными) заинтересованными сторонами для любой компании, поскольку определяют регуляторную среду, в которой функционирует предприятие.	<ul style="list-style-type: none"> – своевременность уплаты налогов, сборов и других обязательных платежей; – оценка деятельности компании как субъекта реализации государственной, экономической, инновационной, социальной политики. 	Субсидии, дотации, целевое финансирование, налоговые каникулы, налоговые льготы / Увеличение суммы налогов, сборов и других обязательных платежей	Значение данной группы заинтересованных сторон существенно, так именно в результате деятельности государственных органов на всех уровнях определяется общая политика по развитию предпринимательства, формируются законодательную инициативы и тенденции поддержки субъектов хозяйствования
Инвесторы	Инвесторы стремятся вкладывать средства, учитывая не только коммерческую выгоду, но и соответствие компаний социальным и экологическим требованиям современной рыночной среды	<ul style="list-style-type: none"> – оценка рациональности, целесообразности и эффективности инвестирования в компанию; – баланс текущей и будущей прибыльности; – повышение курса акций. 	Инвестиции / Дивиденды	Деятельность инвесторов способствует развитию не только социальной ответственности бизнеса, но и предпринимательства в целом, так как направлена на получение прибыли, которое, в современных условиях не может происходить без гармонизации интересов заинтересованных сторон.
Финансовые институты	Совокупность финансовых институтов (банки, кредитные учреждения и т.п.) призвана обеспечить согласование различных социальных (и других) потребностей компании с финансовой составляющей деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – оценка доверия к компании со стороны финансовых институтов и принятие решений о дальнейшем сотрудничестве; – минимизация риска невозврата кредитов и процентов по ним и т.д. 	Денежные средства / Проценты по займам	Финансовые институты, в большинстве случаев, являются источником средств для ведения деятельности и проведения социальных программ и мероприятий, направленных на формирование долгосрочных перспектив деятельности и построение партнерских отношений с заинтересованными сторонами.

Заинтересованные стороны	Сущностная характеристика	Интерес	Взнос / Стимул	Значение для развития предпринимательства
Партнеры, поставщики и подрядчики	Партнеры, поставщики и подрядчики формируют общее представления о деятельности компании на рынке, так как прямым образом влияют на деятельность и результаты деятельности путем подписания договоров и контрактов.	<ul style="list-style-type: none"> – долгосрочные партнерские отношения, стабильность заказов; – соблюдение всех условий контрактов; – стабильность оплаты задолженности и т.д. 	Товары, работы, услуги / Денежные средства	Взаимодействие с данной группой заинтересованных сторон непосредственно влияет на эффективность деятельности предприятия, посредством условий договоров и контрактов, в том числе и при проведении совместных социальных программ и мероприятий, направленных на взаимовыгодное сотрудничество.
СМИ, общественные организации, рейтинговые агентства	Сотрудничество с данной группой заинтересованных пользователей чрезвычайно важно, ведь именно они формируют имидж компании (где не последнюю роль играет социальная деятельность предприятия). Важным является представление информации о подходах и стандартах бизнеса в области социальных мероприятий широкой общественности и выявления постоянной инициативы в этом направлении.	<ul style="list-style-type: none"> – информация о значимости компании для общества; – улучшение социальной инфраструктуры; – трудоустройство различных слоев населения; – проведение социальных, благотворительных мероприятий; – повышение уровня и качества жизни населения региона присутствия. 	Установление правил деятельности компании (формальных и неформальных) / Благотворительные взносы, развитие социальной инфраструктуры и т.д.	Значение данной группы заинтересованных сторон в условиях социальной ответственности бизнеса и информатизации всех сфера общественной жизни значительно, так как посредством работы общественных организации, средств массовой информации происходит освещение всех сфер деятельности предприятий. Все это влияет на общественное мнение и формирование имиджа предприятия, что оказывает влияние на масштабы деятельности, количество партнеров и покупателей, отношение к предприятию государственных органов.

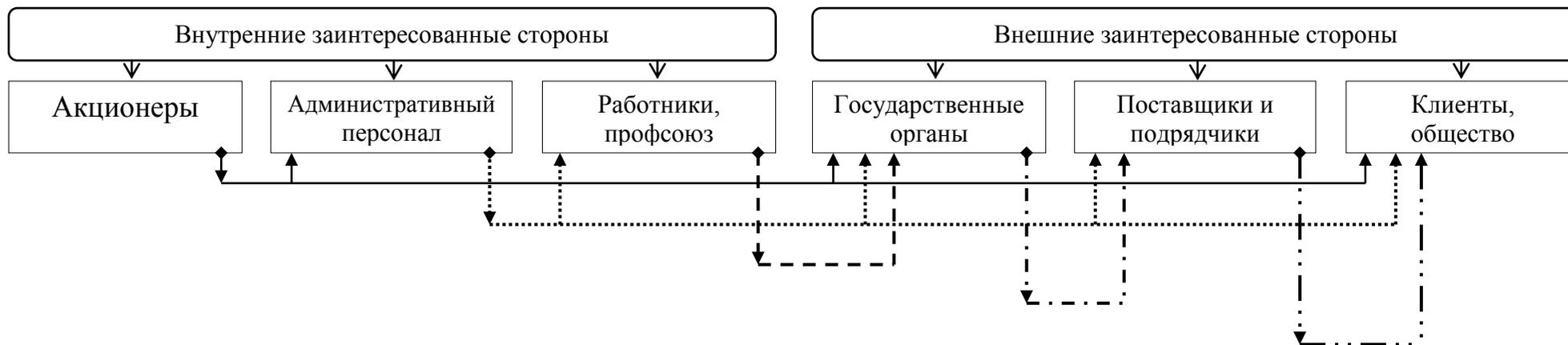
Заинтересованные стороны	Сущностная характеристика	Интерес	Взнос / Стимул	Значение для развития предпринимательства
Клиенты предприятия, жители территорий влияния	Качество продукции и предоставляемых услуг имеет большое значение как для клиентов, так и для жителей окружающей территории. Сотрудничество и постоянный конструктивный диалог с этой группой является прямым путем к повышению эффективности и качества любых социальных и экологических мероприятий.	<ul style="list-style-type: none"> – информация о соответствии производимой продукции, оказываемых услуг стандартам качества, экологическим стандартам; – оценка отношения компании к своим клиентам, экологическим и социальным проблемам общества. 	Денежные средства / Товары, работы, услуги, благотворительные взносы	Клиенты предприятия и жители территорий влияния оказывают непосредственное влияние на экономические результаты деятельности предприятия и развитие предприятия в целом, его социальной ответственности в частности. При этом социальные мероприятия, как правило, ориентированы на данную группу заинтересованных сторон, что подчеркивает ее значение для развития предпринимательства.
<i>Внутренние</i>				
Акционеры	Акционеры (как и инвесторы) стремятся вкладывать средства, учитывая не только уровень ожидаемой прибыли, но и соответствие компаний социальным и экологическим требованиям современной рыночной среды, что в свою очередь влияет на личный имидж каждого акционера.	<p>Так как акционеры вкладывают, как правило, собственные средства, то их интерес включает все стороны деятельности компании (экономическую, социальную и т.д.), а именно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – конкурентоспособность и стоимость бизнеса; – финансовые показатели деятельности и т.д.; – эффективность социальных мероприятий и т.д. 	Капитал / Дивиденды	Роль и значение акционеров (вкладчиков) в развитии предпринимательства лежит в основе его деятельности. Именно вопросы формирования и распределения прибыли, выполнения ключевых контрактов, взаимодействия субъекта хозяйствования во внешней среде будут ключевыми при его оценке эффективности его деятельности и формировании дальнейших перспектив развития, в том числе и направлений социальной ответственности.

Заинтересованные стороны	Сущностная характеристика	Интерес	Взнос / Стимул	Значение для развития предпринимательства
Административный персонал предприятия	Административный персонал принимает управленческие решения, направленные на оптимизацию тех или иных показателей функционирования компании.	<ul style="list-style-type: none"> – текущие финансовые показатели (ликвидность, доход, прибыль); личные достижения, имидж; – оценка и комплексный анализ деятельности компании. 	Профессиональные навыки, умения, компетенции / Зарботная плата, премии, бонусы, имидж	Именно административные персонал (совместно с акционерами) отвечает за развитие предприятия, направлений социальной ответственности бизнеса, проведению любых социальных программ и мероприятий, поэтому от эффективности управленческих решений данной группы заинтересованных сторон зависит развитие предпринимательства (формирование тенденций его развития) в целом
Работники предприятия, профсоюз	Диалог с работниками важен для компании, так как сотрудники определяют успех компании на рынке. Постоянная связь с работниками (потенциальными работниками) и профсоюзом является действенным инструментом, который позволяет получить неформальную обратную связь дополнительно к совещаниям или общению с линейными руководителями.	<ul style="list-style-type: none"> – социальная защищенность; – гарантии занятости; – условия работы; – возможность карьерного роста; – увеличение основной заработной платы и дополнительных выплат в качестве бонусов, премий, надбавок и т.д.; – оценка общего отношения компании к своим работникам. 	Профессиональные навыки, умения, компетенции / Зарботная плата, премии, бонусы, имидж	Работники предприятия и профсоюзная организация оказывают влияние на развития не только отдельно взятого предприятия, а и предпринимательства в целом, посредством выдвижения ряда требований к административному персоналу, защиты трудовых, социальных и экономических интересов трудящихся, контроля за соблюдением трудового законодательства, законодательства в области охраны, условий труда и окружающей среды.

Таблица Б.2 – Матрица отражения информации, представляющей интерес для заинтересованных сторон предприятия
(авторская разработка)

<p>Отражение информации в бухгалтерском учете</p> <p>Заинтересованные стороны</p>	Внешние						Внутренние		
	Государственные органы	Инвесторы	Финансовые институты	Партнеры, поставщики и подрядчики	СМИ, общественные организации, рейтинговые агентства	Клиенты компании, жители территорий влияния	Акционеры	Административный персонал компании	Работники компании, профсоюз
в системе финансового учета:									
– информация о финансовых результатах деятельности;		+	+	+	+		+	+	+
– информация о текущих расходах;		+	+	+	+	+	+	+	
– информация о текущих доходах;		+	+	+	+		+	+	
– информация о состоянии дебиторской и кредиторской задолженности;		+	+	+			+	+	
– информация о размерах финансовых инвестиций;		+			+	+	+	+	
– информация о состоянии активов компании;							+	+	+
– информация о размерах капитала, обеспечении выплат и т.д.		+	+	+			+	+	+
в системе управленческого учета:									
– информация о текущих и прогнозируемых финансовых результатах деятельности;		+	+		+		+	+	
– информация о текущих и прогнозируемых расходах;			+		+		+	+	
– информация о текущих и ожидаемых доходах;			+		+		+	+	
– информация об экономической, технологической, конструкторской и организационной стороне процесса производства товаров, оказания услуг;					+	+	+	+	
– информация о текущем и прогнозируемом состоянии кредиторской задолженности;		+		+	+	+	+	+	+

Отражение информации в бухгалтерском учете	Внешние						Внутренние		
	Государственные органы	Инвесторы	Финансовые институты	Партнеры, поставщики и подрядчики	СМИ, общественные организации, рейтинговые	Клиенты компаний, жители территорий влияния	Акционеры	Административный персонал	Работники компаний, профсоюз
<i>в системе налогового учета:</i>									
– информация о финансовых результатах деятельности (для целей налогообложения);	+						+	+	
– информация о текущих расходах (для целей налогообложения);	+						+	+	
– информация о текущих доходах (для целей налогообложения);	+						+	+	
– информация о состоянии дебиторской и кредиторской задолженности с бюджетом и органами государственной власти.	+				+	+	+	+	+



№	Графическое обозначение	Формула конфликта
1	—————	Акционеры (больше контроля при принятии управленческих решений) + Административный персонал (больше автономии и свободы при принятии управленческих решений). Акционеры (максимизация дивидендов) + Административный персонал (максимизация вознаграждения). Акционеры (минимизация налогов, сборов, обязательных платежей) + Государственные органы (максимизация налогов, сборов, обязательных платежей). Акционеры (максимизация прибыли и дивидендов) + Клиенты, общество (максимизация расходов на повышение качества продукции, увеличение расходов на благотворительность и решение социальных, экологических проблем общества).
2	Административный персонал (минимизация расходов) + Работники, профсоюз (увеличение уровня оплаты труда, премий, надбавок). Административный персонал (минимизация расходов) + Государственные органы (проведение обязательных благотворительных акций в рамках государственной социальной и экономической политики). Административный персонал (отсрочка или рассрочка платежей) + Поставщики и подрядчики (первоочередность платежей и расчетов). Акционеры (минимизация расходов) + Клиенты, общество (максимизация расходов на повышение качества продукции, увлечение расходов на благотворительность и решения социальных, экологических проблем общества).
3	-----	Работники, профсоюз (увеличение уровня оплаты труда, условий жизни) + Государственные органы (невозможность стабильного увеличения минимальной заработной платы).
4	-----	Государственные органы (максимизация налогов, сборов, обязательных платежей) + Поставщики и подрядчики (максимизация прибыли).
5	-----	Поставщики и подрядчики (максимизация прибыли) + Клиенты, общество (максимизация расходов на повышение качества и безопасности поставляемой продукции).

Рисунок Б.1 – Конфликты интересов внутренних и внешних групп заинтересованных пользователей

(составлено автором)

Приложение В

Сущность этапов исторического развития концепций социальной ответственности бизнеса

(составлено автором на основе [53; 56; 71; 72; 94; 105; 128; 148; 187])

<p>1950-1970 г.</p> <p>Базовая концепция корпоративной социальной ответственности</p> <p>Г. Боуэн, К. Дэвис, А. Кэрролл, М. Шварц</p>	<p>Сущность концепции заключается в рассмотрении субъекта хозяйствования как своего рода совместного предприятия менеджеров, инвесторов, работников, общественных организаций и т.д. При этом «совместное предприятие» отвечает за удовольствие не только экономических, но и социальных, психологических, политических и других ожиданий общества. Представителями концепции определены основы, рамки социальной активности и направления развития феномена социальной ответственности. Особое внимание уделено обоснованию теоретических положений социально ответственной деятельности.</p> <p>Результатом является предложенная А. Кэрроллом трактовка корпоративной социальной ответственности, подразумевающая «соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, которые возлагает общество на организации в данный период времени». Ученый разработал многоуровневую модель корпоративной социальной ответственности, которая включает четыре типа социальной ответственности: экономическую, правовую, этическую и так называемую дискреционную (автор связывает ее со сферой, в которой общество еще не сформировало четких ожиданий от субъекта хозяйствования).</p>
<p>1970-1990 г.</p> <p>Концепция корпоративной социальной восприимчивости</p> <p>Р. Аккерман, Р. Бауэр, Дж. Пост, С. Сети, А. Кэрролл, В. Фредерик</p>	<p>В рамках данной концепции сформулировано определение «корпоративная социальная восприимчивость» как концепции, описывающей «способность корпорации воспринимать общественное воздействие», а также позиционирование ее как логического продолжения и дополнение базовой концепции корпоративно социальной ответственности. При этом сторонники концепции корпоративной социальной восприимчивости отмечают, что в центре феномена «восприимчивости» находятся не потенциальные возможности, а конкретные действия, и при этом ключевыми вопросами являются: способна ли компания реагировать? или реагировать? реагирует? если реагирует, то каким образом? насколько широко? насколько эффективно? Только формирование соответствующих организационных механизмов, процедур, подходов и моделей поведения в своей совокупности может означать, что компания приобретает способность той или иной степени реагировать на действия общества</p> <p>Результатом является разработка перечня практических действий, которые могут использоваться компаниями в сфере социальной ответственности. Направления практических действий: оценка среды ведения бизнеса, управление заинтересованными сторонами, управление проблемами (интересами) заинтересованных сторон.</p>
<p>1990 г. – н.в.</p> <p>Концепция корпоративной социальной деятельности</p> <p>С. Вартик, Д. Вуд Ф. Кохрэн, С. Сети, Д. Свансон, А. Кэрролл</p>	<p>Вектор исследований сторонников концепции корпоративной социальной деятельности направлен на создание комплексной модели, которая бы объединила положения предшествующих концепций как в качестве элементов теории социальной ответственности, так и в качестве прикладных аспектов социально ответственного поведения. Потребность в создании комплексной модели обусловила необходимость исследования процессов институционализации социальной ответственности бизнеса.</p> <p>В рамках создания комплексной модели социально ответственной деятельности внимание ученых направлено на разработку эталонной корпоративной социальной политики, принципы которой должны основываться на положениях предыдущих двух концепций. Сторонники концепции корпоративной социальной деятельности утверждают, что детально разработанная корпоративная социальная политика, полностью институционализированная и операционно отлаженная, была бы логическим финалом корпоративного поведения, мотивированного принципами ответственности и реализованного посредством социально восприимчивых процессов.</p> <p>Результатом на современном этапе является комплексная модель социально ответственной деятельности, охватывающая и сущностные характеристики КСО (уровни корпоративной социальной ответственности) и общественные потребности (безопасность продукции, безопасность рабочих мест и т.д.).</p>

Приложение Д

Влияние внешних и внутренних факторов на процесс формирования и развития предпринимательской среды (составлено автором)

Фактор	Влияние фактора	
	Положительное	Отрицательное
<i>Факторы макросреды (непрямого влияния)</i>		
<u>Общее экономическое состояние в стране</u>	Благоприятное экономическое состояние в стране способствует процессу формирования и развития предпринимательской среды. При этом вектор развития общества требует достижения максимально возможного уровня согласования интересов субъектов хозяйствования и общества.	Плохая экономическая ситуация в стране снижает уровень приоритетности решения вопросов, связанных с согласованием и гармонизацией интересов заинтересованных сторон, а следовательно в целом отрицательно влияет на процесс формирования и развития предпринимательской среды.
<u>Уровень государственной поддержки развития предпринимательства и социальной ответственности бизнеса</u>	Приверженность государства развитию социальной ответственности бизнеса выступает главным условием интеллектуального, экономического, социального и духовного прогресса как общества и экономического субъекта, в следствие чего происходит формирование и развитие предпринимательской среды.	Незаинтересованность государства в развитии социальной ответственности бизнеса приводит к отсутствию социально ориентированных управленческих решений на предприятии, в результате чего происходит ориентация деятельности предприятий исключительно на максимизацию прибыли.
<u>Положения международных стандартов социальной ответственности бизнеса</u>	Реализация положений международных стандартов социальной ответственности позволит определить направления социально ответственной деятельности, сформировать перечень показателей социальной ответственности, сформировать ключевые направления для развития взаимоотношений с заинтересованными сторонами предприятия	Реализация направлений социально ответственной деятельности определенных международными стандартами социальной ответственности может привести к необходимости коренного пересмотра деятельности предприятия, что значительно усложнит процесс формирования и развития предпринимательской среды.

