

Библиографическая ссылка:

Ягмур Е.А., Белгородцева М.А. Анализ формирования показателей социально-ориентированной отчетности // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2015. - №4.- С 191-200.

**АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ
ОТЧЕТНОСТИ**

INDICATORS FORMATION ANALYSIS OF SOCIALLY-ORIENTED REPORTING

Ягмур Е.А., Белгородцева М.А.

Yagmur K.A., Belgorodtseva M.A.

Целью исследования является системное изучение сущности, значения и необходимости составления социальной отчетности предприятиями, раскрытие назначения, формы и содержания статей социально ориентированной отчетности, а также разработка рекомендаций по обеспечению формирования нефинансовой отчетности. Проанализированы существующие методологические подходы к формированию показателей социально ориентированной отчетности. Определены преимущества в привлечении новых клиентов и открытости бизнеса при составлении социально ориентированной отчетности. Исследована классификация социальных показателей в зависимости от векторной направленности бизнеса. Очерчены субъекты правоотношений, связанные с внедрением социальной политики. Предложено регламентное обеспечение социальных мероприятий.

The study sets the objective to make system survey of the essence, significance and necessity to complete social reporting by enterprises, disclose the aim, form and content of socially-oriented reporting items and design recommendations to ensure shaping of financial reporting. The article analyzes the existing methodological approaches to indicators formation in socio-oriented reporting. It identifies advantages in attracting new customers and business transparency while doing socially-oriented reporting. There has been studied classification of social indicators depending on vector orientation of business. There have been outlined subjects of legal relations involved in social policy implementation. The structure of social non-financial reporting has been defined as well as its specific elements have been substantiated for a complete, comprehensive and timely display of economic life records that are related to introduction of social responsibility by business structures.

Ключевые слова: социальная отчетность, социально-ориентированная отчетность, нефинансовая отчетность, социальные показатели, экологические показатели, социальная политика

Key words: social reporting, socio-oriented reporting, non-financial reporting, social indicators, ecological indicators, social policy

Введение

Все чаще и достаточно активно в научных и деловых кругах поднимается вопрос о необходимости социальной отчётности бизнеса. Такие тенденции обусловлены недостаточной информативностью финансовой и статистической отчетности о социальных и экологических аспектах деятельности для принятия управленческих решений, привлечения инвесторов и других заинтересованных пользователей. Поскольку на современном этапе своего развития Украина выбрала европейский вектор развития экономики, для отечественных предприятий все более актуальным является вопрос о необходимости формирования социальной отчетности, раскрытие социальных, экологических показателей для гарантии социально-ответственного поведения бизнес структур.

Проблемные аспекты в сфере теории и учета социальной отчетности предприятий стали предметом исследования ряда зарубежных ученых С. Дипиаза, С. Рида, Х.Д. Шойермана, Л.А. Конаревой, О.В. Даниловой, А.С. Редькиной. Среди украинских авторов изучению нефинансовой отчетности посвящены работы Ю.С. Белоног, Н.Н. Шигун, А.В. Скорозинской и других.

Данные исследования внесли положительные тенденции в развитие данного направления исследования, однако на сегодняшний день не существует единого подхода к методике формирования социальной, экологической отчетности, отсутствуют единые унифицированные формы представления нефинансовой отчетности.

Социальная отчетность: сущность, структура, субъекты правоотношений

Социальная отчетность компаний является важнейшей составляющей системы социальной ответственности бизнеса. В научной литературе нет единого подхода к определению понятия «социальная отчетность». В различных источниках и исследованиях рассматриваются такие категории, как «нефинансовая отчетность», «социально-ответственная отчетность», «социальная отчетность», «социальная и экологическая отчетность».

В целом, под социальной отчетностью понимают отчеты компании, включающие информацию не только о результатах их экономической деятельности, но и важнейшие социально-экологические показатели.

Социальная отчетность позволяет комплексно представлять заинтересованным пользователям экономические, экологические и социальные результаты деятельности компаний; осуществлять самооценку по указанным направлениям; вести диалог со всеми заинтересованными сторонами, выявлять их оценки и ожидания; предотвращать возможные обвинения; получать дополнительные конкурентные преимущества; укреплять доверие сотрудников, акционеров, партнеров, клиентов, местных сообществ, органов власти, СМИ, создавать основу для разработки стратегии развития компании [1].