Фактор	Влияние фактора	
	Положительное	Отрицательное
<u>Социально-политическая ситуация в стране</u>	Стабильность социально-политической ситуации в стране позволяет четко следовать поставленным целям и приоритетным направлениям деятельности, в том числе и в процессе формирования и развития предпринимательской среды.	Высокий уровень социальной напряженности в обществе, политическое лоббирование интересов, рейдерство снижает приоритетность развития социальной ответственности бизнеса в целом в стране и на отдельно взятом предприятии в частности, что является крайне отрицательным фактором для формирования и развития предпринимательской среды.
<u>Законодательно-нормативное регулирование предпринимательства и социально ответственной деятельности</u>	Принятие и совершенствование законодательно-нормативных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, направления социальной ответственности способствует формированию и развитию предпринимательской среды.	Отсутствие нормативных актов по ведению социально ответственной деятельности приводит, совершенствованию предпринимательской деятельности к необходимости самостоятельных разработок методического характера предприятиями, что значительно усложняет и продлевает процесс формированию и развитию предпринимательской среды.
<u>Уровень научно-технического прогресса</u>	Научно-технический прогресс проявляет себя через новые технологии управления и производства, развитие которых дает возможность производить новые товары и услуги для удовлетворения потребностей потребителей, что, в свою очередь, способствует формированию и развитию предпринимательской среды.	Активное использование научно-технических достижений в деятельность предприятия требует значительных капиталовложений, что, в свою очередь, может негативно сказаться на формировании и развитии предпринимательской среды.
<i>Факторы микросреды (прямого влияния)</i>		
<u>Отраслевые особенности и конъюнктура рынка</u>	Благоприятные тенденции в отрасли по внедрению инициатив социальной ответственности бизнеса способствует принятию эффективных управленческих решений, направленных на достижение экономических и социальных целей хозяйствования, что, в свою очередь, положительно сказывается на формировании и развитии предпринимательской среды.	Организационно-технологические особенности отрасли могут требовать значительных капиталовложений для проведения социальных мероприятий и реализации социальных программ, что, в свою очередь, значительно усложняет процесс формирования и развития предпринимательской среды.

Фактор	Влияние фактора	
	Положительное	Отрицательное
<u>Направления социальной ответственности бизнеса конкурентов</u>	Цели и приоритетные направления деятельности предприятия, так или иначе, находятся под влиянием деятельности конкурентов, в том числе и в контексте социальной ответственности бизнеса, что выступает своего рода стимулом к более внимательному отношению к формированию и развитию предпринимательской среды.	Несоответствие или нерациональность направлений социально ответственной деятельности предприятия по сравнению с конкурентами становится причиной затягивания формирования и развития предпринимательской среды, так как требует в целом пересмотра целей и приоритетных направлений деятельности предприятия.
<u>Взаимодействие с заинтересованными сторонами</u>	Формирование и развитие корпоративной предпринимательской среды должно проходить с учетом возможных интересов заинтересованных сторон в информации о социально ответственной деятельности, что, в конечном итоге, обеспечит максимальную эффективность деятельности такого рода.	Игнорирование интересов пользователей заинтересованных сторон при формировании и развитии предпринимательской среды заметно снизит качество формируемой информации для принятия решений на всех уровнях управления, что приведет к сложностям в управлении предприятием в целом
<i>Факторы внутренней среды</i>		
<u>Организационная структура предприятия</u>	Оптимальная организационная структура деятельности предприятия выступает основой максимально оперативного и рационально организованного процесса формирования и развития предпринимательской среды.	Сложность организационной структуры, дублирование функций работников негативно скажется на формировании и развитии предпринимательской среды.
<u>Структура и содержание информационных потоков социально ответственной деятельности</u>	Отлаженность информационных связей обеспечивает бесперебойность получения входных информационных потоков и генерирования выходных данных для более обоснованного формирования и развития предпринимательской среды.	Значительный риск потери релевантной информации в результате систематических нарушений информационных связей между структурными подразделениями (центрами ответственности) может привести к невозможности формирования и развития предпринимательской среды.

Фактор	Влияние фактора	
	Положительное	Отрицательное
<u>Цели и приоритетные направления деятельности</u>	Направленность предприятия на достижение поставленных целей деятельности, в том числе в рамках социально ответственной деятельности предприятия требует повышения эффективности всех функций управления, что содействует поэтапному формированию и развитию предпринимательской среды.	Отсутствие должного внимания на достижение поставленных целей и реализацию приоритетных направлений деятельности при формировании и развитии предпринимательской среды. приведет к дефициту информации при принятии стратегических решений управленческим персоналом.
<u>Квалификация персонала предприятия</u>	Квалифицированный и опытный персонал является залогом минимизации количества ошибок при формировании и развитии предпринимательской среды.	Недостаточное внимание профессиональному развитию работников значительно усложняет и продлевает формирование и развитие предпринимательской среды.

Приложение Е

Сущность категории «социальная ответственность бизнеса» на международном уровне, учеными, компаниями и признаки института социальной ответственности бизнеса

Таблица Е.1 – Определения категории «социальная ответственность бизнеса»
на международном уровне

(составлено автором на основе [6; 17; 20; 22; 53; 57; 60; 71; 72; 80; 91-94; 98; 99;
103; 105; 114; 124; 126; 128; 148; 172; 184; 185; 187])

Определение	Источник
Обязательства бизнеса способствовать устойчивом экономическом развитии, работая с рабочими, их семьями, местным сообществом и обществом в целом для улучшения качества их жизни.	Всемирный деловой совет по устойчивому развитию
Совокупность обязательств перед рабочими, их семьями, местными общинами и обществом в целом, которые берет на себя частный сектор с целью достижения устойчивого экономического развития и гармонизации интересов бизнеса и приоритетов общественного развития.	Европейское агентство по охране окружающей среды
Концепция, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защиты окружающей среды	Европейская комиссия
Интеграция социальных и экологических аспектов в ежедневную коммерческую деятельность предприятий и в их взаимодействие с заинтересованными сторонами на добровольной основе.	Зеленая Книга ЭС
Философия поведения и концепция построения деловых кругов, компаниями и отдельными представителями бизнеса, направленная на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития.	Комитет по КСО Ассоциации российских менеджеров
Ответственное отношение любой компании к своему продукту или услуге, потребителям, работникам, партнерам, активной социальной позиции компании, которая заключается в гармоничном сосуществовании, взаимодействии и постоянном диалоге с обществом, участия в решении острых социальных проблем.	Меморандум о социальной ответственности бизнеса в Украине
Подход, с помощью которого достигается интеграция экономических, экологических и социальных императивов, которые являются актуальными сегодня и учитывают потенциальные потребности будущих поколений.	Международная финансовая корпорация
Содействие ответственной деловой практике, которая дает выгоду бизнесу и обществу и помогает достичь социального, экономического и экологически устойчивого развития через максимальное увеличение положительного влияния бизнеса на общество с одновременной минимизацией его негативного влияния.	Международный форум лидеров бизнеса
Ответственность организации за влияние ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое способствует устойчивому развитию, здоровью и благополучию населения; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует законодательству и согласуется с международными нормами поведения.	Стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»

Таблица Е.2 – Определения категории «социальная ответственность бизнеса»
учеными (составлено автором на основе [6; 17; 20; 22; 53; 57; 60; 71; 72; 80; 91-94;
98; 99; 103; 105; 114; 124; 126; 128; 148; 172; 184; 185; 187])

Определение	Автор/Авторы
Деятельность предприятия по осуществлению социальных программ в рамках экономической целесообразности.	Ф.Евдокимов, М. Губская
Добровольные социальные обязательства, которые признаются обществом и которые берет на себя владелец или уполномоченный им орган предприятия с целью удовлетворения социальных интересов персонала и всех заинтересованных сторон в рамках экономической целесообразности.	Н. Водницкая
Определенные обязательства перед обществом, осознание значимости социальных целей при принятии деловых решений.	Е. Суетенков, М. Пасько
Добровольное обязательство предприятия преследовать долгосрочные общественно полезные цели в социальной, экономической и экологических сферах, связанных с основной деятельностью предприятия, принятые предприятием в соответствии с законодательством и экономических условий.	С. Литовченко, М. Корсакова
Это система ценностей, свойственная корпорациям и социальной составляющей институциональной среды, которая является одним из базовых механизмов реализации демократических ценностей в управлении компаниями на макро -, мезо и микроэкономическом уровнях	И. Малик
Это включение социальных и экологических вопросов в процесс бизнеса и его взаимодействие с заинтересованными сторонами.	М. ван Марревик
Чтобы ни понималось под корпоративной социальной ответственностью, это не благотворительность и не развитие связей с общественностью. Смысл социальной ответственности - в осознанной заинтересованности бизнеса, приносящего пользу для общества в целом.	Е. Давиньон
Это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основе этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время улучшая качество жизни как своих работников и их семей, так и общества в целом.	Л. Холм, Р. Уаттс
Это система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социально-трудовых отношений, поддержания социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях.	Н. Кричевский, С. Гончаров
Это концепция, согласно которой компании добровольно интегрируют социальные и экологические аспекты в свою коммерческую деятельность и взаимодействуют с заинтересованными лицами.	Т. Давыдюк
Это осознание субъектами социального государства единства социального пространства, сознательное выполнение своих обязанностей перед согражданами, обществом, государством.	Е. Гришнова
Это политика, которая сознательно и целенаправленно избирается компанией для того, чтобы не просто существовать (получать прибыль), а сделать свой позитивный вклад в развитие современного общества.	А. Гуменная

Определение	Автор/Авторы
Это способ управления бизнес-процессами с целью обеспечения положительного влияния на общество.	В. Воробей В. Жуковская
Реализация такой политики, принятие таких решений или проведения такой линии поведения, которые были бы желательны с точки зрения целей и ценностей общества.	Г. Боуэн
Соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом к организации на данный период.	А. Кэрролл
Это ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т.д.), влияющие на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом.	В. Жук
Это соблюдение субъектами общественных отношений требований социальных норм, а в случаях безответственного поведения - обязанность отчитываться перед обществом и нести наказание личного или имущественного характера.	Л. Билецкая, Р. Хачатуров Р. Ягутян
Диалектическая взаимосвязь между лицом и обществом, характеризующаяся взаимными правами и обязанностями по выполнению предписаний социальных норм и использованием различных средств воздействия в случае ее нарушения.	О. Зайчук
Самостоятельный выбор предприятий по вкладу в развитие общества, при котором государство со своей стороны мотивирует социально ответственную деятельность с помощью соответствующих налоговых льгот.	П. Вернер
Интегральная социально-экономическую, правовую и психолого-педагогическую категорию, которая характеризует взаимоотношения человека и социума, определяет адекватные модели социального поведения и деятельности человека в соответствии с ведущими принципами социального менеджмента и социальной психологии в сфере среднего и малого бизнеса.	С. Смеричевская
Совокупность добровольных формальных и неформальных прав и обязанностей субъектов предпринимательского сектора национальной экономики перед персоналом и обществом по: соблюдению законодательства в сферах социальной политики, занятости, условий и оплаты труда, экологии, налогообложения; обеспечению сохранения и развития человеческого капитала; эффективности выполнения социальных и общественных функций; способности удовлетворять текущие потребности и создавать предпосылки для удовлетворения перспективных целей.	А. Стецик

Таблица Е.3 – Определения категории «социальная ответственность бизнеса» компаниями (составлено автором на основе [6; 17; 20; 22; 53; 57; 60; 71; 72; 80; 91-94; 98; 99; 103; 105; 114; 124; 126; 128; 148; 172; 184; 185; 187])

Определение	Компания
Это философия длительного и устойчивого развития, которая позволяет гармонично интегрировать успешный бизнес с базовыми общечеловеческими ценностями и приоритетами национального развития	«ДТЭК»
Создание благоприятных условий для жизни и работы в населенных пунктах, где расположены предприятия Группы	«СКМ»
Основывается на четырех сферах, в которых сосредоточены ключевые приоритеты бизнеса и заинтересованных сторон: инвестиции в людей, инвестиции в экологическую сталь, инвестиции в регион и город, прозрачное руководство	«АрселорМитал»
Поэтапное и целенаправленное внедрение собственных инициатив в отношениях с работниками, сохранении окружающей среды, благотворительной деятельности и сотрудничества с общинами.	«Нібулон»
Это понятие, которое определяет позицию банка по отношению к своей стране, обществу, сотрудникам и окружающей среде	«PLATINUM BANK»
<p>Определяется через ответы на следующие вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – как компания «Эрнст энд Янг» может помочь обществу достичь качественных изменений? – что мы можем сделать для устойчивого развития планеты? – во что лучше инвестировать сегодня, чтобы создать условия для успешного развития компании и общества завтра? 	«Ernst & young» Украина
Ответственное отношение к своему продукту, потребителям, персоналу и партнерам.	«Оболонь»
Основана на интеграции социальных, экономических и экологических элементов устойчивого развития в стратегии деятельности компании.	«Метинвест»
Это ведения бизнеса в гармонии с обществом, добровольно взятые обязательства компании и активное участие в социальном и экономическом развитии страны.	«Киевстар»
<p>Это философия бизнеса, которая проявляется на трех уровнях:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на уровне ежедневной операционной деятельности компании: все продукты, услуги и бизнес-практики компании должны соответствовать определенным стандартам качества и быть «дружественными к потребителю»; – на корпоративном уровне: это означает неукоснительное выполнение компанией своих обязательств перед сотрудниками, поставщиками, партнерами; – на уровне потребностей общества: это означает соответствие деятельности компании не только интересам ее потребителей, но и более разнообразным социальным сообществам независимо от того являются они абонентами МТС или нет. 	«МТС»
Это постоянное внимание к нравственному ведению бизнеса и вклад в развитие экономики, создание условий для улучшения уровня жизни как работников и их семей, так и местных общин и общества в целом.	«МЕТРО Кеш энд Кери Украина»
Заключается в активном и планомерном участии в экономическом, экологическом и социальном развитии общества, в сотрудничестве с заинтересованными сторонами.	«Надра Банк»

Таблица Е.4 – Систематизация структурных элементов (социальных и экономических) институтов в работах ученых с указанием причастности к институту социальной ответственности бизнеса (составлено автором на основе [68; 116; 176; 190; 202])

Структурные элементы (социального и экономического) института	Ученые									Структурный элемент института социальной ответственности и бизнеса	Институциональный признак института социальной ответственности бизнеса
	Дж. Бернارد	Л. Томпсон	Г. Ландберг	С. Шраг	О. Ларджен	С. С. Фролова	Н.Н. Думная	А.А. Герасимчук	Е.Ю. Березина		
Цели и задачи института	+	+	+	+	+					-	+
Образцы, или правила поведения:	+	+				+	+	+	+	+	+
– элементы «основного закона» – конституционные правила							+	+	+	+	+
– правила, которые не должны противоречить элементам высшего уровня: законы, кодексы и другие нормативные акты							+	+	+	+	+
– внутренние «правила игры»							+	+	+	+	+
Символические черты	+	+				+				-	+
Утилитарные черты	+	+				+				-	+
Устные и письменные традиции	+	+				+				+	+
Идеология						+				-	+
Специализированные учреждения								+		+	-
Специализированные профессиональные субъекты института								+		+	-
Меры социального контроля								+		+	-

Таблица Е.5 – Институциональные признаки института социальной ответственности бизнеса (составлено автором)

№	Институциональный признак	Характеристика признака
1	Цель и задачи	<p>Цель – удовлетворение интересов всех групп заинтересованных сторон на взаимовыгодных условиях для достижения как экономических, так и социальных результатов.</p> <p>Задачи института:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создание долгосрочных перспектив для бизнеса; – согласование интересов общества и бизнеса; – усиление влияния на изменения в обществе; – улучшение показателей деятельности бизнеса; – повышение инвестиционной привлекательности бизнеса.
2	Установки и образцы поведения	Имеют как обязывающий (на законодательном уровне), так и добровольный характер, т.е. устанавливают определенное должное поведения участников института социальной ответственности бизнеса (субъектов хозяйствования и заинтересованных сторон), их взаимные права и обязанности.
3	Символические признаки	Символические признаки – это образы, представления об институте, отражающие его специфические черты в концентрированном виде (логотип экономического субъекта, фабричная марка и т.д.).
4	Утилитарные признаки	Утилитарные признаки являются основой повседневного функционирования института социальной ответственности бизнеса, поскольку выступают в виде материального воплощения института (важными утилитарными чертами бизнеса являются, например, магазин или оборудование, общества в целом – совокупность зданий, вещей, предметов).
5	Традиции	Традиции института социальной ответственности бизнеса выступают регулятором общественных отношений. Обусловленные историческим развитием экономических и социальных отношений в конкретных условиях, традиции ведения бизнеса, традиции бизнес-этики передаются из поколения в поколение (традиции меценатства и т.п.)
6	Идеология	Идеология института социальной ответственности заключается в системе взглядов и идей, благодаря которой удовлетворяются интересы всех групп заинтересованных сторон на взаимовыгодных условиях для достижения как экономических, так и социальных результатов. Другими словами, идеология института социальной ответственности бизнеса – это определенный набор идеалов, которые объясняют, как бизнес и общество должны сосуществовать и предлагают проекты определённого общественного и экономического порядка.