Социальная отчетность, содержащая в себе достоверные, объективные и полные данные об общественной деятельности компаний, является одним из важнейших элементов во взаимосвязи между бизнесом и государством.

Компании, составляющие социальные отчеты по результатам осуществления социальной, экологической и иной нефинансовой деятельности, сталкиваются с проблемой освещения социальных показателей и составления социальной отчетности.

Мнения относительно необходимости составления социальной отчетности компаниями разнятся, поскольку достаточно трудно сопоставить нефинансовые показатели, проверить предоставляемые данные.

Безусловно, составление и публикация нефинансовой отчетности предполагает ряд преимуществ для предприятий, более подробно рассмотрим их в таблице 1.

Таблица 1

Преимущества предприятий, составляющих социальную отчетность

Преимущество	Характеристика
Деловое партнерство	Компании, составляющие социальную отчетность, имеют возможность заинтересовать и привлечь ключевых партнёров в свой бизнес, прежде всего государство. Это позволяет показать в практической деятельности, что компания учитывает интересы своих деловых партнёров, а также дает возможность корректировать предстоящие затраты на социальные программы.
Поиск компромиссных решений	Процедура социальных отчетов даёт возможность корпорациям провести необходимые консультации с деловыми партнёрами, позволяющие найти компромиссные решения.
Конкурентные преимущества	Публикация социальной отчетности позволяет распространить сведения о компании, о товарах, продукции, производимых ею. Данная информация привлекает потенциальных клиентов.
Принятие управленческих решений	Компании, составляющие социальную отчетность, влияют на процесс управления бизнесом и являются основой для принятия управленческих решений.
Деловая репутация	Социальная отчетность улучшает имидж, репутацию, узнаваемость бренда компании для всех групп общества. Поскольку репутация складывается из таких нематериальных активов, как доверие, надёжность, качество, прозрачность, отношения с клиентами, а также материальных активов в виде инвестиций в человеческий капитал и

	окружающую среду, то отказ от корпоративной социальной отчётности может оказать негативное влияние на стоимость компании.
--	---

Однако несмотря на ряд положительных преимуществ составления и публикации нефинансовой отчётности, выделяют причины, приводящие к отказу компаний от формирования данного вида отчетов: достаточно весомые финансовые затраты, которые приблизительно равны расходам на рекламу, а также недостаточность информации для её составления.

Показатели социальной отчетности в зависимости от векторной направленности бизнеса

В последние десятилетия набирает силу тенденция, в соответствии с которой крупные корпорации в инициативном порядке ежегодно представляют проверенные внешними аудиторами отчеты в области устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности. И это приносит существенные результаты: так, в США на решение об инвестировании каждого восьмого доллара влияет уровень социальной ответственности компании. Корпорации, реализующие концепцию социальной ответственности, имеют более высокие финансовые показатели рентабельности на инвестированный капитал, объем продаж и доходы акционеров [3]. Это свидетельствует о наличии положительной взаимосвязи между представленной социальной отчетностью и имиджем компании, её деловой репутацией, капитализацией, лояльностью потребителей, ростом продаж и рентабельности, стабилизацией персонала, поддержкой со стороны органов власти и государства в целом.

В современной зарубежной практике социальные отчёты корпоративных структур создаются не по произвольным программам, а в соответствии с международными стандартами, определяющими содержание отчёта, его структуру, порядок сбора данных и их обработки.

Подготовленные корпорациями в соответствии с международными стандартами социальные отчёты отражают:

- цели их социальной политики;
- систему координации и управления её реализации;
- общие показатели деятельности корпораций в части трудовых отношений, безопасности труда, охраны здоровья персонала, охраны и восстановления окружающей среды, содержание социальных программ по взаимоотношениям с внешними контрагентами.

В целом процедура составления финансового отчёта проходит ряд этапов, охватывающих период в 12-14 месяцев.