Приложение И

Международные стандарты социальной ответственности бизнеса

Таблица И.1 – Международные стандарты социальной ответственности бизнеса

(составлено автором на основе [74])

Полное название	Сокращенное название	Основное содержание
AccountAbility AA1000	AA 1000	Принципы подготовки социальных отчетов на базе диалога со стейкхолдерами
Asia-Pacific Economic Cooperation	АПЕС	Кодекс деловой практики стран Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества
Amnesty International	Amnesty	Руководящие принципы по соблюдению корпорациями прав человека
Agence de Rating Social et Environmental sur les Entreprises	ASPI	Индексы устойчивых показателей деятельности для компаний, акции которых котируются на Европейском фондовом рынке
Caux Round Table: Principles for Business	Caux	Принципы ведения социально ответственного бизнеса
European Foundation for Quality Management	EFQM	Модель и принципы достижения эффективности бизнеса согласно с интересами общества
Benchmarks for Measuring Business Performance	Benchmarks	Стандарты и принципы действий социально ответственной компании, совместный проект Interfaith Center of Corporate Responsibility (ICCR, США), The Ecumenical Council for Corporate Responsibility (ECCR, Филиппины), The Christian Centre for Socially Responsible Investment (CCSRI, Австралия; KAIROS-Canada, Канада)
The Eco- Management and Audit Scheme	EMAS	Стандарты (положения) для оценки, раскрытия и улучшения экологических показателей компании
Ethical Trading Initiative	ETI	Стандарты трудовых отношений
Eco-labels and Green Stickers	Eco-label	Система экологической оценки компаний
FTSE4Good Index Series	FTSE4	Индекс FTSE для компаний, которые придерживаются глобальных принципов корпоративной ответственности
Global Reporting Initiative	GRI	Принципы и стандарты социальной и экологической отчетности
International Federation of Organic Agriculture Movements	IFOAM	Принципы устойчивости ведения бизнеса для компаний агропромышленного сектора

Полное название	Сокращенное название	Основное содержание
International Organization for Standardization (ISO9000/14001)	ISO 9000, ISO 14001	Стандарты ISO в области управления качеством и охраны окружающей среды
Guidance on social responsibility	ISO 26000	Руководство к принципам, которые лежат в основе социальной ответственности, основных тем и проблем, касающихся социальной ответственности, и способов интеграции социально ответственного поведения в стратегии, системы, практики и процессы организации
Social responsibility. Requirement	IC CSR-08260008000	Руководство по удовлетворению интересов потребителей, охране окружающей среды, экономному использованию ресурсов, поддержке местного сообщества, управлению социальной ответственностью

Таблица И.2 – Характеристика международных стандартов социальной ответственности бизнеса: GRI, AA1000, Глобальный договор ООН и ISO 26000
(составлено автором на основе [58; 74; 121; 134])

<i>Руководство по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности (GRI)</i>	
Описание	Стандарт подготовки отчетности в области устойчивого развития. В 2013 году опубликована новая версия Руководства – G4, в которой все показатели деятельности делятся на три категории: экономические, экологические и социальные
Распространенность	Отчеты на основе GRI или в соответствии с принципами GRI выпускают более 4 000 предприятий в разных странах мира.
Отрасли применения	Предприятия всех отраслей.
Основные направления	Корпоративное управление; права человека; трудовые практики; воздействие на окружающую среду; добросовестные деловые практики; взаимодействие с потребителями; работа с местными сообществами.
Веб-сайт	https://www.globalreporting.org
<i>Стандарты серии AA1000</i>	
Описание	<ul style="list-style-type: none"> – AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008) предоставляет предприятиям рекомендации по управлению устойчивым развитием; – AA1000 Assurance Standard (2008) предоставляет аудиторам методологию для оценки степени соответствия организации принципам AccountAbility; – AA1000 Stakeholder Engagement Standard (2012) направлен на гармонизацию взаимодействия предприятия с заинтересованными сторонами.
Распространенность	Положения стандартов находят применения в деятельности предприятий из стран Северной Америки, Европейского союза, Латинской Америки, Ближнего Востока, Южной Африки и других развивающихся стран.
Отрасли применения	Финансовые услуги; энергетика; фармацевтическая промышленность; добывающая промышленность; пищевая промышленность; телекоммуникации; производство потребительских товаров.
Основные направления	Корпоративное управление; права человека; трудовые практики; воздействие на окружающую среду; добросовестные деловые практики; взаимодействие с потребителями; работа с местными сообществами.
Веб-сайт	http://www.accountability.org

<i>Глобальный договор ООН</i>	
Описание	Глобальный Договор ООН требует от компаний-подписантов соблюдения 10 принципов в области прав человека, трудовых отношений, окружающей среды и противодействия коррупции. Глобальный Договор включает также несколько механизмов, применяемых в указанных областях: механизм обучения бизнесу и соблюдению прав человека (Business and Human Rights Learning Tool), руководство по разработке политики в области прав человека (Guide to Develop Human Rights Policy), передовой опыт в области предотвращения торговли людьми и противодействия такому явлению (Good Practices to Prevent and Combat Human Trafficking), обучающий механизм противодействия коррупции (Corruption Fighting E-learning Tool) и другие.
Распространенность	Более 10 000 корпораций и других заинтересованных сторон из более чем 130 стран применяют положения Глобального договора ООН в своей деятельности.
Отрасли применения	Предприятия всех отраслей.
Основные направления	Трудовые отношения; воздействие на окружающую среду; права человека; трудовые практики; добросовестные деловые практики; работа с местными сообществами.
Веб-сайт	http://globalcompact.ru
<i>Стандарт ISO 26000</i>	
Описание	Руководство для предприятий, желающих вести социально ответственную деятельность. Помогает предприятия реализовать принципы на практике, распространяет информацию о передовом опыте в области социальной ответственности бизнеса.
Распространенность	Положениями стандарта руководствуются предприятия в 163 странах мира.
Отрасли применения	Предприятия всех отраслей.
Основные направления	Корпоративное управление; права человека; трудовые практики; воздействие на окружающую среду; добросовестные деловые практики; взаимодействие с потребителями; работа с местными сообществами.
Веб-сайт	http://www.iso.org

Приложение К

Характеристика деятельности и задачи министерств Донецкой Народной Республики по регулированию социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Государственный орган	Характеристика деятельности	Задачи по регулированию социальной ответственности бизнеса
<p>Министерство труда и социальной политики ДНР</p>	<p>Основные цели и задачи, которые решает Министерство: обеспечение занятости и функционирования рынка труда; социальное обеспечение граждан: пенсионные, социальные и страховые выплаты; защита прав и интересов детей, реализация их права жить и воспитываться в семье; оказание реабилитационных и социальных услуг определенным категориям граждан; обеспечение инвалидов: изготовление технических средств реабилитации и т.д.</p> <p>Анализ основных целей и задач Министерства позволяет утверждать, что бизнес структуры непосредственно являются объектами внимания данного Министерства по ряду вопросов экономической, трудовой и социальной сферы.</p> <p>Учитывая основные направления и задачи деятельности данного Министерства, можно утверждать, что именно этот орган исполнительной власти государства должен стать инициатором регулирования и регламентации социальной ответвлённой бизнеса.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – формирование и реализация государственной политики по регулированию, стимулированию социальной ответственности предприятий; – осуществление в пределах своих полномочий регулирования нормативно-правового обеспечения социально ответственной деятельности; – осуществление координационно-аналитической работы по внедрению мер социальной ответственной деятельности; – осуществление анализа отдельных социальных проектов предприятий, осуществляемых как самостоятельно, так и совместно с другими компаниями или государственными органами; – проведение консультаций с предприятиями с целью своевременного решения проблем развития социальной ответственности.
<p>Министерство экономического развития ДНР</p>	<p>Министерство экономического развития ДНР анализирует состояние и тенденции экономического и социального развития Республики, секторов и отраслей экономики, административно-территориальных единиц; разрабатывает предложения по приоритетным направлениям развития и реформирования экономики; изучает состояние взаиморасчетов в сфере хозяйственной деятельности и их влияние на развитие экономики, разрабатывает меры по совершенствованию взаиморасчетов между субъектами хозяйствования и повышению платежной дисциплины; определяет влияние рынка банковских услуг, валютного, фондового, страхового и других рынков финансовых услуг на экономическое развитие государства и т.п. Однако никакой деятельности, направленной на развитие и, соответственно, регламентацию социальной ответственности, не осуществляет.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – формирование и реализация государственной политики по стимулированию и развитию социальной ответственности предприятий; – анализ состояния и тенденций развития социально ответственной деятельности в ДНР; – осуществление методического руководства и координации по развитию социальной ответственности бизнеса в государстве; – разработка стратегий и механизмов внедрения социальной ответственности в деятельность предприятий ДНР; – разработка предложений по ведению социально ответственной деятельности предприятий.

Окончание приложения К

Государственный орган	Характеристика деятельности	Задачи по регулированию социальной ответственности бизнеса
<p>Министерство экономического развития ДНР / Инспекция по защите прав потребителей</p>	<p>Инспекция по защите прав потребителей является специально уполномоченным республиканским органом исполнительной власти Донецкой Народной Республики, осуществляющим государственный контроль соблюдения законодательства о защите прав потребителей Инспекция уполномочена проводить плановые и внеплановые проверки соблюдения субъектами предпринимательской деятельности требований Закона Донецкой Народной Республики «О защите прав потребителей»; проверять у субъектов хозяйствования качество продукции, соблюдение обязательных требований к безопасности продукции и т.д.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – реализация государственного рыночного надзора за деятельностью предприятий по вопросам защиты прав потребителей; – оказание организационно-методической помощи предприятиям в сфере социально ответственной деятельности в пределах своей компетенции; – проведение консультаций с предприятиями с целью своевременного решения проблем, связанных с защитой прав потребителей.
<p>Министерство агропромышленной политики и продовольствия ДНР / Главное управление экологии и природных ресурсов ДНР</p>	<p>В пределах своих полномочий Управление обеспечивает реализацию государственной политики Донецкой Народной Республики в сфере охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов, обращения с отходами, обеспечения экологической и радиационной (в пределах своей компетенции) безопасности, государственного мониторинга окружающей среды на территории Донецкой Народной Республики. Основными задачами Управления являются: осуществление государственного управления в области охраны окружающей среды на территории Донецкой Народной Республики; реализация государственной политики в сфере охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов; осуществление государственного контроля (надзора) в сфере охраны окружающей среды за соблюдением требований природоохранного законодательства; координация деятельности органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, иных организаций по охране окружающей среды и т.д. Управление также обеспечивает нормативно-правовое регулирование в области охраны окружающей среды.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – обеспечение в пределах своих полномочий нормативно-правового регулирования социально ответственной деятельности в рамках природоохранных мероприятий предприятий; – осуществление координационно-аналитической работы по внедрению мер социальной ответственной деятельности относительно природоохранных мероприятий; – согласование вопросов проведения предприятиями масштабных природоохранных мероприятий; – контроль мероприятий по выполнению экологических обязательств предприятий; – формирование информации о приоритетных направлениях природозащитных мероприятий для государства и предприятий; – проведение мониторинга внедрения природоохранных технологий в деятельность предприятий.

Приложение Л

Основные информационные потоки социальной ответственности бизнеса на предприятии и структура расходов на социальную ответственность предприятия

Таблица Л.1 – Основные информационные потоки социальной ответственности бизнеса на предприятии
(составлено автором)

№	Источник информации	Содержание информации	
		На входе	На выходе
1	Планово-экономический отдел	<ul style="list-style-type: none"> – информация о планах проведения социальных мероприятий и программ; – информация о запланированных условиях проведения социальных мероприятий и программ: тарифные условия, оклады, расценки и т.д.; – информация о планах и необходимые расчеты по обеспечению последующих расходов на социально ответственную деятельность. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на индивидуальную (самостоятельную) реализацию социальных мероприятий; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с государственными органами; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с другими субъектами хозяйствования; – расходы на инновационные социальные проекты и т.д.
2	Производство	<ul style="list-style-type: none"> – информация о плановой и фактической стоимости мероприятий по повышению эффективности производства, уменьшению физической нагрузки на сотрудников; – информация о предоставлении продукции, товаров, работ, услуг для проведения социальных мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы, связанные с использованием самостоятельно изготовленных товаров, работ, услуг и т.д. для проведения социальных мероприятий и программ; – расходы на повышение эффективности производства, уменьшение физической нагрузки на сотрудников;
3	Отдел кадров	<ul style="list-style-type: none"> – информация о фактической (и плановой) продолжительности рабочего дня; – информация о штатном расписании; – информация об условиях материального поощрения работников; – информация о движении кадров; – информация о наличии работников, нуждающихся в особых условиях труда (инвалиды и т.д.); – информация о необходимости создания новых рабочих мест. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на проведение исследований относительно удовлетворённости работниками отношением к ним, исследования климата в коллективе и т.д.; – расходы на создание необходимых условий для работников, нуждающихся в особых условиях труда (инвалиды и т.д.); – расходы на оптимизацию штатного расписания; – расходы на оказание материального поощрения работникам, не связанным с их трудовой деятельностью; – расходы на создание новых рабочих мест.

№	Источник информации	Содержание информации	
		На входе	На выходе
4	Отдел труда и заработной платы	<ul style="list-style-type: none"> – информация о фактически начисленной заработной плате в разрезе структурных подразделений и категорий работников; – информация о необходимости использования фонда поощрения, материальной помощи для соответствующих выплат работникам; – информация о дополнительном медицинском и пенсионном страховании работников; – информация о необходимости переподготовки и повышения квалификации персонала; – информация о необходимости удовлетворения социальных, духовных, культурных потребностей работников; – информация о проведении мероприятий, направленных на снижении текучести кадров и т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на выплату основной заработной платы; – расходы на выплату дополнительной заработной платы (премий, поощрений и т.д.); – расходы на оплату отпусков; – расходы на оплату другого неотработанного времени (время вынужденных простоев и т.п.); – расходы на социальное и пенсионное страхование (государственное и негосударственное); – расходы на функционирование столовых, медпунктов, профилакториев и тому подобное; – расходы на повышение квалификации работников; – расходы на удовлетворение социальных, духовных, культурных потребностей работников; – расходы на выявление и развитие творческих способностей работников и т.д.
5	Отдел снабжения	<ul style="list-style-type: none"> – информация о наличии претензий, заявленных заинтересованными сторонами; – информация об обеспеченности необходимыми ресурсами для проведения социальных программ и мероприятий; – информация о ценах, тарифах, ходе выполнения договорных соглашений с заинтересованными сторонами. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на решение споров с заинтересованными сторонами по поводу поставок товаров, работ, оказания услуг; – расходы на приобретение необходимых ресурсов (товаров, работ) для проведения социальных программ и мероприятий; – расходы на привлечение сторонних организаций для проведения социальных программ и мероприятий.

№	Источник информации	Содержание информации	
		На входе	На выходе
6	Отдел сбыта	<ul style="list-style-type: none"> – информация по обеспечению гарантийных обязательств; – информация о плановой и фактической стоимости мероприятий по повышению качества обслуживания покупателей, клиентов; – информация о наличии претензий, заявленных клиентами. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на решение споров с клиентами по поводу поставок товаров, работ, оказания услуг; – расходы на защиту интересов и прав потребителей; – расходы на оценку и повышение качества продукции (работ, услуг); – расходы на гарантийное и послепродажное обслуживание и т.д.
7	Отдел маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> – информация о планах проведения маркетинговых исследований относительно потребностей и ожиданий потребителей в отношении продукции или услуги субъекта хозяйствования; – информация о планах исследований микроэкономических параметров: целевых рынков, покупателей, конкурентов, каналов сбыта, поставщиков, рыночной инфраструктуры. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на проведение маркетинговых исследований относительно потребностей и ожиданий потребителей в отношении продукции или услуги субъекта хозяйствования; – расходы на исследование микроэкономических параметров; – расходы на привлечение специалистов для проведения необходимых маркетинговых исследований.
8	Отдел охраны труда и экологии	<ul style="list-style-type: none"> – информация о мероприятиях по защите охраны труда на рабочем месте; – информация о планах и необходимости внедрения природозащитных и ресурсосберегающих технологий в деятельность; – информация о планах по улучшению территории вокруг субъекта хозяйствования и в пределах населенного пункта (озеленение, оборудование детских площадок, парковочных и парковых зон и т.д.). 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на мероприятия по охране труда и средства индивидуальной защиты; – расходы на внедрение природозащитных и ресурсосберегающих технологий; – расходы на профилактику и предотвращение случаев производственных аварий, требующих ликвидации их последствий (взрывов, пожаров и т.д.); – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.

№	Источник информации	Содержание информации	
		На входе	На выходе
9	Менеджеры структурных подразделений	<ul style="list-style-type: none"> – информация о проведении плановых и необходимых социальных мероприятий и программ конкретным структурным подразделением; – информация о структуре расходов на социально ответственную деятельность конкретного структурного подразделения; – информация об отклонении в планах проведения социальных мероприятий и программ конкретным структурным подразделением. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на индивидуальную (самостоятельную) реализацию социальных мероприятий структурным подразделением; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с другими структурными подразделениями; – расходы на решение споров с заинтересованными сторонами конкретного структурного подразделения.
10	Владельцы, менеджеры высшего уровня управления	<ul style="list-style-type: none"> – информация о необходимости раскрытия тех или иных показателей социально ответственной деятельности субъекта хозяйствования во внутренней управленческой социальной отчетности; – информация о дополнительных направлениях реализации социальных программ и мероприятий. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на проведение экспертной диагностики показателей социально ответственной деятельности; – расходы на проведение экспертных оценок социальной отчетности; – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.
11	Отдел контроллинга	<ul style="list-style-type: none"> – информация о перечне типовых подконтрольных показателей эффективности ведения социально ответственной деятельности; – информация об анализе возможной взаимосвязи между расходами на социально ответственную деятельность и прибылью субъекта хозяйствования; – информация о расчетах эффективности различных социальных мероприятий до и в ходе их проведения. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на усовершенствование ведения и организации социально ориентированного учета; – расходы на привлечение специалистов и сторонних организаций для проведения семинаров, тренингов и консультаций для эффективности различных социальных мероприятий, осуществляемых субъектом хозяйствования до и в ходе реализации.
12	Отдел внутреннего аудита	<ul style="list-style-type: none"> – информация о критических зонах учета, где риск возникновения ошибок или искажений отчетности наибольший; – информация о правильности ведения социально ориентированного учета; – информация об эффективности использования всех ресурсов при проведении социальных мероприятий; – информация о достоверности учета расходов на социально ответственную деятельность. 	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на исправление ошибок в ведении и организации социально ориентированного учета; – расходы на привлечение специалистов и сторонних организаций для проведения семинаров, тренингов и консультаций для работников бухгалтерии по вопросам организации и ведения социально ориентированного учета и составления соответствующей отчетности.

Таблица Л.2 – Структура расходов на социальную ответственность перед работниками (авторская разработка)

Структура расходов на социальную ответственность перед работниками			
1	2	3	4
Расходы на социальную ответственность перед работниками	Расходы на трудовые отношения	Расходы на оплату труда	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на выплату основной заработной платы; – расходы на выплату дополнительной заработной платы (премий, поощрений и т.д.); – расходы на оплату отпусков;
		Расходы на страхование	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на оплату другого неотработанного времени (время вынужденных простоев и т.п.); – расходы на социальное и пенсионное страхование (государственное и негосударственное);
		Расходы на обучение работников	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на повышение квалификации работников; – расходы на создание новых рабочих мест. – расходы на выявление и развитие творческих способностей работников и т.д.
	Расходы на улучшение условий и охрану труда	Расходы на улучшение условий труда	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на повышение эффективности производства, уменьшение физической нагрузки на сотрудников; – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.
		Расходы на охрану труда	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на мероприятия по охране труда и средства индивидуальной защиты; – расходы на профилактику и предотвращение случаев производственных аварий, требующих ликвидации их последствий (взрывов, пожаров и т.д.); – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.

1	2	3	4
Расходы на социальную ответственность перед работниками	Расходы на проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями	Расходы на самостоятельное проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на приобретение необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями; – расходы на оплату труда работников, за проведение социальных мероприятий.
		Расходы на проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями при помощи сторонних организаций	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на приобретение необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями; – расходы на привлечение сторонних организаций для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями.
	Другие расходы на социальную ответственность перед работниками	Расходы на оказание помощи работникам	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на оказание материального поощрения работникам, не связанным с их трудовой деятельностью; – расходы на проведение исследований относительно удовлетворённости работниками отношением к ним, исследования климата в коллективе и т.д.; – расходы на удовлетворение социальных, духовных, культурных потребностей работников; – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.
		Другие расходы на социальную ответственность перед работниками	

Таблица Л.3 – Структура расходов на социальную ответственность перед обществом (авторская разработка)

Структура расходов на социальную ответственность перед обществом			
1	2	3	4
Расходы на социальную ответственность перед обществом	Расходы на экологию	Расходы на предупреждение загрязнения окружающей среды	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на внедрение природозащитных и ресурсосберегающих технологий; – расходы на профилактику и предотвращение случаев производственных аварий, требующих ликвидации их последствий (взрывов, пожаров и т.д.);
		Расходы на компенсацию негативных последствий деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на научно-исследовательские работы, связанные с текущей экологической деятельностью; – расходы на содержание природоохранных объектов; – расходы, связанные с управлением природоохранной деятельностью;
		Расходы на переработку или утилизацию отходов	<ul style="list-style-type: none"> – расходы по устранению негативных последствий, вызванных чрезмерными выбросами (сбросами) в окружающую среду; – расходы на сбор производственных отходов; – расходы на транспортировку производственных отходов.
	Расходы на защиту прав потребителей	Расходы на оценку и повышение качества продукции (работ, услуг)	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на защиту интересов и прав потребителей; – расходы на оценку и повышение качества продукции (работ, услуг);
		Расходы на обслуживание потребителей и т.д.	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на проведение маркетинговых исследований относительно потребностей и ожиданий потребителей в отношении продукции или услуги субъекта хозяйствования; – расходы на гарантийное и послепродажное обслуживание и т.д.

Окончание таблицы Л.3

1	2	3	4
Расходы на социальную ответственность перед обществом	Расходы на проведение социальных мероприятий	Расходы на самостоятельное проведение социальных мероприятий	– расходы на индивидуальную (самостоятельную) реализацию социальных мероприятий;
		Расходы на совместное проведение социальных мероприятий	– расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с государственными органами; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с другими субъектами хозяйствования; – расходы на инновационные социальные проекты и т.д.
	Другие расходы на социальную ответственность перед обществом	Расходы на решение споров с заинтересованными сторонами	– расходы на решение споров с заинтересованными сторонами по поводу поставок товаров, работ, оказания услуг;
		Другие расходы на социальную ответственность перед обществом	– расходы на решение споров с клиентами по поводу поставок товаров, работ, оказания услуг; – расходы на усовершенствование информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса и т.д.

Приложение М

Анкета тестирования оценки состояния информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса (авторская разработка)

Параметры и критерии	Анкета тестирования	Характеристика показателя
1. ОБЪЕКТ		
<i>1.1. Условия формирования объектов СОБ</i>		
1.1.1. Прогнозирование объектов	Прогнозируются ли объекты СОБ?	г) не прогнозируются; д) прогнозируются не регулярно; е) прогнозируются.
1.1.2. Мониторинг социальных программ и мероприятий	Проводится ли регулярный мониторинг результатов и последствий проведения социальных программ и мероприятий?	г) не проводится; д) проводится не регулярно; е) проводится.
1.1.3. Обеспечение условий накопления информации об объектах СОБ	Обеспечены ли условия накопления информации об объектах СОБ?	а) не обеспечены; б) обеспечены частично; в) обеспечены.
1.1.4. Оценка социальной ответственности конкурентов	Есть ли у предприятия конкуренты в сфере социальной ответственности бизнеса?	а) конкуренты не известны; б) конкуренты известны, но особенности их СОБ не известны; в) известны все конкуренты и особенности их СОБ.
<i>1.2. Условия доступа к объектам СОБ</i>		
1.2.1. Определение круга структурных подразделений или должностных лиц, принимающих решения о проведении и реализации социальных программ и мероприятий	Определен ли круг структурных подразделений или должностных лиц, принимающих решения о проведении и реализации социальных программ и мероприятий?	а) не определен; б) определен формально; в) определен, утвержден и действует.
1.2.2. Планирование социальных программ и мероприятий	Планирует ли предприятие социальные программы и мероприятия?	а) не планирует; б) план имеется, но не всегда соблюдается; в) план имеется и всегда соблюдается.
1.2.3. Возможность оперативного	Возможно ли оперативно внести	а) невозможно;

влияния на ход проведения и реализации социальных программ и мероприятий	изменения в ходе проведения и реализации социальных программ и мероприятий?	б) возможно частично; в) возможно.
<i>1.3. Организация ответственности за объекты СОБ</i>		
1.3.1. Ответственность за проведение социальных программ и мероприятий	Существует ли ответственность за проведение социальных программ и мероприятий на предприятии?	а) не существует; б) формально существует; в) существует.
1.3.2. Устные поручения при проведении социальных программ и мероприятий	Превышает ли количество устных поручений над письменными при проведении социальных программ и мероприятий на предприятии?	а) не превышает; б) превышает незначительно; в) значительно превышает.
1.3.3. Стимулирование роста ответственности при проведении социальных программ и мероприятий	Проводится ли стимулирование роста ответственности при проведении социальных программ и мероприятий?	а) не проводится; б) проводится формально; в) проводится регулярно.
<i>1.4. Организация контроля за объектами СОБ</i>		
1.4.1. Наличие утвержденного графика проверок проведения социальных программ и мероприятий	Существует ли утвержденный график проверок проведения социальных программ и мероприятий?	а) не существует; б) формально существует; в) существует.
1.4.2. Проведение внезапных проверок в ходе проведения социальных программ и мероприятий	Проводятся ли внезапные проверки в ходе проведения социальных программ и мероприятий?	а) не проводятся; б) проводятся периодически; в) проводятся регулярно.
1.4.3. Проведение проверок при изменении плана проведения социальных программ и мероприятий	Проводятся ли проверки при изменении плана проведения социальных программ и мероприятий?	а) не проводятся; б) проводятся фрагментарно; в) проводят регулярно.
<i>1.5. Санкционирование операций с объектами СОБ</i>		
1.5.1. Наличие процедур по защите	Существуют ли процедуры защиты от	а) не существуют;

от несанкционированного доступа к информации о социальной ответственности предприятия	несанкционированного доступа к информации о социальной ответственности предприятия?	б) существуют формально; в) существуют и постоянно проводятся.
1.5.2. Наличие перечня операций, осуществляемых только с разрешения руководителя предприятия	Установлен ли перечень операций, осуществляемых только с разрешения руководителя предприятия?	а) не установлен; б) установлен формально; в) установлен и постоянно действует.
1.5.3. Наличие перечня документов, на которых обязательна виза руководителя предприятия	Установлен ли перечень документов, на которых обязательна виза руководителя предприятия?	а) не установлен; б) установлен формально; в) установлен и постоянно действует.
1.5.4. Определение круга структурных подразделений или должностных лиц, уполномоченных осуществлять операции со средствами предприятия (оборотными и необоротными) при проведении и реализации социальных программ и мероприятий	Определен ли круг структурных подразделений или должностных лиц, уполномоченных осуществлять операции со средствами предприятия (оборотными и необоротными) при проведении и реализации социальных программ и мероприятий?	а) не определен; б) определен формально; в) определен, утвержден и действует.

2. СУБЪЕКТ

2.1. Кадровая политика

2.1.1. Текучесть кадров	На каком уровне находится текучесть кадров работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий?	а) высокий уровень; б) средний уровень; в) низкий.
2.1.2. Подбор кадров для проведения социальных программ и мероприятий	Каким образом происходит выбор работников для проведения социальных программ и мероприятий?	а) по желанию руководства; б) по рекомендации других работников и руководителей структурных подразделений; в) проводится отбор претендентов.
2.1.3. Периодическая ротация кадров	Проводится ли ротация кадров, занятых проведением социальных программ и	а) не проводятся; б) проводятся периодически;

	мероприятий?	в) проводятся регулярно.
2.1.4. Стимулирование работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий	Существует ли система стимулирования работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий?	а) не существует; б) существует формально; в) существуют и постоянно проводятся.
2.1.5. Проведение инструктажей по выполнению работниками должностных обязанностей	Проводятся ли инструктажи по выполнению работниками должностных обязанностей?	а) не проводятся; б) проводятся периодически; в) проводятся регулярно.
2.1.6. Мероприятия по предотвращению конфликтов интересов заинтересованных сторон	Проводятся ли мероприятия по предотвращению конфликтов интересов заинтересованных сторон?	а) не проводятся; б) проводятся периодически; в) проводятся регулярно.
<u>2.2. Профессиональная компетенция работников</u>		
2.2.1. Проведение аттестаций работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий	Проводится ли аттестация работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий?	а) не проводятся; б) проводятся периодически; в) проводятся регулярно.
2.2.2. Наличие системы подготовки и повышения квалификации работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий	Существует ли система подготовки и повышения квалификации работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий?	а) не существует; б) существует формально; в) существуют и постоянно проводятся.
2.2.3. Уровень квалификации работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий	Какой уровень квалификации работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий?	а) низкий (отсутствие высшего образования); б) средний (высшее образование); в) высокий (высшее образование, значительный опыт работы).
<u>2.3. Этика работников</u>		
2.3.1. Наличие кодекса поведения (этики)	Разработан ли кодекс поведения (этики)?	а) не разработан; б) разработан формально; в) разработан, утвержден и действует.
2.3.2. Наличие фактов нарушения кодекса поведения (этики)	Есть ли факты нарушения кодекса поведения (этики)?	а) факты нарушения есть; б) факты нарушения есть, но они незначительные;

		в) факты нарушения отсутствуют.
2.3.3. Изучение и анализ фактов нарушения кодекса поведения (этики)	Проводится ли изучение и анализ фактов нарушения кодекса поведения (этики)?	а) не проводятся; б) проводятся периодически; в) проводятся регулярно.
<i>2.4. Организационная структура предприятия</i>		
2.4.1. Соответствие организационной структуры предприятия практике проведения социальных программ и мероприятий	Соответствует ли организационная структура предприятия практике проведения социальных программ и мероприятий?	а) не соответствует; б) соответствует частично; в) полностью соответствует.
2.4.2. Внимание структурных подразделений и должностных лиц к социальной ответственности бизнеса	Какое внимание уделяют структурные подразделения и должностные лица социальной ответственности бизнеса?	а) недостаточное; б) удовлетворительное; в) СОБ уделяется должное внимание
2.4.3. Наличие системы информационных коммуникаций между внутренними и внешними заинтересованными сторонами предприятия	Разработана ли система информационных коммуникаций между внутренними и внешними заинтересованными сторонами предприятия?	а) не разработана; б) разработана формально; в) разработана и действует.
<i>2.5. Обеспеченность работников регламентами деятельности</i>		
2.5.1. Наличие утвержденных должностных инструкций работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий	Разработаны ли должностные инструкции работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий?	а) не разработаны; б) разработаны формально; в) разработаны, утверждены и действуют.
2.5.2. Наличие разработанного положения о социальной ответственности предприятия (или положения об отделе социальной ответственности)	Разработано ли положение о социальной ответственности предприятия (или положение об отделе социальной ответственности)?	а) не разработано; б) разработано формально; в) разработано, утверждено и действует.

2.5.3. Наличие стратегии развития социальной ответственности для работников предприятия	Разработана ли стратегия развития социальной ответственности для работников предприятия?	а) не разработана; б) разработана фрагментарно и не охватывает все направления СОБ; в) разработана, утверждена и действует.
<u>2.6. Распределение прав и обязанностей</u>		
2.6.1. Наличие четкого распределения полномочий работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий	Существует ли четкое распределение полномочий работников, занятых проведением социальных программ и мероприятий?	а) не существует; б) существует частично; в) существуют и постоянно действует.
2.6.2. Наличие ответственности работников за нарушения при проведении социальных программ и мероприятий	Установлена ли ответственность за нарушения при проведении социальных программ и мероприятий работниками?	а) не установлена; б) установлена частично; в) установлена.
2.6.3. Распределение ответственности и полномочий работников при проведении социальных программ и мероприятий	Как происходит распределение ответственности и полномочий работников при проведении социальных программ и мероприятий?	а) происходит хаотично; б) неформальное распределение ответственности и полномочий руководством; в) ответственность и полномочия документально закреплены.
2.6.4. Распределение обязанностей работников при формировании информации о социальной ответственности бизнеса и составлении соответствующей отчетности.	Как происходит распределение обязанностей работников при формировании информации о социальной ответственности бизнеса и составлении соответствующей отчетности?	а) происходит хаотично; б) неформальное распределение ответственности и полномочий руководством; в) ответственность и полномочия документально закреплены.
2.6.5. Информирование высшего руководства о нарушениях при проведении социальных программ и мероприятий работниками	Информируется ли высшее руководство о нарушениях при проведении социальных программ и мероприятий работниками?	а) не информируется; б) информируется эпизодично, в письменной форме или неформально; в) информируется регулярно.
2.6.6. Корректировка распределения	Проводится ли корректировка	а) не проводится; б) проводится формально;

ответственности и полномочий работников при проведении социальных программ и мероприятий	распределения ответственности и полномочий работников при проведении социальных программ и мероприятий?	в) проводится регулярно.
3. ПРОЦЕСС		
<i>3.1. Организация информационного обеспечения СОБ</i>		
3.1.1. Наличие стандартов, положений, методик, регламентирующих механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса	Разработаны ли стандарты, положения, методики, регламентирующие механизм формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса?	а) не разработаны; б) разработаны формально; в) разработаны, утверждены и действуют.
3.1.2. Планирование и организация процесса формирования информации о социальной ответственности бизнеса	Планируется ли процесс формирования информации о социальной ответственности бизнеса (маршрутные карты потоков информации, документограммы и т.п.)?	а) не планируется; б) планируется нерегулярно; в) планируется систематически.
3.1.3. Адаптация организационной структуры предприятия к процессу формирования информации о социальной ответственности бизнеса	Происходит ли адаптация организационной структуры предприятия к процессу формирования информации о социальной ответственности бизнеса?	а) не происходит; б) происходит частично; в) происходит.
<i>3.2. Методика формирования информационного обеспечения СОБ</i>		
3.2.1. Разработка и соблюдение графиков документооборота	Разработаны ли графики документооборота?	а) не разработаны; б) разработаны фрагментарно; в) разработаны и соблюдаются.
3.2.2. Соответствие структуры и содержания учетных документов информационным потребностям работников, занятых проведением	Соответствует ли структура и содержание учетных документов информационным потребностям работников, занятых проведением	а) недостаточно соответствует; б) достаточно соответствует только по отдельным направлениям СОБ; в) полностью соответствует.