Подготовка и публикация социальной отчётности корпораций свидетельствует о том, что это не просто технические отчёты о проделанной социальной работе и осуществлённых затратах на благотворительность. Одновременно с составлением собственно отчёта проводится значительная

работа по корректировке социальной деятельности корпорации на основе учёта ожиданий её деловых партнёров и других контрагентов.

Однако составление социальной отчетности не является обязательным условием, отсутствует нормативно-правовая база относительно регламентации данного вида отчетности, кроме того, ряд социально значимых показателей для общества, государственных органов, инвесторов не находит отражения в финансовой отчетности. Компании по собственной инициативе составляют нефинансовую отчетность, и выбор показателей, включаемых в такие отчеты, зависят от целей и интересов предприятий.

Общая структура социального отчета любой компании включает четыре основных элемента:

- 1) предоставление общих сведений о субъекте хозяйствования, основные достижения прошлого года;
- 2) обращение руководства компании с целью предоставления общих сведений и, возможно, для информирования о руководстве;
- 3) основную часть социального отчета;
- 4) заключительную часть отчета, содержащую сводные таблицы основных показателей за год и план дальнейшего развития [2].

По мнению Н.Н. Шигун, основная часть социального отчета может включать следующие показатели:

- экологию;
- образование;
- социальную защиту / обеспечение;
- социально-экономическое развитие региона;
- культурное развитие региона;
- помощь депрессивным территориям;
- борьбу с коррупцией;
- формирование культуры делового поведения;
- благотворительность;
- волонтерское движение;
- спорт [4].

Предприятия как участники социального развития должны стимулировать и поддерживать инновации и признавать ответственность за воздействие на качество жизни окружающих. По мнению автора, усилия субъектов предпринимательской деятельности должны быть направлены:

- 1) на поддержание инициатив по развитию коммерческой деятельности и формированию доброжелательных взаимоотношений с общественностью;
- 2) образование (компания должна предоставить широкие возможности для молодежи и персонала в целом в области профессиональной подготовки и переподготовки в соответствии с требованиями рынка);
- 3) поддержку культуры и искусства;
- 4) добровольную экологическую деятельность (следует поддерживать и поощрять усилия и различные направления деятельности в области охраны окружающей среды для повышения качества жизни общества в целом) [1].

По нашему мнению, усилия субъектов предпринимательской деятельности должны быть направлены на отражение следующих показателей в социальной отчетности:

1. Социально ответственное регулирование вопросов труда, занятости и производственных отношений.
 - 1.1. Политика оплаты и мотивации труда.
 - 1.2. Промышленная безопасность, охрана труда и окружающей среды.
 - 1.3. Социальная политика в отношении молодых работников.
 - 1.4. Качество условий труда и жизни работников и их семей.
 - 1.5. Охрана здоровья.
 - 1.6. Жилищная политика.
 - 1.7. Гармоничное сочетание трудовых и семейных обязанностей.
 - 1.8. Корпоративное социальное обеспечение и страхование.
 - 1.9. Социальная поддержка инвалидов и неработающих пенсионеров организации.
2. Борьба с коррупцией, экономическая и информационная безопасность.
3. Вклад в национальное развитие.
4. Показатели надежности и качества оказываемых услуг.
5. Экологизация и природоохранная деятельность.
6. Развитие науки, образования, технологий и инноваций.
7. Поддержка культуры и спорта.
8. Благотворительная деятельность компании и работников.
9. Система внутреннего контроля и управление рисками.
10. Участие в социальных проектах.

Рассмотрим более детально сущность и назначение отдельных предлагаемых показателей социальной отчетности.

Регламентное обеспечение деятельности в сфере социальной ответственности

Регулирование вопросов социальной ответственности перед работниками предприятия включает в себя построение иерархической структуры документации по их управлению, включающей следующие элементы:

1. Политику в области социальной ответственности.