социальных программ и мероприятий	социальных программ и мероприятий?	
3.2.3. Ведение журналов регистрации документов	Ведутся ли журналы регистрации документов?	а) не ведутся; б) ведутся периодически; в) ведутся регулярно.
<i>3.3. Техника формирования информационного обеспечения СОБ</i>		
3.3.1. Накопление информации о СОБ на бумажных носителях	Накапливается ли информация о СОБ на бумажных носителях?	а) нет; б) накапливается, но не в полном объеме; в) вся информация содержится на бумажных носителях.
3.3.2. Автоматизация процесса формирования информации о СОБ	Автоматизирован ли процесс формирования информации о СОБ?	а) нет; б) частично автоматизирован; в) полностью автоматизирован.
3.3.3. Наличие резервной копии информации о СОБ	Существует ли резервная копия информации о СОБ?	а) не существует; б) существует только по отдельным направлениям СОБ; в) существует, регулярно обновляется.
<i>3.4. Защита информации</i>		
3.4.1. Ограничение доступа к электронной обработке данных	Ограничен ли доступ к электронной обработке данных?	а) не ограничен; б) ограничен формально; в) ограничен при помощи паролей.
3.4.2. Кодирование информации	Осуществляется ли кодирование информации?	а) не осуществляется; б) кодируются только некоторые документы; в) осуществляется сплошное кодирование информации.
3.4.3. Контроль базы данных заинтересованных сторон	Осуществляется ли контроль базы данных заинтересованных сторон предприятия?	а) не осуществляется; б) осуществляется фрагментарно; в) осуществляется регулярно.
4. РЕЗУЛЬТАТ ПРОЦЕССА		
<i>4.1. Подготовка внутренней отчетности</i>		
4.1.1. Технология ведения учета и составления внутренней отчетности	Разработана ли технология ведения учета и составления внутренней отчетности?	а) не разработана; б) разработана, но не оформлена;

		в) разработана, оформлена и соблюдаются.
4.1.2. Наличие разработанных форм внутренней отчетности	Разработаны ли формы внутренней отчетности?	а) не разработаны; б) разработаны, но не утверждены; в) разработаны и утверждены.
4.1.3. Наличие графика составления внутренней отчетности	Разработан и соблюдается ли график составления внутренней отчетности?	а) не разработан; б) разработан, но не соблюдается; в) разработан и соблюдается.
<i>4.2. Подготовка внешней отчетности</i>		
4.2.1. Технология ведения учета и составления внешней отчетности	Разработана ли технология ведения учета и составления внешней отчетности?	а) не разработана; б) разработана, но не оформлена; в) разработана, оформлена и соблюдаются.
4.2.2. Взаимосвязь показателей внешней и внутренней отчетности	Существует ли взаимосвязь между показателями внешней и внутренней отчетности?	а) не существует; б) существует по отдельным направлениям СОБ; в) существует.
4.2.3. Составление социальной отчетности	Составляет ли предприятие социальную отчетность?	а) не составляет; б) составляет периодически по отдельным направлениям СОБ; в) составляет регулярно по всем направлениям СОБ.
4.2.4. Наличие графика составления социальной отчетности	Разработан и соблюдается ли график составления социальной отчетности?	а) не разработан; б) разработан, но не соблюдается; в) разработан и соблюдается.
4.2.5. Взаимосвязь финансовых и нефинансовых показателей в социальной отчетности	Существует ли взаимосвязь между финансовыми и нефинансовыми показателями в социальной отчетности?	а) не существует; б) существует по отдельным направлениям СОБ; в) существуют.

Приложение Н

Матрицы попарных сравнений критериев оценки информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

Таблица Н.1 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют условия доступа к объектам СОБ (параметр 1.2)

Критерии	1.2.1	1.2.2	1.2.3	Локальный приоритет
1.2.1	1	1/5	1	<u>0,18</u>
1.2.2	5	1	1/4	<u>0,33</u>
1.2.3	1	4	1	<u>0,49</u>

Таблица Н.2 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют организацию ответственности за объекты СОБ (параметр 1.3)

Критерии	1.3.1	1.3.2	1.3.3	Локальный приоритет
1.3.1	1	8	5	<u>0,73</u>
1.3.2	1/8	1	1/4	<u>0,07</u>
1.3.3	1/5	4	1	<u>0,2</u>

Таблица Н.3 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют организацию контроля за объектами СОБ (параметр 1.4)

Критерии	1.4.1	1.4.2	1.4.3	Локальный приоритет
1.4.1	1	1/9	1/7	<u>0,06</u>
1.4.2	9	1	1/3	<u>0,32</u>
1.4.3	7	3	1	<u>0,62</u>

Таблица Н.4 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют санкционирование операций с объектами СОБ (параметр 1.5)

Критерии	1.5.1	1.5.2	1.5.3	1.5.4	Локальный приоритет
1.5.1	1	4	6	1/7	<u>0,25</u>
1.5.2	1/4	1	1/2	1/3	<u>0,08</u>
1.5.3	1/6	2	1	1/4	<u>0,1</u>
1.5.4	7	3	4	1	<u>0,56</u>

Таблица Н.5 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют кадровую политику (параметр 2.1)

Критерии	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.1.4	2.1.5	2.1.6	Локальный приоритет
2.1.1	1	1/3	5	1	6	1/4	<u>0,18</u>
2.1.2	3	1	7	5	2	1/3	<u>0,31</u>
2.1.3	1/5	1/7	1	2	4	1	<u>0,12</u>
2.1.4	1	1/5	1/2	1	1/3	5	<u>0,11</u>
2.1.5	1/6	1/2	1/4	3	1	1/2	<u>0,09</u>
2.1.6	4	3	1	1/5	2	1	<u>0,2</u>

Таблица Н.6 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют профессиональную компетенцию работников (параметр 2.2)

Критерии	2.2.1	2.2.2	2.2.3	Локальный приоритет
2.2.1	1	1/4	1/2	<u>0,14</u>
2.2.2	4	1	2	<u>0,57</u>
2.2.3	2	1/2	1	<u>0,29</u>

Таблица Н.7 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют этику работников (параметр 2.3)

Критерии	2.3.1	2.3.2	2.3.3	Локальный приоритет
2.3.1	1	7	1/5	<u>0,25</u>
2.3.2	1/7	1	1/6	<u>0,06</u>
2.3.3	5	6	1	<u>0,69</u>

Таблица Н.8 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют организационную структуру предприятия (параметр 2.4)

Критерии	2.4.1	2.4.2	2.4.3	Локальный приоритет
2.4.1	1	5	1/2	<u>0,44</u>
2.4.2	1/5	1	3	<u>0,28</u>
2.4.3	2	1/3	1	<u>0,28</u>

Таблица Н.9 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют обеспеченность работников регламентами деятельности (параметр 2.5)

Критерии	2.5.1	2.5.2	2.5.3	Локальный приоритет
2.5.1	1	6	4	<u>0,71</u>
2.5.2	1/6	1	2	<u>0,17</u>
2.5.3	1/4	1/2	1	<u>0,12</u>

Таблица Н.10 – Матрица попарных сравнений критериев, которые распределяют права и обязанности работников (параметр 2.6)

Критерии	2.6.1	2.6.2	2.6.3	2.6.4	2.6.5	2.6.6	Локальный приоритет
2.6.1	1	4	1/2	1/2	1/6	1/2	<u>0,1</u>
2.6.2	1/4	1	1/8	3	1/2	1/4	<u>0,07</u>
2.6.3	2	8	1	1	1/2	1/5	<u>0,17</u>
2.6.4	2	1/3	1	1	6	5	<u>0,25</u>
2.6.5	6	2	2	1/6	1	2	<u>0,22</u>
2.6.6	2	4	5	1/5	1/2	1	<u>0,19</u>

Таблица Н.11 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют организацию информационного обеспечения СОБ (параметр 3.1)

Критерии	3.1.1	3.1.2	3.1.3	Локальный приоритет
3.1.1	1	3	2	<u>0,54</u>
3.1.2	1/3	1	3	<u>0,3</u>
3.1.3	1/2	1/3	1	<u>0,16</u>

Таблица Н.12 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют методику формирования информационного обеспечения СОБ (параметр 3.2)

Критерии	3.2.1	3.2.2	3.2.3	Локальный приоритет
3.2.1	1	1/6	1/3	<u>0,09</u>
3.2.2	6	1	5	<u>0,72</u>
3.2.3	3	1/5	1	<u>0,2</u>

Таблица Н.13 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют технику формирования информационного обеспечения СОБ (параметр 3.3)

Критерии	3.3.1	3.3.2	3.3.3	Локальный приоритет
3.3.1	1	1/5	1/3	<u>0,1</u>
3.3.2	5	1	6	<u>0,72</u>
3.3.3	3	1/6	1	<u>0,18</u>

Таблица Н.14 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют защиту информации (параметр 3.4)

Критерии	3.4.1	3.4.2	3.4.3	Локальный приоритет
3.4.1	1	3	1/4	<u>0,23</u>
3.4.2	1/3	1	1/5	<u>0,1</u>
3.4.3	4	5	1	<u>0,67</u>

Таблица Н.15 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют подготовку внутренней отчетности (параметр 4.1)

Критерии	4.1.1	4.1.2	4.1.3	Локальный приоритет
4.1.1	1	2	5	<u>0,57</u>
4.1.2	1/2	1	4	<u>0,33</u>
4.1.3	1/5	1/4	1	<u>0,1</u>

Таблица Н.16 – Матрица попарных сравнений критериев, которые определяют подготовку внешней отчетности (параметр 4.2)

Критерии	4.2.1	4.2.2	4.2.3	4.2.4	4.2.5	Локальный приоритет
4.2.1	1	1/2	1/3	5	1/4	<u>0,12</u>
4.2.2	2	1	1/2	4	1	<u>0,21</u>
4.2.3	3	2	1	4	3	<u>0,38</u>
4.2.4	1/5	1/4	1/4	1	1/6	<u>0,05</u>
4.2.5	4	1	1/3	6	1	<u>0,24</u>

Приложение П

Интегральные приоритеты параметров оценки информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

Таблица П.1 – Интегральный приоритет по параметру
«условия доступа к объектам СОБ» (параметр 1.2)

Критерии	1.2.1	1.2.2	1.2.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,18	0,33	0,49	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,71	0,22	0,71	0,55

Таблица П.2 – Интегральный приоритет по параметру
«организация ответственности за объекты СОБ» (параметр 1.3)

Критерии	1.3.1	1.3.2	1.3.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,73	0,07	0,2	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,07	0,22	0,07	0,08

Таблица П.3 – Интегральный приоритет по параметру
«организация контроля за объектами СОБ» (параметр 1.4)

Критерии	1.4.1	1.4.2	1.4.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,06	0,32	0,62	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,07	0,22	0,07	0,12

Таблица П.4 – Интегральный приоритет по параметру
«санкционирование операций с объектами СОБ» (параметр 1.5)

Критерии	1.5.1	1.5.2	1.5.3	1.5.4	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,25	0,08	0,1	0,56	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,71	0,22	0,22	0,07	0,26

Таблица П.5 – Интегральный приоритет по параметру
«кадровая политика» (параметр 2.1)

Критерии	2.1.1	2.1.2	2.1.3	2.1.4	2.1.5	2.1.6	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,18	0,31	0,12	0,11	0,09	0,2	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,71	0,07	0,07	0,07	0,22	0,71	0,33

Таблица П.6 – Интегральный приоритет по параметру
«профессиональная компетенция работников» (параметр 2.2)

Критерии	2.2.1	2.2.2	2.2.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,14	0,57	0,29	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,07	0,71	0,22	0,48

Таблица П.7 – Интегральный приоритет по параметру
«этика работников» (параметр 2.3)

Критерии	2.3.1	2.3.2	2.3.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,25	0,06	0,69	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,07	0,22	0,07	0,08

Таблица П.8 – Интегральный приоритет по параметру
«организационная структура предприятия» (параметр 2.4)

Критерии	2.4.1	2.4.2	2.4.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,44	0,28	0,28	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,71	0,07	0,22	0,39

Таблица П.9 – Интегральный приоритет по параметру
«организационная структура предприятия» (параметр 2.5)

Критерии	2.5.1	2.5.2	2.5.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,71	0,17	0,12	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,22	0,07	0,07	0,18

Таблица П.10 – Интегральный приоритет по параметру
«распределение прав и обязанностей» (параметр 2.6)

Критерии	2.6.1	2.6.2	2.6.3	2.6.4	2.6.5	2.6.6	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,1	0,07	0,17	0,25	0,22	0,19	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,22	0,07	0,22	0,22	0,22	0,22	0,21

Таблица П.11 – Интегральный приоритет по параметру
«организация информационного обеспечения СОБ» (параметр 3.1)

Критерии	3.1.1	3.1.2	3.1.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,54	0,3	0,16	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,07	0,22	0,07	0,12

Таблица П.12 – Интегральный приоритет по параметру
«методика формирования информационного обеспечения» (параметр 3.2)

Критерии	3.2.1	3.2.2	3.2.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,09	0,72	0,2	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,07	0,22	0,22	0,21

Таблица П.13 – Интегральный приоритет по параметру
«техника формирования информационного обеспечения» (параметр 3.3)

Критерии	3.3.1	3.3.2	3.3.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,1	0,72	0,18	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,71	0,22	0,07	0,24

Таблица П.14 – Интегральный приоритет по параметру
«защита информации» (параметр 3.4)

Критерии	3.4.1	3.4.2	3.4.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,23	0,1	0,67	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,22	0,07	0,07	0,1

Таблица П.15 – Интегральный приоритет по параметру
«подготовка внутренней отчетности» (параметр 4.1)

Критерии	4.1.1	4.1.2	4.1.3	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,57	0,33	0,1	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,07	0,22	0,07	0,12

Таблица П.16 – Интегральный приоритет по параметру
«подготовка внешней отчетности» (параметр 4.2)

Критерии	4.2.1	4.2.2	4.2.3	4.2.4	4.2.5	Интегральный приоритет
Локальные приоритеты критериев	0,12	0,21	0,38	0,05	0,24	
Локальные приоритеты вариантов ответов	0,22	0,22	0,07	0,07	0,07	0,12

Приложение Р

Интегральные и глобальные приоритеты по элементам информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса предприятий Донецкой Народной Республики

Таблица Р.1 – Интегральные приоритеты по элементам информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса предприятий Донецкой Народной Республики (составлено автором)

Предприятие																	
Элемент	ЧАО «Металлист»	ООО «Донецкий сеточный завод»	ООО «Завод Коксохимоборудование»	ЧАО «Универсал»	ООО «Полидон»	ООО Фирма «Ангарес»	ООО «Дон-Вторма»	ООО «Карина»	ЧАО «Золотое руно-Донецк»	ООО «Логс»	ООО «АРТЕМИДА»	ООО «РОСМЕН»	ООО «Бекон-Инвест-Агро»	Кооператив «Комплекс -1»	ООО «ДОНРЕМОНТ»	ООО «Греналофф - Траст»	ООО «Сигма Лэнд»
1. Объект	0,32	0,25	0,64	0,68	0,24	0,73	0,36	0,67	0,73	0,32	0,61	0,37	0,54	0,56	0,33	0,71	0,61
2. Субъект	0,28	0,21	0,51	0,61	0,34	0,76	0,27	0,61	0,68	0,26	0,46	0,29	0,43	0,59	0,53	0,53	0,54
3. Процесс	0,16	0,14	0,27	0,52	0,22	0,54	0,34	0,58	0,46	0,12	0,43	0,27	0,46	0,49	0,42	0,67	0,63
4. Результат процесса	0,12	0,11	0,36	0,49	0,13	0,47	0,31	0,64	0,57	0,14	0,56	0,32	0,44	0,63	0,37	0,59	0,64

Таблица Р.2 – Глобальные приоритеты по предприятиям
Донецкой Народной Республики

ООО «Донецкий сеточный завод»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,25	0,21	0,14	0,11	0,16

ООО «Завод Коксохимоборудование»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,64	0,59	0,41	0,43	0,49

ЧАО «Универсал»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,68	0,61	0,52	0,49	0,55

ООО «Полидон»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,24	0,34	0,22	0,13	0,21

ООО Фирма «Антарес»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,73	0,76	0,54	0,47	0,59

ООО «Дон-Вторма»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,36	0,27	0,34	0,31	0,32

ООО «Карина»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,67	0,61	0,58	0,64	0,62

ЧАО «Золотое руно-Донецк»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,73	0,68	0,46	0,57	0,58

ООО «Логс»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,32	0,26	0,12	0,14	0,18

ООО «АРТЕМИДА»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,61	0,46	0,43	0,56	0,51

ООО «РОСМЕН»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,37	0,29	0,27	0,32	0,31

ООО «Бекон-Инвест-Агро»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,54	0,43	0,46	0,44	0,46

Кооператив «Комплекс -1»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,56	0,59	0,49	0,63	0,57

ООО «ДОНРЕМОНТ»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,33	0,53	0,42	0,37	0,41

ООО «Треналофф-Траст»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,71	0,53	0,67	0,59	0,63

ООО «Сигма Лэнд»

Элементы	1	2	3	4	Глобальный приоритет
Локальные приоритеты элементов	0,17	0,17	0,33	0,33	
Интегральные приоритеты элементов	0,61	0,54	0,63	0,64	0,61

Приложение С
Состояние информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса на предприятиях
Донецкой Народной Республики (составлено автором)

<i>Критерий</i>	Альтернативные варианты	Варианты ответов в разрезе предприятий																
		ЧАО «Металлист»	ООО «Донецкий сеточный завод»	ООО «Завод Коксохимоборудование»	ЧАО «Универсал»	ООО «Полидон»	ООО Фирма «Антарес»	ООО «Дон-Вторма»	ООО «Карина»	ЧАО «Золотое руно-Донецк»	ООО «Логс»	ООО «АРТЕМИДА»	ООО «РОСМЕН»	ООО «Бекон-Инвест-Агро»	Кооператив «Комплекс -1»	ООО «ДОНРЕМОНТ»	ООО «Греналофф -Траст»	ООО «Сигма Лэнд»
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1.1.1.	а б в	X	X			X		X			X		X					
1.1.2	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.1.3	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.1.4	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.2.1	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.2.2	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Продолжение приложения С

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1.2.3	a б в		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.3.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.3.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.3.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.4.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.4.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.4.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.5.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.5.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.5.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
1.5.4	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Продолжение приложения С

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
2.1.1	a б в		X	X		X		X			X	X	X	X		X		
2.1.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.1.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.1.4	a б в	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
2.1.5	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.1.6	a б в		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.2.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.2.2	a б в		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.2.3	a б в	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X
2.3.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.3.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.3.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Продолжение приложения С

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
2.4.1	a б в		X		X	X	X	X	X	X	X		X		X		X	X
2.4.2	a б в	X	X	X		X	X	X	X	X	X		X	X		X		X
2.4.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.5.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.5.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.5.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.6.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.6.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.6.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.6.4	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.6.5	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2.6.6	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Продолжение приложения С

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
3.1.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.1.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.1.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.2.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.2.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.2.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.3.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.3.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.3.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.4.1	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.4.2	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3.4.3	a б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Окончание приложения С

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
4.1.1	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.1.2	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.1.3	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.2.1	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.2.2	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.2.3	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.2.4	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4.2.5	а б в	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Сумма баллов		<u>30,5</u>	<u>23</u>	<u>65,5</u>	<u>77</u>	<u>29</u>	<u>81</u>	<u>45,5</u>	<u>80</u>	<u>80,5</u>	<u>26</u>	<u>71,5</u>	<u>47</u>	<u>65</u>	<u>78,5</u>	<u>57</u>	<u>80,5</u>	<u>79</u>
Уровень информационного обеспечения СОБ, %		<u>25</u>	<u>19</u>	<u>54</u>	<u>63</u>	<u>24</u>	<u>66</u>	<u>37</u>	<u>66</u>	<u>66</u>	<u>21</u>	<u>59</u>	<u>39</u>	<u>53</u>	<u>64</u>	<u>47</u>	<u>66</u>	<u>65</u>
Уровень информационного обеспечения СОБ (с учетом иерархии элементов), %		<u>19</u>	<u>16</u>	<u>49</u>	<u>55</u>	<u>21</u>	<u>59</u>	<u>32</u>	<u>62</u>	<u>58</u>	<u>18</u>	<u>51</u>	<u>31</u>	<u>46</u>	<u>57</u>	<u>41</u>	<u>63</u>	<u>61</u>

Приложение Т

Сравнительная характеристика структуры социальных отчетов компаний

Таблица Т.1 – Сравнительная характеристика структуры социальных отчетов 10 украинских компаний
(составлено автором)

Компания	Структурные элементы социального отчета																
	Описание компании	Миссия и ценности	Награды и международное признание	Поддержка принципов Глобального Договора ООН	Стратегия развития компании	Организационная структура компании	Взаимоотношение с заинтересованными сторонами	Продукты и услуги	Права человека	Трудовые отношения	Охрана труда	Общественность	Экология	Антикоррупционная деятельность	Деловая этика	Коммуникации	Социальные проекты
«ДТЕК»	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+				+	+
«Арселор Миталл»	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+
«Платинум Банк»	+		+		+	+	+	+	+	+		+	+				
«СКМ»	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			+
«Оболонь»	+	+	+	+		+		+		+	+		+	+	+		+
«Нібулон»	+				+	+	+	+		+	+	+	+			+	+
«Ernst & young»	+		+	+		+		+	+	+		+	+				+
«Метінвест»	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+		+	+	+
«Київстар»	+					+		+	+			+	+			+	+
«Samsung Electronics Україна»	+	+	+	+			+			+	+	+	+		+	+	+

Таблица Т.2 – Сравнительная характеристика структуры социальных отчетов 10 российских компаний
(составлено автором)

Компания	Структурные элементы социального отчета																
	Описание компании	Миссия и ценности	Награды и международное признание	Поддержка принципов Глобального Договора ООН	Стратегия развития компании	Организационная структура компании	Взаимоотношение с заинтересованными сторонами	Продукты и услуги	Права человека	Трудовые отношения	Охрана труда	Общественность	Экология	Антикоррупционная деятельность	Деловая этика	Коммуникации	Социальные проекты
<i>ОАО «Лукойл»</i>	+	+	+		+			+		+	+	+	+		+		+
<i>АФК «Система»</i>	+						+	+		+	+	+	+		+	+	+
<i>«Евраз»</i>	+	+	+	+				+	+	+	+	+	+	+			+
<i>ГМК «Норильский никель»</i>	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+
<i>Объединенная компания «Русал»</i>	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+			+
<i>«Ростелеком»</i>	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+		+		+
<i>ОАО «РусГидро»</i>	+			+		+		+	+	+	+	+	+		+	+	+
<i>Группа компаний «Мегафон»</i>	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+	+		+	+	+
<i>«Сибур»</i>	+					+	+	+		+	+	+	+				+
<i>«Вымпелком»</i>	+	+				+		+		+	+	+	+		+		+

Приложение У

Структура и содержание внутрифирменного стандарта «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса»

Внутрифирменный стандарт «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса»

Наименование компании: _____

Наименование компании: _____

Разработчик _____

«СОГЛАСОВАНО»:

«УТВЕРЖДАЮ»:

Дата разработки: _____

Начальник юридического отдела: _____

Главный бухгалтер: _____

«__» _____ г.

Содержание

1.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	
	1.1.	Цель, задачи и основа для разработки.
	1.2.	Необходимость использования стандарта.
	1.3.	Значение стандарта для контроля социальной ответственности предприятия
	1.4.	Сфера применения стандарта.
	1.5.	Взаимосвязь с действующими нормативами и стандартами.
	1.6.	Срок действия.
2	ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ	
3	СОДЕРЖАНИЕ ВНУТРИФИРМЕННОГО СТАНДАРТА	
	3.1.	Принципы формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.
	3.2.	Факторы, влияющие на формирование методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.
	3.3.	Основные этапы процесса формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.
	3.4.	Элементы методик формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.
	3.5.	Методика накопления и систематизации информации о социальной ответственности перед работниками и порядок отражения информации в отчетности
	3.6.	Методика накопления и систематизации информации о социальной ответственности перед обществом и порядок отражения информации в отчетности
4	ПРИЛОЖЕНИЯ	
	4.1.	Объекты информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса
		4.1.1. Расходы на социальную ответственность перед работниками
		4.1.2. Расходы на социальную ответственность перед обществом.
	4.2.	Периодичность формирования информации о расходах на социальную ответственность бизнеса
		4.2.1. Периодичность формирования информации о расходах на социальную ответственность перед работниками.
		4.2.2. Периодичность формирования информации расходах на социальную ответственность перед обществом.
	4.3.	Техника формирования информации о социальной ответственности бизнеса
		4.3.1. Техника формирования информации о социальной ответственности перед работниками
		4.3.2. Техника формирования информации о социальной ответственности перед обществом
	4.4.	Маршрутная карта потоков информации в разрезе объектов социальной ответственности бизнеса
		4.4.1. Маршрутная карта потоков информации в разрезе объектов социальной ответственности перед работниками
		4.4.2. Маршрутная карта потоков информации в разрезе объектов социальной ответственности перед обществом
	4.5.	Документограмма процесса принятия решения
	4.6.	Методические рекомендации к взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ:

1.1. Цель, задачи и основа для разработки

Этот стандарт подготовлен для внутрифирменной регламентации деятельности предприятия _____.

Целью разработки стандарта является установление единого внутрифирменного подхода к формированию информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

Задачи внутрифирменного стандарта:

- предоставление общей информации о последствиях и результатах проведения социальных программ и мероприятий как для работников, так и для заинтересованных сторон предприятия;
- определение принципов формирования методик информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса;
- определение факторов, влияющих на формирование информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса;
- формирование основных этапов моделирования методик накопления и систематизации информации о социальной ответственности бизнеса.

Основой для разработки внутрифирменного стандарта выступили Международные стандарты социальной ответственности, Глобальная инициатива по отчетности (GRI), AccountAbility 1000, SocialAccountability 8000, ISO 26000, Глобальный договор ООН. Стандарт также учитывает национальные особенности ведения бухгалтерского учёта и составления отчетности.

1.2. Необходимость использования стандарта

Применение внутрифирменного стандарта позволит предприятию:

- учитывать факторы, влияющие на процесс формирования информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса для его рационализации;
- оптимизировать процесс формирования информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса, что позволит делегировать работникам структурных подразделений четкие полномочия;
- установить ответственность и полномочия работников на которых возложены обязанности по систематизации и обобщению соответствующей информации и составлению социальной отчетности, а также обеспечить контроль за их соблюдением;
- повышать знания работников по социальной ответственности бизнеса, ее информационному обеспечению: терминология, инструментарий и т.д.;
- повысить качество и эффективность составления социальной отчетности;
- укрепить корпоративную культуру: увеличить количество инициативных подчиненных, переориентировать работников на процесс, а не на результат деятельности;
- и другие преимущества.

1.3. Значение стандарта для контроля социальной ответственности предприятия

Стандарт позволяет осуществлять руководство и контроль за работой соответствующего структурного подразделения для обеспечения разумной уверенности, что информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса отвечает требованиям качества по следующим направлениям:

- политика и процедуры, касающиеся методик накопления и систематизации информации о социальной ответственности бизнеса;
- политика и процедуры, касающиеся обеспечения надлежащей осведомленности работников в отношении основной терминологии, формирования информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса и т.д.

1.4. Сфера применения стандарта

Требования этого внутрифирменного стандарта являются обязательными для всех работников соответствующего структурного подразделения предприятия _____, которые задействованы при формировании информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса.

В случае отклонения от требований стандарта необходимо обязательное указание этого факта во внутренней документации предприятия.

1.5. Взаимосвязь с действующими нормативами и стандартами

Этот стандарт необходимо использовать во взаимосвязи с другими внутрифирменными стандартами.

1.6. Срок действия

Стандарт вступает в силу с момента его утверждения главным бухгалтером и согласования с начальником юридического отдела. Срок действия внутрифирменного стандарта прекращается в случае ликвидации предприятия.

Изменения и дополнения к стандарту могут вноситься в случае:

- существенного изменения требований Международных стандартов социальной ответственности, национального законодательства по ведению учета и составлению отчетности;
- разработкой предприятием принципиально новых требований к общим методикам учета и порядка отражения информации в отчетности.

Изменения и дополнения должны быть соответствующим образом оформлены.

2. ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Термины, используемые во внутрифирменном стандарте, имеют такую трактовку:

- **документ** – 1) деловая бумага, юридически подтверждающая определенные права ее обладателей, фиксирующая, свидетельствующая определенные факты, события; 2) информация, сведения, данные, зафиксированные на материальном носителе (бумаге, фотопленке, магнитном диске), которые имеют официальный характер и подлежат использованию или дальнейшей обработке и передачи адресату;
- **документограмма** – 1) организационный документ, регламентирующий процедуру подготовки исходных данных, составление документа, согласование, утверждение и рассылки (экспедиции) каждого экземпляра; служит организационным средством определения функционально и технологически обособленных коммуникаций между рабочим местом составителя документа и другими подразделениями; 2) организационный документ, графическое изображение динамики процессов, протекающих на предприятии с момента создания или получения документа до момента сдачи его в архив; 3) документограмма применяется в работе с целью рационализации делопроизводства, поскольку помогает проследить логическую связь и последовательность этапов работы в аппарате управления, выявить дублирование информации в различных формах документов, совместить документы, несущие однородную информацию;
- **маршрутная карта** потоков информации отражает общий смысл работы, обусловленной ее назначением в процессе управления;
- **информация** – это данные, значения экономических показателей, которые являются объектами, обработки и передачи и используемые в процессе применения методик социально ориентированного бухгалтерского учета;
- **информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса** – совокупность достоверной, своевременной и полной информации, необходимой для проведения социальных программ и мероприятия, а также составления социальной отчетности;
- **социальная отчетность** – это совокупность взаимосвязанных количественных и качественных показателей, отражающих экономические, экологические, социальные результаты взаимодействия субъекта хозяйствования и общества.

3. СОДЕРЖАНИЕ ВНУТРИФИРМЕННОГО СТАНДАРТА

3.1. Принципы формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

Процесс формирования методик информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса требует соблюдения следующих принципов:

- *целенаправленность* – ориентация на подготовку информации для принятия управленческих решений конкретными пользователями;
- *системность* – представление в методике объектов как системы;
- *комплексность* – возможность реализации методики на всех уровнях управления;
- *унификация* – формирование типовых элементов описания методики;
- *стандартизация* – установление комплекса норм, требований к методике;
- *унификация проектных решений* – исключение дублирования элементов описания методики на основе ее типизации.

3.2. Факторы, влияющие на формирование методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

На процесс формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса влияют объективные и субъективные факторы, которые необходимо учитывать для рациональной организации этого процесса:

- наличие основного инструментария для информационного обеспечения системы социальной ответственности бизнеса;
- профессионализм и компетентность субъектов, формирующих информацию;
- расходы на информационные ресурсы и их организацию;
- сложность компьютерной обработки информации в многофункциональных информационных системах и приложениях;
- информационные потребности пользователей информации, представленной в социальной отчетности;
- избыток информации при одновременном отсутствии необходимых данных для проведения социальных программ и мероприятий;
- повышение роли и значения информационного обеспечения системы социальной ответственности для развития института социальной ответственности бизнеса;
- тенденции развития информационного обеспечения учета под влиянием научно-технического прогресса в области информатики и вычислительной техники, технологий в автоматизированных системах.

3.3. Основные этапы процесса формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

Основные этапы процесса формирования методик информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса:

1. Определение цели и содержания методики.

2. Выбор и детализация объектов.
3. Определение пользователей информации.
4. Определение способов и приёмов достижения цели методики.
5. Определение периодичности формирования информации.

3.4. Элементы методик формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

Основными элементами методики формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса являются: цель и содержание методики; объекты; пользователи информации; способы и приемы формирования информационного обеспечения; периодичность формирования информации.

3.5. Методика накопления и систематизации информации о социальной ответственности перед работниками и порядок отражения информации в отчетности

Цель и содержание методики	Детализация объектов		Пользователи информации, представленной в отчетности	Способы и приемы достижения цели методики	Периодичность формирования информации
	Объекты социальной ответственности	Вид фактографической информации			
1	2	3	4	5	6
<p>Целью методики является формирование и предоставление пользователям для принятия решений полной, правдивой и непредвзятой информации о расходах на оплату труда и направлениях реализации социальных мероприятий, проводимых для работников (и их семей).</p> <p>Содержание методики направлено на процесс адаптации деятельности предприятия к международным стандартам социальной ответственности.</p>	<p>расходы на трудовые отношения; расходы на улучшение условий и охрану труда; расходы на проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями; другие расходы на социальную ответственность перед работниками; нефинансовые показатели социально ответственности перед работниками.</p> <p><i>(п. 4.1.1. данного стандарта)</i></p>	<p>К учетной фактографической информации относятся регистры бухгалтерского учета, накладные, счета на оплату услуг, а также расчётно-платежные ведомости. К неучетной фактографической информации относятся договоры, наряды, табель учета рабочего времени, результаты проверок государственных и негосударственных контролирующих органов, статистические данные и т.д.</p>	<p>Информация, представленная в отчетности, ориентирована на широкий круг пользователей и учитывает интересы заинтересованных сторон, в том числе государственных органов, работников компании, профсоюзных организаций, потенциальных работников, акционеров, инвесторов, кредиторов, общественных организаций, клиентов компании.</p>	<p><u>Заполняется непосредственно субъектом формирования информации</u></p>	<p><u>Заполняется непосредственно субъектом формирования информации</u></p> <p><i>(п. 4.2.1. данного стандарта)</i></p>

3.6. Методика накопления и систематизации информации о социальной ответственности перед обществом и порядок отражения информации в отчетности

Цель и содержание методики	Детализация объектов		Пользователи информации, представленной в отчетности	Способы и приемы достижения цели методики	Периодичность формирования информации
	Объекты социальной ответственности	Вид фактографической информации			
1	2	3	4	5	6
<p>Целью методики является формирование и предоставление пользователям для принятия решений полной, правдивой и непредвзятой информации о расходах на реализацию социальных программ и мероприятий</p> <p>Содержание методики направлено на процесс адаптации деятельности предприятия к международным стандартам социальной ответственности.</p>	<p>расходы на экологию; расходы на защиту прав потребителей; расходы на проведение социальных мероприятий; другие расходы на социальную ответственность перед обществом; нефинансовые показатели социальной ответственности перед обществом.</p> <p><i>(п. 4.1.2. данного стандарта)</i></p>	<p>фактографической информации относятся регистры бухгалтерского учета, накладные, счета на оплату услуг и т.д. К неучетной фактографической информации относятся договоры, наряды, результаты проверок государственных и негосударственных контролирующих органов, статистические данные и т.д.</p>	<p>Информация, представленная в отчетности, ориентирована на широкий круг пользователей и учитывает интересы заинтересованных сторон, в том числе государственных органов, работников компании, профсоюзных организаций, потенциальных работников, акционеров, инвесторов, кредиторов, общественных организаций, клиентов компании.</p>	<p><u>Заполняется непосредственно субъектом формирования информации</u></p>	<p><u>Заполняется непосредственно субъектом формирования информации</u></p> <p><i>(п. 4.2.1. данного стандарта)</i></p>

4. ПРИЛОЖЕНИЯ

4.1. Объекты информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса

4.1.1. Расходы на социальную ответственность перед работниками

Расходы на социальную ответственность перед работниками	Расходы на трудовые отношения	Расходы на оплату труда	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на выплату основной заработной платы; – расходы на выплату дополнительной заработной платы (премий, поощрений и т.д.); – расходы на оплату отпусков; – расходы на оплату другого неотработанного времени (время вынужденных простоев и т.п.); – расходы на социальное и пенсионное страхование (государственное и негосударственное); – расходы на повышение квалификации работников; – расходы на создание новых рабочих мест. – расходы на выявление и развитие творческих способностей работников и т.д.
		Расходы на страхование	
		Расходы на обучение работников	
	Расходы на улучшение условий и охрану труда	Расходы на улучшение условий труда	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на повышение эффективности производства, уменьшение физической нагрузки на сотрудников; – расходы, связанные со спецификой функционирования и т.д.
		Расходы на охрану труда	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на мероприятия по охране труда и средства индивидуальной защиты; – расходы на профилактику и предотвращение случаев производственных аварий, требующих ликвидации их последствий (взрывов, пожаров и т.д.); – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.
	Расходы на проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями	Расходы на самостоятельное проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на приобретение необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями; – расходы на оплату труда работников, за проведение социальных мероприятий.
		Расходы на проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями при помощи сторонних организаций	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на приобретение необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями; – расходы на привлечение сторонних организаций для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями.
	Другие расходы на социальную ответственность перед работниками	Расходы на оказание помощи работникам	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на оказание материального поощрения работникам, не связанным с их трудовой деятельностью; – расходы на проведение исследований относительно удовлетворённости работниками отношением к ним и т.д.; – расходы на удовлетворение социальных, духовных, культурных потребностей работников; – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.
		Другие расходы на социальную ответственность перед работниками	
		Другие расходы на социальную ответственность перед обществом	

4.1.2. Расходы на социальную ответственность перед работниками обществом

Расходы на социальную ответственность перед обществом	Расходы на экологию	Расходы на предупреждение загрязнения окружающей среды	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на внедрение природозащитных и ресурсосберегающих технологий; – расходы на профилактику и предотвращение случаев производственных аварий, требующих ликвидации их последствий (взрывов, пожаров и т.д.); – расходы на научно-исследовательские работы, связанные с текущей экологической деятельностью; – расходы на содержание природоохранных объектов; – расходы, связанные с управлением природоохранной деятельностью; – расходы по устранению негативных последствий, вызванных чрезмерными выбросами (сбросами) в окружающую среду; – расходы на сбор производственных отходов; – расходы на транспортировку производственных отходов.
		Расходы на компенсацию негативных последствий деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на содержание природоохранных объектов; – расходы, связанные с управлением природоохранной деятельностью; – расходы по устранению негативных последствий, вызванных чрезмерными выбросами (сбросами) в окружающую среду; – расходы на сбор производственных отходов; – расходы на транспортировку производственных отходов.
		Расходы на переработку или утилизацию отходов	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на сбор производственных отходов; – расходы на транспортировку производственных отходов.
	Расходы на защиту прав потребителей	Расходы на оценку и повышение качества продукции (работ, услуг)	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на защиту интересов и прав потребителей; – расходы на оценку и повышение качества продукции (работ, услуг); – расходы на проведение маркетинговых исследований относительно потребностей и ожиданий потребителей в отношении продукции или услуги субъекта хозяйствования;
		Расходы на обслуживание потребителей и т.д.	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на гарантийное и послепродажное обслуживание и т.д.
	Расходы на проведение социальных мероприятий	Расходы на самостоятельное проведение социальных мероприятий	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на индивидуальную (самостоятельную) реализацию социальных мероприятий; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с государственными органами; – расходы на реализацию социальных мероприятий совместно с другими субъектами хозяйствования; – расходы на инновационные социальные проекты и т.д.
		Расходы на совместное проведение социальных мероприятий	
	Другие расходы на социальную ответственность перед обществом	Расходы на решение споров с заинтересованными сторонами	<ul style="list-style-type: none"> – расходы на решение споров с заинтересованными сторонами по поводу поставок товаров, работ, оказания услуг; – расходы на решение споров с клиентами по поводу поставок товаров, работ, оказания услуг; – расходы на усовершенствование ведения и организации социально ориентированного бухгалтерского учета; – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.
		Другие расходы на социальную ответственность перед обществом	<ul style="list-style-type: none"> – расходы, связанные со спецификой функционирования предприятия и т.д.