Она является основным фундаментальным документом, определяющим цели, задачи и обязанности в сфере социально-трудовых отношений, и находится в тесной взаимосвязи с общей стратегией управления предприятием. При разработке социальной политики необходимо учитывать степень обеспеченности предприятия трудовыми и материальными ресурсами, уровень технической оснащенности и производственной мощности, финансовые возможности фирмы относительно внедрения новых достижений в области науки и техники, а также прочие условия, и потому ее разработка руководителем отдела кадров должна осуществляться в тесном контакте с работниками учетной службы. В социальной политике обязательно указываются задачи фирмы по обеспечению социальных гарантий, распределение обязанностей, полномочий и ресурсов между структурными подразделениями, на которые возложена реализация этих задач, утверждаются запланированные исследования и методики социальных мероприятий и уточняются, по каким из запланированных мероприятий возможно выполнение собственными силами, а какие нуждаются в применении услуг сторонних организаций (врачебно-психологическая помощь, бизнес-тренинги для повышения квалификации и прочее).

2. Общее руководство по социальной политике.

В этом документе описываются организационные процедуры, используемые в системе социальной ответственности, согласно целям и задачам, изложенным в политике. Руководство по социальной политике разрабатывается в виде стандарта и утверждается руководством предприятия. Целью этого стандарта является доведение социальной политики конкретным работникам и обеспечение ее восприятия. Поэтому в нем детально описывается организационная структура фирмы с распределением между структурными подразделениями полномочий и ответственности за реализацию социальной политики, а также налаживается информационное взаимодействие руководителей таких подразделений. Обязательными элементами стандарта является функциональная схема социальной политики, которая оформляется как иллюстративный материал к нему. При разработке функциональной схемы учитываются все виды деятельности предприятия, хозяйственные процессы и циклы, а также управленческие функции структурных подразделений в области реализации социальной политики: общее руководство системой социальной ответственности, планирование социальных мероприятий и информационное обеспечение их выполнения, контроль над реализацией социальных программ. Для каждой функции указываются структурные подразделения, задействованные при внедрении социальных мероприятий. Те же самые функции могут выполняться разными подразделениями. Так, например, функцию планирования социальных мероприятий выполняют отдел кадров, планово-экономический отдел и бухгалтерия, контроль за реализацией социальной политики – отдел снабжения, юридический отдел и бухгалтерия

и т.п. Поэтому на функциональной схеме исполнители функций (структурные подразделения) могут повторяться.

3. Руководство по качеству структурных подразделений (центров ответственности).

Уточняются положения общего стандарта по социальной политике относительно выполнения социальных мероприятий в конкретном подразделении, устанавливаются формы (наименование документов или отчетов) и сроки представления в отдел кадров, определяются перечень ответственных лиц, осуществляющих работы по внедрению социальных мероприятий в структурном подразделении и отчитывающихся перед его руководителем и отделом кадров. Эти руководства также включают перечень процедур по идентификации и устранению причин несоответствия качества проводимых социальных программ.

Политика мотивация труда как часть социальной политики предприятия должна, по нашему мнению, реализовываться по следующим направлениям:

1. стимулирование проявлений лидерства среди персонала;
2. стимулирование прогрессивного стиля работы менеджмента.

Каждое из направлений стимулирования запускает свой мотивационный механизм. В состав мотивационных факторов уместно включать следующие элементы, объединенные в две группы:

- материальные (повышение заработной платы, начисление премий, предоставление материальной помощи и льгот, участие в капитале и распределении прибылей, ценные подарки);
- социально-психологические (повышение квалификации, карьерный рост, ротация кадров, благодарность, предоставление почетных званий, социальные гарантии).

Исследования практики показали, что материальное стимулирование работников осуществляется лишь за счет увеличения заработной платы и гарантий ее выплаты, начисления премий, а также частично путем предоставления материальной помощи. При этом удельный вес использования прочих средств материального стимулирования остается незначительным. А между тем, например, участие в капитале организации повышает заинтересованность работников в получении наилучших результатов, которые возможны при условии качественного выполнения работ. Предоставление льгот (особые условия кредитования, скидки на приобретение товаров и услуг и т.п.) побуждает персонал к продолжительным трудовым отношениям с фирмой.