4.2. Периодичность формирования информации о расходах на социальную ответственность бизнеса

4.2.1. Периодичность формирования информации о расходах на социальную ответственность перед работниками

Этап	Хозяйственные операции	Периодичность исполнения учетных процедур
Отражение расходов на оплату труда	Начисление заработной платы работникам	Ежемесячно 1 раз – при расчете сумм аванса (приблизительно до 15 числа месяца); 2 раз – при расчете остатка заработной платы.
	Начисление отпусков	По мере необходимости
	Начисление премий, надбавок, компенсаций, льгот	
	Начисление выплат за счет фонда по временной не трудоспособности	
	Начисление других выплат, согласно действующего законодательства, коллективного договора, правил предприятия	
Начисление выплат по договорам гражданско-правового характера.		
Отражение расходов на страхование	Начисление ЕСВ	Ежемесячно 1 раз – при расчете сумм аванса (приблизительно до 15 числа месяца); 2 раз – при расчете остатка заработной платы.
	Начисление дополнительного страхования работников	По мере необходимости
	Начисление дополнительного пенсионного страхования работников	
Отражение расходов на проведение учебных семинаров, тренингов, консультаций для работников	Начисление заработной платы работникам за проведение учебных семинаров, тренингов, консультаций	По мере необходимости
	Использование необходимых ресурсов для проведения учебных семинаров, тренингов, консультаций	
	Привлечение специалистов, преподавателей для проведения учебных семинаров, тренингов, консультаций	
Отражение расходов на приобретение или издание учебной литературы, журналов, газет, брошюр	Начисление заработной платы работникам за подготовку учебной литературы, журналов, газет, брошюр	По мере необходимости
	Использование необходимых ресурсов для подготовки учебной литературы, журналов, газет, брошюр	
	Привлечение специалистов,	

Этап	Хозяйственные операции	Периодичность исполнения учетных процедур
	преподавателей для подготовки учебной литературы, журналов, газет, брошюр	
	Списание учебной литературы, журналов, газет, брошюр	
Отражение расходов на улучшение условий и охрану труда	Начисление расходов, связанных с улучшением условий труда (приобретение необходимых ресурсов для поддержания на уровне производительности труда работников и т.д.)	По мере необходимости
	Приобретение средств охраны труда и индивидуальной защиты	По мере необходимости (согласно законодательства)
	Проведение мероприятий направленных на предупреждение и профилактику травматизма и профессиональных заболеваний	
	Возмещение пострадавшим потерь вследствие травм и профессиональных заболеваний	По мере необходимости
	Проведение медицинских осмотров (обследований)	По мере необходимости
Отражение расходов на функционирование столовых, профилакториев, санаториев и т.д.	Использование необходимых ресурсов для функционирования столовых, профилакториев, санаториев и т.д.	По мере необходимости
	Привлечение специалистов для функционирования столовых, профилакториев, санаториев и т.д.	
	Начисление заработной платы, других выплат работникам столовых, профилакториев, санаториев и т.д.	В зависимости от графика работы
Отражение расходов на проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями	Приобретение необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями	По мере необходимости
	Привлечение сторонних организаций для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями	

4.2.2. Периодичность формирования информации о расходах на социальную ответственность перед работниками

Этап	Хозяйственные операции	Периодичность исполнения учетных процедур
Отражение расходов на экологию	Проведение мероприятий по предупреждению загрязнений окружающей среды	По мере необходимости / в соответствии в законодательством
	Использование ресурсов для предупреждения загрязнений окружающей среды	
	Компенсация негативных последствий деятельности	
	Отражение расходов связанных с переработкой или утилизацией отходов	
Отражение расходов на защиту прав потребителей	Проведение мероприятий, исследований направленных на повышение качества продукции (работ, услуг)	По мере необходимости
	Отражение расходов связанных с обслуживанием клиентов (гарантийное, послегарантийное и т.п.)	
Отражение расходов на проведение социальных мероприятий	Использование необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий	По мере необходимости
	Использование необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий	
	Привлечение специалистов для проведения социальных мероприятий	
Отражение других расходов на социальную ответственность перед обществом	Отражение расходов, связанных с решением споров с заинтересованными сторонами	По мере необходимости
	Привлечение специалистов для решения споров с заинтересованными сторонами	
	Отражение других расходов на социальную ответственность перед работниками, отражающих специфику деятельности и т.д.	

4.3. Техника формирования информации о социальной ответственности бизнеса

4.3.1. Техника формирования информации о социальной ответственности перед работниками

№	Элемент техники учета	Характеристика элемента
1	План счетов	<u>Заполняется непосредственно субъектом формирования информации</u>
2	Форма бухгалтерского учета (наличие регистров и взаимосвязь между ними)	
3	Технология обработки данных (последовательность фиксации, сбора, обработки информации и записи в регистры учета)	
4	Технология составления отчетности	
5	Подготовительные работы к составлению отчетности	
6	Порядок проведения инвентаризации	
7	Другие виды работ	

4.3.2. Техника формирования информации о социальной ответственности перед обществом

№	Элемент техники учета	Характеристика элемента
1	План счетов	<u>Заполняется непосредственно субъектом формирования информации</u>
2	Форма бухгалтерского учета (наличие регистров и взаимосвязь между ними)	
3	Технология обработки данных (последовательность фиксации, сбора, обработки информации и записи в регистры учета)	
4	Технология составления отчетности	
5	Подготовительные работы к составлению отчетности	
6	Порядок проведения инвентаризации	
7	Другие виды работ	

4.4. Маршрутная карта потоков информации в разрезе объектов социальной ответственности бизнеса

4.4.1. Маршрутная карта потоков информации в разрезе объектов социальной ответственности перед работниками

Подразделение Объект	Отдел кадров	Отдел маркетинга	Планово-экономический отдел	Бухгалтерия (финансовый отдел)	Руководство предприятия	Комментарий
<p>Расходы на социальную ответственность перед работниками:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на трудовые отношения; 						Руководство предприятия совместно с бухгалтерией (финансовым отделом) разрабатывает план, программу проведения социального мероприятия для работников. Руководители отделов согласовывают план между собой и отделом кадров, а затем утверждают у руководителя предприятия.
<ul style="list-style-type: none"> – расходы на улучшение условий и охрану труда; – расходы на проведение социальных мероприятий работниками и их семьями; 						Руководство предприятия совместно с бухгалтерией (финансовым отделом) утверждают согласованный план, программу проведения социального мероприятия для работников. Руководители отделов разрабатывают документы, методические рекомендации в которых отражают свои функции, полномочия, цель и задачи мероприятия, а затем утверждают их у руководителя предприятия.
<ul style="list-style-type: none"> – другие расходы на социальную ответственность перед работниками; 						Между руководством и структурными подразделениями происходит взаимодействие, которое сопровождается движением документов и накоплением, обменом и передачей информации как в письменном виде так и в устном.
<ul style="list-style-type: none"> – нефинансовые показатели социальной ответственности перед работниками. 						Каждое структурное подразделение предоставляет руководству информацию в виде отчета (промежуточного, итогового). Происходит устный и письменный сбор информации при участии руководителей структурных подразделений. Планово-экономический отдел совместно с бухгалтерией обобщают, систематизируют, детализируют информацию и предоставляют руководству.

4.4.2. Маршрутная карта потоков информации в разрезе объектов социальной ответственности перед обществом

Подразделение Объект	Отдел кадров	Отдел маркетинга	Планово-экономический отдел	Бухгалтерия (финансовый отдел)	Руководство предприятия	Комментарий
<p>Расходы на социальную ответственность перед обществом:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расходы на экологию; – расходы на защиту прав потребителей; – расходы на проведение социальных мероприятий; – другие расходы на социальную ответственность перед обществом; – нефинансовые показатели социальной ответственности перед обществом. 						<p>Руководство предприятия совместно с бухгалтерией (финансовым отделом) разрабатывает план, программу проведения социального мероприятия для общества. Руководители отделов согласовывают план между собой, при необходимости и с отделом кадров, а затем утверждают у руководителя предприятия.</p>
						<p>Руководство предприятия совместно с бухгалтерией (финансовым отделом) утверждают согласованный план, программу проведения социального мероприятия. Руководители отделов разрабатывают документы, методические рекомендации в которых отражают свои функции, полномочия, цель и задачи мероприятия, а затем утверждают их у руководителя предприятия.</p>
						<p>Между руководством и структурными подразделениями происходит взаимодействие, которое сопровождается движением документов и накоплением, обменом и передачей информации как в письменном виде так и в устном. При участии работников в социальном мероприятии в движении информации активное участие принимает отдел кадров предприятия.</p>
						<p>Каждое структурное подразделение предоставляет руководству информацию в виде отчета (промежуточного, итогового). Происходит устный и письменный сбор информации при участии руководителей структурных подразделений. Планово-экономический отдел совместно с бухгалтерией обобщают, систематизируют, детализируют информацию и предоставляют руководству.</p>

Условные обозначения:

-  использование информации;
-  разработка, группировка информации;
-  использование ранее полученной информации для разработки новых документов;
-  утверждение информации;
-  многонаправленное движение потоков информации между отделами предприятия;
-  поток задокументированной информации;
-  поток устной информации.

4.5. Документограмма процесса принятия решения (на примере цели – оптимизация прибыли предприятия)

Процедура сбора и обработки информации (этапы принятия управленческих решений)	Движение документов между структурными подразделениями				
	Руководство предприятия	Бухгалтерия (финансовый отдел)	Отдел маркетинга	Планово-экономический отдел	Отдел кадров
1. Формирование цели	Запрос информации				
2. Сбор информации		Договора на поставки, накладные, счета и т.п.	Результаты анкетирования	Количество, номинальная стоимость ТМЦ	Табель учёта рабочего времени
3. Выбор возможных альтернатив		Отчёт	Отчёт	Отчёт	Отчёт
4. Выбор решения, определение этапов, сроков выполнения решения	Приказ о принятии решения	Карточки количественно-суммового учёта	Программа маркетинговых исследований	Рентабельность реализации товаров, работ, услуг	Заявления о приёме, переводе
5. Реализация управленческого решения		Отчёт об объемах реализации товаров, работ услуг	Проведение маркетинговых исследований	План реализации товаров, работ, услуг	Приём работников и специалистов
6. Оценка результатов реализации решения	Внесение коррективов и утверждение отчёта	Отчёт о выполнении плана реализации товаров, работ, услуг предприятия			

4.6. Методические рекомендации к взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности

Наименование компании:

«СОГЛАСОВАНО»:

Начальник юридического отдела:

Наименование компании:

«УТВЕРЖДАЮ»:

Главный бухгалтер:

Разработчик

Дата разработки:

«_»_____г.

1. Общие положения

1.1. Цель методических рекомендаций состоит в установлении правил взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности, а также порядка отражения информации в социальной отчетности.

1.2. Выполнение методических рекомендаций является обязательными при составлении социальной отчётности. Отступления от настоящего стандарта не допускаются без согласования с руководителем соответствующего структурного подразделения.

2. Показатели финансовой отчётности

Показатели Объект, статьи	Формы финансовой отчетности, в которых приведен показатель							
	Форма № 1		Форма № 2		Форма № 3		Форма № 5	
	№ строки	№ графы	№ строки	№ графы	№ строки	№ графы	№ строки	№ графы
Долгосрочные обеспечения:	1520	3;4						
долгосрочные обеспечения затрат персонала	1521	3;4						
Целевое финансирование:	1525	3;4						
благотворительная помощь	1526	3;4						
Текущая кредиторская задолженность по:	1605	3;4						
долгосрочным обязательствам	1610	3;4						
товарам работам, услугам	1615	3;4						
расчетам по страхованию	1625	3;4						

Показатели Объект, статьи	Формы финансовой отчетности, в которых приведен показатель							
Наименование	Форма № 1		Форма № 2		Форма № 3		Форма № 5	
	№ строки	№ графы	№ строки	№ графы	№ строки	№ графы	№ строки	№ графы
расчетам по оплате труда	1630	3;4						
Себестоимость реализованной продукции (товаров, работ, услуг)			2050	3;4				
Административные расходы			2130	3;4				
Расходы на сбыт			2150	3;4				
Расходы на оплату труда			2505	3;4				
Отчисления на социальные мероприятия			2510	3;4				
Расходы на оплату:								
товаров (работ, услуг)					3100	3;4		
труда					3105	3;4		
отчислений на социальные мероприятия					3110	3;4		
Содержание объектов жилищно-коммунального и социально-культурного назначения							480	4
Обеспечение выплат отпусков работникам							710	3;4;5;6; 7;8;9
Обеспечение будущих расходов на дополнительное пенсионное обеспечение							720	3;4;5;6; 7;8;9
Обеспечение будущих расходов на выполнение гарантированных обязательств							730	3;4;5;6; 7;8;9

3. Источники информации

3.1. Унифицированные формы первичной учетной документации, служащие основанием для отражения в учете расходов на социальную ответственность:

№ Т-1 «Приказ (распоряжение) о приеме на работу»;

№ Т-2 «Личная карточка работника»;

№ Т-3 «Приказ (распоряжение) о предоставлении отпуска»;

№ Т-4 «Приказ (распоряжение) о прекращении трудового договора (контракта)»;

№ Т-5 «Табель учета рабочего времени»;

№ Т-6 «Расчетно-платежная ведомость»;

№ Т-7 «Расчетная ведомость».

Лимитно-заборная карта типовой формы № М-8 и М-9.

Акт-требование на замену (дополнительный отпуск) материалов типовой формы № М-10.

Накладная-требование на отпуск (внутреннее перемещение) материалов типовой формы № М-11.

Акт на списание МБП № МШ-8.

Акт приобретенных услуг, счета и расчет потребленных услуг, бухгалтерские справки о других расходах.

3.2. Учетные регистры, используемые для отражения хозяйственных операций расходов на социальную ответственность перед работниками:

Журнал-ордер	Раздел / ведомость	Содержание
3	Раздел 1	Отражение расходов по кредиту 68 счета
	Ведомость 3.5	
5	Раздел 1	Списание расходов на результат операционной деятельности
	Раздел 3	Отражение расходов по кредиту счетов 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 39, 65, 66
5А	Раздел 1	Списание расходов на результат операционной деятельности
	Раздел 3А	Отражение расходов по кредиту счетов 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 39, 65, 66

Журнал-ордер	Раздел / ведомость	Содержание
	Раздел 3Б	Отражение расходов по кредиту счетов 20, 22, 39, 65, 66

4. Взаимосвязь показателей финансовой и социальной отчетности

Показатель	Отражение в социальной отчетности		Отражение в финансовой отчетности		
	Раздел отчетности	Показатели	Форма отчетности	№ Строки	№ Графы
Расходы на экологию	Раздел 3. Экология	1. Расходы на использование ресурсов, проведение мероприятий, по предупреждению загрязнений окружающей среды. 2. Расходы на проведение мероприятий направленных на компенсацию экологических последствий деятельности. 3. Расходы на переработку или утилизацию отходов.	Форма 1	1610	3;4
			Форма 2	1615	3;4
				2130	3;4
Расходы на защиту прав потребителей	Раздел 4. Клиенты	1. Расходы на проведение мероприятий, исследований направленных на повышение качества продукции (работ, услуг). 2. Расходы связанных с обслуживанием клиентов (гарантийное, послегарантийное и т.п.)	Форма 3	2150	3;4
				2510	3;4
			Форма 5	3100	3;4
3110	3;4				
			730	3-9	

Показатель	Отражение в социальной отчетности		Отражение в финансовой отчетности		
	Раздел отчетности	Показатели	Форма отчетности	№ Строки	№ Графы
Расходы на трудовые отношения	Раздел 5. Работники	1. Расходы на выплату заработной платы, отпусков, премий, надбавок, компенсаций, льгот, больничных, начислений согласно законодательства, коллективного договора, начислений согласно договоров гражданско-правового характера. 2. Расходы на оплату единого социального взноса, дополнительного (медицинского, пенсионного) страхования работников. 3. расходы на выплату заработной платы работникам за проведение учебных семинаров, тренингов, консультаций; расходы на использование необходимых ресурсов для проведения учебных семинаров, тренингов, консультаций; расходы на привлечение специалистов, преподавателей для проведения учебных семинаров, тренингов, консультаций.	Форма 1	1520	3;4
				1521	3;4
				1615	3;4
				1625	3;4
				1630	3;4
			Форма 2	2505	3;4
				2510	3;4
				2130	3;4
				2150	3;4
			Форма 3	2505	3;4
				3100	3;4
				3105	3;4
			Форма 5	3110	3;4
480	4				
710	3-9				
720	3-9				
Расходы на улучшение условий и охрану труда	Раздел 5. Работники	1. Расходы на улучшение условий труда (приобретение ресурсов для поддержания на уровне производительности труда работников). 2. Расходы на приобретение средств труда и индивидуальной защиты; расходы на проведение мероприятий направленных на предупреждение и профилактику травматизма и профессиональных заболеваний;	Форма 1	1615	3;4
				1630	3;4
			Форма 2	2130	3;4
				2150	3;4
				2505	3;4
			Форма 3	3100	3;4
				3105	3;4

Показатель	Отражение в социальной отчетности		Отражение в финансовой отчетности		
	Раздел отчетности	Показатели	Форма отчетности	№ Строки	№ Графы
		возмещение пострадавшим потерь вследствие травм и профессиональных заболеваний; расходы на проведение медицинских осмотров (обследований).			
Расходы на проведение социальных мероприятий с работниками и их семьями	Раздел 5. Работники	1. Расходы на использование необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями и т.д. 2. Расходы на привлечение сторонних организаций для проведения социальных мероприятий для работников и их семей и т.д.	Форма 1	1615	3;4
			Форма 2	2130	3;4
				2150	3;4
			Форма 3	3100	3;4
			Форма 5	480	4
Другие расходы на социальную ответственность перед работниками	Раздел 5. Работники	1. Расходы на оказание помощи работникам, не связанной с их трудовой деятельностью. 2. Другие расходы на социальную ответственность перед работниками, которые обусловлены спецификой деятельности; расходы на выплату заработной платы работникам за функционирование столовых, профилакториев, санаториев и т.д.; расходы на использование необходимых ресурсов для работы столовых, профилакториев, санаториев и т.д.; расходы на привлечение специалистов для поддержания работы столовых, профилакториев, санаториев	Форма 1	1615	3;4
				1630	3;4
			Форма 2	2130	3;4
				2150	3;4
				2505	3;4
			Форма 3	3100	3;4
				3105	3;4
Форма 5	480	4			

Показатель	Отражение в социальной отчетности		Отражение в финансовой отчетности		
	Раздел отчетности	Показатели	Форма отчетности	№ Строки	№ Графы
Расходы на проведение социальных мероприятий	Раздел 6. Общество	1. Расходы на использование необходимых ресурсов для проведения социальных мероприятий с работниками и их семьями и т.д. 2. Расходы на привлечение сторонних организаций для проведения социальных мероприятий для работников и их семей и т.д.	Форма 1	1525	3;4
				1526	3;4
			Форма 2	1610	3;4
				1615	3;4
				2130	3;4
Форма 3	2150	3;4			
	2510	3;4			
Форма 5	3100	3;4			
		3110	3;4		
		480	4		
Другие расходы на социальную ответственность перед обществом	Раздел 6. Общество	1. Расходы, связанные с решением споров с заинтересованными сторонами. 2. Другие расходы на социальную ответственность перед работниками, которые обусловлены спецификой деятельности.	Форма 1	1615	3;4
			Форма 2	2130	3;4
				2150	3;4
				2510	3;4
			Форма 3	3100	3;4
		3110	3;4		

Приложение Ф

Качественные характеристики финансовой отчетности применительно к раскрытию показателей финансового характера в социальной отчетности (составлено автором)

№	Качественная характеристика	Характеристика
1	Понятность	<p>Понятность информации, представленной в социальной отчетности, в целом, не требует от конкретного пользователя глубоких знаний экономических и социальных дисциплин. Но, несмотря на этот факт, нельзя упрощать социальную отчетность, сводить ее понятность к минимуму знаний в данной области. С другой стороны, необходимо полно и всесторонне объяснять природу и содержание отдельных показателей.</p> <p>Составители социальных отчетов должны разъяснять и детализировать определенные показатели отчетности, при этом всесторонне учитывая интересы и потребности заинтересованных сторон. Нельзя исключать информацию из отчетов только потому, что она является сложной для понимания определенных стейкхолдеров.</p> <p>Социальный отчет должен быть иметь такую структуру и содержание, чтобы пользователи могли понимать смысл отраженной в отчетности информации. Необходимо, чтобы форма представления отчета, заголовки разделов, наименование показателей четко отражали сущность вопросов, исключали возможные неоднозначные толкования, но и не содержали лишних деталей.</p> <p>При переводе социальной отчетности на иностранные языки необходимо обеспечить ясность и точность ее изложения для пользователей стран, в которые такая отчетность направляется.</p>
2	Уместность	<p>Уместность отчетной информации характеризуется ее способностью влиять на оценку ситуации и решения, принимаемые сейчас или в будущем, оценивать прошлое, предвидеть будущее. Информация в социальной отчетности может быть уместной только в том случае, когда лица которые ее составляют хорошо знают и понимают информационные потребности ее пользователей. Уместность социальной отчетности должна определяться своевременностью, существенностью и возможностью использования для прогнозирования.</p> <p><i>Своевременность</i> представления социальной отчетности важна, так как более ценной для пользователей будет информация, полученная в нужный момент. Отчетность, которая поступила пользователю с опозданием, имеет незначительное практическое значение. Считается, что сроки представления отчетности, регламентированные правительственными или другими уполномоченными на то органами и организациями, являются оптимальными для пользователей, но для социальной отчетности наиболее уместным является временной промежуток равный одному году. Тем не менее, важным инструментом, обеспечивающим своевременность информации о результатах взаимодействия субъекта хозяйствования, могут быть и промежуточные социальные отчеты.</p>

№	Качественная характеристика	Характеристика
2	Уместность	<p><i>Существенность</i> отчетной информации. Социальная отчетность должна содержать полный комплекс показателей, которые в достаточной степени раскрывают, влияние деятельности субъекта хозяйствования на общество. Существенность того или иного показателя определяется не только его количественной величиной, но и той ролью, которую он играет в информационных потребностях заинтересованных сторон. Лица, составляющие социальную отчетность, должны хорошо знать запросы пользователей и принимать обоснованные решения о том, какие данные бухгалтерского учета (и не только) существенны для разных пользователей. Тот или иной показатель социальной отчетности (ка и финансовой) можно признавать существенным, если его исключения или искривление не позволяет пользователям принимать правильные решения. И наоборот, если показатель несущественен, его включение в отчетность может осложнить понимание отчетной информации.</p> <p><i>Возможность применения для прогнозирования.</i> Большинство разделов социальной отчетности в основном являются концентрированным описанием прошлых результатов событий в хозяйственной жизни. Но пользователи стремятся прогнозировать будущий рост хозяйствующего субъекта, его возможную выручку, прибыль, а также оценку возможных размеров расходов на социальную ответственность перед работниками и обществом. Составители социальной отчетности не могут не понимать такую потребность заинтересованных сторон: опубликованная отчетность должна предоставлять некоторую возможность прогнозирования необходимых результатов деятельности, несмотря на то что, как правило, в социальной отчетности есть разделы посвященные стратегическим и тактическим планам развития хозяйствующего субъекта.</p>
3	Надежность	<p>Надежность отчетной информации определяется ее достоверностью, что гарантирует пользователям отсутствие существенных ошибок и искажений, а также полнотой отражения всех существенных показателей.</p> <p>На достоверность информации, представляемой в финансовой отчетности, влияют: правдивость представления, превалирование сущности над формой, нейтральность, осмотрительность, возможность проверки.</p> <p><i>Правдивое представление информации</i> в социальной отчетности базируется на честности ее составителей и представлении о том, что она отражает именно те операции, факты и события, которые она должна отражать в ожидании ее пользователей. Получить полностью правдивую отчетную информацию часто очень не просто, поэтому в приложениях к социальной отчетности следует привести точное раскрытие методов учета, а также процедур идентификации и оценки, другие характерные особенности учетной политики с тем, чтобы пользователи могли правильно понимать назначение представленной информации.</p> <p><i>Превалирование сущности над формой</i> при отражении в социальной отчетности отдельных хозяйственных фактов. Большинство хозяйственных операций по своему характеру являются договорными и их можно интерпретировать в учете с точки зрения их юридической формы. Но их необходимо рассматривать в соответствии с их экономической сущностью, более соответствующей хозяйственной реальности.</p>

№	Качественная характеристика	Характеристика
3	Надежность	<p><i>Нейтральность.</i> Информация, содержащаяся в социальной отчетности, должна быть объективной по отношению к различным пользователям, а составители социальной отчетности должны быть нейтральными к объективному содержанию отчетов, примечаний и пояснений к ним.</p> <p><i>Осмотрительность.</i> При рассмотрении и понимании как социальной так и финансовой отчетности существенную роль играет фактор неопределенности, возникающей в реальных условиях в отношении некоторых хозяйственных операций. Например, возможность получения сомнительных долгов, решение по судебным искам, оценка материальных ресурсов и т.д.</p> <p>Социальная отчетность составляется по данным о хозяйственных операциях и факты, которые уже произошли в данном отчетном периоде. Социальный эффект от них можно понять только при рассмотрении их возможных последствий в будущих отчетных периодах, которые невозможно точно установить при составлении отчетности. Поэтому при оценке таких последствий для составления отчетности необходимо придерживаться определенной осмотрительности, осторожности.</p> <p>При формировании информации в социальной отчетности следует соблюдать определенную осмотрительность в суждениях и оценках, которые существуют в условиях неопределенности, таким образом, чтобы обязательства и расходы на социально ответственную деятельность ни были занижены или завышены.</p> <p><i>Возможность проверки.</i> Содержание социальных отчетов базируется на основе данных бухгалтерского учета с необходимой детализацией. Записи на счетах должны быть обоснованы правильно и своевременно подкреплены первичными документами или результатами инвентаризации и сверки расчетов.</p>
4	Сопоставимость	<p>Сопоставимость данных, представленной в социальной отчетности необходима заинтересованным сторонам для самостоятельного анализа хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования или одного и того субъекта за несколько отчетных периодов. Сопоставление отчетных данных может осуществляется: за несколько отчетных периодов по данному предприятию; с другими, подобными предприятиями; с показателями, средними в отрасли и т.д.</p>



**УПРАВЛЕНИЕ ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ
· АДМИНИСТРАЦИИ ЛЕНИНСКОГО РАЙОНА Г. ДОНЕЦКА**

ул. Куйбышева, 63, г. Донецк, 283016 ДНР
идентификационный код 51004254

тел./ факс: (062) 266-50-55
e-mail: utszn1402@mtspdnr.ru

25.10.2018 / № 02-08/4110/1/07

СПРАВКА

**о внедрении результатов диссертационной работы
Бессарабова Владислава Олеговича
по теме: «Развитие социальной ответственности бизнеса в
предпринимательской среде»**

Выдана Бессарабову В.О. в том, что в своей деятельности Управление труда и социальной защиты населения администрации Ленинского района г.Донецка использует рекомендации по совершенствованию структуры и содержания социальной отчетности.

Особое значение для Управления труда и социальной защиты населения администрации Ленинского района г.Донецка представляют рекомендации по взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности в рамках разделов «Работники» и «Общество» сформированной структуры социального отчёта.

Внедрение указанных рекомендаций, основанных на результатах исследования состояния социальной ответственности бизнеса на предприятиях региона, позволяет определить перечень направлений социальной ответственности в пределах компетенции Управления труда и социальной защиты населения администрации Ленинского района г.Донецка, а также проанализировать эффективность социальных мероприятий, проводимых предприятиями.

Заместитель начальника управления



С.А.Фролова



Юридический адрес: ДНР, 283052, г. Донецк,
Калининский район, бул. Шевченко, д. 105
ИК 31297444

Свидетельство о государственной регистрации
юридического лица серия АА01 № 01155,
выданное Департаментом государственной регистрации Министерства доходов и
сборов Донецкой народной республики 09.10.2014 года № регистрационной записи в
Едином реестре 01 14 000002 526
т/с 26002000007800 в Центральном Республиканском Банке Донецкой Народной
Республики, МФО 400019
e-mail: stroytransport@mail.ru
www.trast.com.ua

№ 37 от «15» 04 2018 г.

СПРАВКА
о внедрении результатов диссертационной работы
Бессарабова Владислава Олеговича

Настоящей справкой подтверждается, что результаты диссертационной работы Бессарабова Владислава Олеговича на тему: «Развитие социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде» внедрены в работу Общества с ограниченной ответственностью «Треналофф-Траст», а именно:

- 1) рекомендации по разработке внутрифирменного стандарта «Информационное обеспечение социальной ответственности бизнеса», позволяющего унифицировать подход к порядку формирования информации о социальной ответственности;
- 2) рекомендации по совершенствованию структуры и содержания социальной отчетности, взаимосвязи её показателей с показателями финансовой отчетности, позволяющие повысить аналитичность информации о социальной ответственности для принятия управленческих решений.

Применение указанных рекомендаций позволило разработать структуру и содержание социальной отчетности, сформировать взаимосвязь её показателей с показателями финансовой отчетности.



А.В. Паршков

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

«ЛЕММА ПЛЮС»

86600, г. Торез, ул. Ленина, 298

Тел. (071) 365-84-08,

ОКПО 50018664

р/сч 26001689550100 в ЦРБ ДНР МФО 400019

№ 4/л от «20» 06. 2018 г.

СПРАВКА

о внедрении результатов диссертационной работы

Бессарабова Владислава Олеговича

по теме: «Развитие социальной ответственности бизнеса в
предпринимательской среде»

Результаты диссертационной работы Бессарабова Владислава Олеговича на теме: «Развитие социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде» используются в деятельности Общества с ограниченной ответственностью «Лемма Плюс», а именно:

- 1) рекомендации по реализации положений международных стандартов социальной ответственности;
- 2) рекомендации по регламентации методик накопления и систематизации информации о социальной ответственности бизнеса.

Использование разработанных рекомендаций позволило сформировать приоритетные направления социальной ответственности Общества с ограниченной ответственностью «Лемма Плюс», а также унифицировать процесс формирования информации, необходимой для оптимизации управленческих решений относительно проведения социальных программ и мероприятий.

Директор



Е.В. Хуснутдинов

**ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ФОНД ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ»
283044, г. Донецк, ул. Армавирская, 23А
Тел. (071) 321-82-53,
Идн. код 34627068**

№ 311 от «01» 03 2018 г.

СПРАВКА

**о внедрении результатов диссертационной работы
Бессарабов Владислава Олеговича
по теме: «Развитие социальной ответственности бизнеса в
предпринимательской среде»**

Выдана Бессарабову В.О. в том, что в деятельность Общественной организации «Фонд поддержки развития образования» были внедрены рекомендации по совершенствованию структуры и содержания социальной отчетности, взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчетности.

Внедрение указанных рекомендации, основанных на результатах анализа международных стандартов социальной ответственности бизнеса, позволило определить перечень направлений социальной ответственности, представляющих особую актуальность для деятельности Общественной организации «Фонд поддержки развития образования».

Внедрение социальной отчетности в деятельности Общественной организации «Фонд поддержки развития образования» позволило расширить перечень оказываемых услуг населению, сформировать показатели их эффективности: социальной и экономической.

Председатель
Общественной организации
«Фонд поддержки развития образования»



О.А. Усатюк

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
РЕМОНТНО-СТРОИТЕЛЬНАЯ ФИРМА «ДОНРЕМОНТ»

283044, г. Донецк, пл. Героев Сталинграда, 1
Тел. (062) 222-09-14,
ОКПО 21963174

№ 65/0 от «11» 12 2017 г.

СПРАВКА
о внедрении результатов диссертационной работы
Бессарабова Владислава Олеговича

Результаты, полученные при выполнении диссертационной работы Бессарабовым Владиславом Олеговичем «Развитие социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде», используются в деятельности Общества с ограниченной ответственностью Ремонтно-строительная фирма «ДОНРЕМОНТ», а именно:

- 1) методический подход к реализации положений международных стандартов социальной ответственности, основанный на совокупности последовательных действий по формированию приоритетов развития предприятия, учитывающих направления социальной ответственности бизнеса и позволяющих минимизировать конфликты интересов заинтересованных сторон; взаимосвязи показателей финансовой и социальной отчётности, способствующей последовательному раскрытию информации нефинансового и финансового характера в социальной отчётности для заинтересованных сторон;
- 2) рекомендации по разработке и адаптации механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса и составлению соответствующего внутрифирменного стандарта.

Использование разработанных рекомендаций позволило существенно улучшить процесс формирования информации о социальной ответственности, необходимой руководству предприятия для принятия управленческих решений.

Директор
ООО РСФ «ДОНРЕМОНТ»



З.С. Мороз



Министерство образования и науки
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

ул. Щорса 31, г. Донецк, 283050 Тел.:342-90-40 Факс: (062)304-83-16 Эл. почта:info@donnuet.education

06.11.2018г. № 08.07/1513
на № _____ от _____
Г _____ Г

СПРАВКА
о внедрении результатов научного исследования
Бессарабова Владислав Олеговича

Результаты научного исследования Бессарабова Владислава Олеговича, полученные в диссертационной работе на соискание ученой степени кандидата экономических наук на тему: «Развитие социальной ответственности бизнеса в предпринимательской среде», а именно: рекомендации по реализации положений международных стандартов социальной ответственности; рекомендации по разработке механизма формирования информационного обеспечения социальной ответственности бизнеса и составлению соответствующего внутрифирменного стандарта; рекомендации по совершенствованию структуры и содержания социальной отчетности, а также процесса её составления, использованы в учебном процессе Государственной организации высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени М. Туган-Барановского» при преподавании дисциплин «Социальная ответственность бизнеса», «Предпринимательство и бизнеса-культура», «Бухгалтерская финансовая отчетность», «Бухгалтерский управленческий учёт (продвинутый уровень)».

Результаты научного исследования Бессарабова Владислава Олеговича позволили улучшить структуру и содержание указанных учебных дисциплин, обновить их методическое обеспечение.

Первый проректор,
доктор экономических наук, профессор



Л.А. Омелянович

Исполнитель: Петренко С.Н.
(062) 335-21-44