Среди социально-психологических средств, согласно нашим исследованиям, лидерство принадлежит стимулированию с помощью повышения квалификации. Это объясняется прежде всего научно-техническим прогрессом, привносящим новые материалы, и перманентным изменением технологии выполнения различных работ. При этом подготовка управленческого персонала (руководители отделов, служб, подразделений) должна быть направлена на восприятие целей и политики предприятия в области социальной ответственности, изучение всех средств и методов функционирования социальных программ, формирование самостоятельной разработки мероприятий

и распределение обязанностей среди исполнителей в пределах порученных ему полномочий. Повышение квалификации линейного персонала (мастеров-бригадиров, инспекторов, механиков) должно состоять из следующих направлений: понимания выданной технической документации, умения правильно эксплуатировать механизмы, приборы, инструменты, соблюдения техники безопасности на рабочем месте. Недостаточно часто применяемыми являются средства стимулирования с помощью обеспечения карьерного роста и предоставления социальных гарантий. Хотя предлагаемые руководством предприятия условия продвижения по служебной лестнице будут содействовать стремлению работников фирмы более качественно выполнять свои функциональные обязанности и раскрывать творческий потенциал управленческого персонала. Социальные гарантии предоставляют фирме преимущества при выборе работниками места трудоустройства и вызывают стремление к продолжительным трудовым отношениям, поскольку помогают персоналу ощутить заботу руководства и заинтересованность в каждом из них. Практически совсем не используются такие методы стимулирования, как выражение благодарности и присвоение почетного звания, хотя эти средства при незначительных материальных расходах на их внедрение способны существенно влиять на трудовые показатели, поскольку обеспечивают дух соревнования в коллективе и жажду лидерства, которые приводят к добросовестному отношению к работе.

Заключение

По результатам проведенного исследования определено значение социальной отчетности, раскрыты преимущества и недостатки ее представления для предприятия. Представлена классификация социальных показателей в зависимости от векторной направленности бизнеса и проанализированы подходы к составлению нефинансовой отчетности. Это дало возможность определить структуру социального отчета, выявить его составляющие элементы для полного, всестороннего и достоверного отображения фактов осуществления социальной деятельности бизнес-структур. Разработано регламентное обеспечение в сфере социальной ответственности.

Перспективы дальнейших исследований заключаются в разработке форм социальной нефинансовой отчетности в разрезе сегментов деятельности, центров ответственности и источников финансирования в контексте повышения социальной ответственности бизнес-структур.

Список литературы:

1. Алигаджиева Е.М. Анализ уровня развития социальной отчетности в России // Экономический анализ: теория и практика. 2008. № 19. С. 198-207.
2. Белоног Ю.С. Социальный отчет как составляющая корпоративной социальной ответственности бизнеса (на примере отечественных компаний) // Современные общественные проблемы в измерении социологии управления: сборник научных трудов ДонГУУ. Т. XIII. Вып. 217. Серия «Социология». Донецк: ДонГУУ. 2012. С. 367-375.
3. Редькин А.С. Корпоративная социальная ответственность: модели и управленческая практика. М.: ООО «Письмо», 2011. 480 с.
4. Шигун Н.Н., Давидюк Т.В. Корпоративная социальная отчетность как перспектива информирования о человеческом капитале отечественных компаний // Вестник Запорожского национального университета. 2011. № 1 (9). С. 173-178.

References:

1. Aligadgieva E.M. *Alaliz urovnya razvitiya socialnoy otchetnosti v Rossii* [Analysis of the level of development of social reporting in Russia]. *Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika*, 2008, no.19, pp. 198-207.
2. Belonog Y.S. [Social Report as a part of corporate social responsibility (for example, domestic companies)]. *Sbornik nauchnyh trydov «Sovremennye obshestvennye problemy v izmerenii sociologii i upravleniya»*[Proc. of the DonGUU “Modern social problems in measuring the sociology of management”], 2012, no.217, pp.367-375 (In Ukrainian).
3. Red'kin A.S. *Korporativnaya socialnaya otvetstvennost: modeli i upravlencheskaya praktika* [Corporate social responsibility: models and management practices] Moscow, ООО “Pis'mo” Publ., 2011, 480 p.
4. Shygun N.N., Davidyuk T.V. *Korporativnaja social'naja otchetnost' kak perspektiva informirovanija o chelovecheskom kapitale otechestvennyh kompanij* [Corporate social reporting as the prospect of informing about the human capital of domestic companies]. *Vestnik Zaporogskogo nacionalnogo universiteta*, 2011. no.1 (9), pp. 173-178. (In Ukrainian).