
УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ В СИСТЕМЕ КОНТРОЛЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Трещевский Юрий Игоревич,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и управления организациями Воронежского государственного университета; utreshevski@yandex.ru

Никитина Лариса Михайловна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления организациями Воронежского государственного университета; lanikitina@yandex.ru

В статье рассматриваются проблемы взаимосвязи планирования, анализа и контроля в системе управления корпоративной социальной ответственностью. Произведен анализ документов, применяемых в российской и международной практике для контроля социально ответственного поведения предприятий. Приведены данные эмпирических исследований о распространении нефинансовой отчетности на предприятиях Воронежской области. Даны рекомендации по оценке корпоративной социальной ответственности на основе плановых и отчетных документов.

Ключевые слова: отчетность, анализ, контроль, планирование, корпоративная социальная ответственность.

Экономический анализ и контроль является обязательными элементами системы управления, на которые обращают внимание все исследователи, независимо от того, каким является в целом их представление о ее структуре. В настоящее время эти аспекты управления предприятием в наибольшей степени разработаны применительно к финансово-хозяйственной стороне деятельности предприятий. В то же время появились работы, существенно расширяющие область исследования проблем анализа и контроля различных сторон деятельности предприятий, в том числе и социальной [4, 5].

В странах с развитой рыночной экономикой считается, что важным инструментом анализа и контроля социально ответственного поведения предприятий является его социальная отчетность. Отмечается даже, что данные корпоративных отчетов позволяют более полно понять и оценить совокупный вклад бизнеса в решение общественно значимых проблем, при условии их сопоставимости по ключевым показателям деятельности [10]. Отчетность используется прежде всего как инструмент рациональной

и осмотрительной корпоративной стратегии. В связи с широким распространением концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) возникла необходимость разработки и применения систем оценки и стандартизации этого процесса на предприятиях.

В последнее время все больше компаний стремятся выпускать социальные отчеты, подготовленные по международным стандартам. Эта тенденция просматривается и в России. Все больше российских компаний выпускают отчеты, подготовленные по международным стандартам GRI или AA 1000. Это связано, прежде всего, с выходом многих отечественных компаний на международные рынки и фондовые биржи, где социальный отчет – обязательное условие сотрудничества. Получающее в России распространение идеи КСО потребовало адаптации существующих, разработки и применения собственных систем социальной отчетности и стандартизации этого процесса.

Нефинансовый (социальный) отчет, по определению Российского союза промышленников и предпринимателей, – это доступное, достоверное сбалансированное и связанное описание основных видов деятельности компании и результатов достижений, связанных с ценностями, целями, политикой устойчивого развития по вопросам, представляющим наибольший интерес ключевых заинтересованных сторон [12].

Согласно определению, которое дала Ассоциация менеджеров России, корпоративный социальный отчет – это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров и всего общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или в стратегических планах развития цели экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности [6].

Цель социальной нефинансовой отчетности – дополнить финансовую информацию, чтобы составить более полное представление об устойчивости и долгосрочных перспективах конкретного бизнеса. Кричевский Н. и Гончаров С. отмечают, что социальная отчетность позволяет получать дополнительные конкурентные преимущества, разрабатывать стратегии развития компании. Непременным спутником работы над социальной отчетностью является его оценка и проверка (верификация) независимым аудитом. Такая проверка дает гарантию, что представленные сведения отражают объективную картину [8].

Первые отчеты, появившиеся на Западе в начале 90-х годов XX столетия, носили преимущественно экологический характер. В 1993 г. было издано около 50 отчетов, в 1999 г. их количество увеличилось более чем в 10 раз. В 2003 г. было выпущено уже свыше 1800 отчетов в печатной и электронной форме, в 2005 г. – около 4000. В России количество ежегодно публикуемых отчетов не превышает 150 [7]. Количество российских компаний, составляющих нефинансовые отчеты, пока невелико, но темпы развития процесса достаточно высоки.

Можно отметить ряд положительных моментов в создании национальных систем отчетности в области КСО. Особенно стоит остановиться на таких документах, как: «Социальная хартия российского бизнеса», практические рекомендации по ее применению «Пять шагов на пути к социальной устойчивости компаний», «Базовые индикаторы результативности», стандарт «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации».

Если рассматривать только «Социальную хартию российского бизнеса», то она представляет собой кодекс поведения, но в совокупности с доработанными практическими рекомендациями ее можно рассматривать как методические рекомендации по подготовке корпоративных нефинансовых (социальных) отчетов, раскрывающих экономические, экологические и социальные результаты деятельности компаний в их единстве [1].

В 2005 году были разработаны рекомендации по оценке деятельности и подготовке нефинансовых отчетов «Пять шагов на пути к социальной устойчивости компаний» [12]. Данные рекомендации предлагаются в помощь компаниям, которые приняли или намерены принять решение о подготовке нефинансовых отчетов. Ими могут воспользоваться и организации, присоединившиеся к «Социальной хартии российского бизнеса». В рекомендациях предлагается использовать универсальный набор базовых индикаторов деятельности. Они образуют пять групп: экономическая и финансовая устойчивость; качество продукции, взаимоотношения с потребителями; взаимоотношения с работниками; экологическая безопасность; развитие местного сообщества [12].

Эти индикаторы в основном предназначены для производственных предприятий. Однако они могут применяться и другими компаниями. Набор индикаторов формировался таким образом, чтобы показатели охватывали основные области ответственности; были совместимы с международными стандартами; не противоречили отечественной практике и имели источником, в основном, государственную статистическую отчетность предприятий или информацию обычного внутреннего управленческого учета [12].

В 2008 году были разработаны рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности «Базовые индикаторы результативности» [1]. Подготовка данных рекомендаций была частью комплекса мероприятий, проводимых РСПП, в целях продвижения идей «Социальной хартии российского бизнеса». Они также являются новой редакцией предыдущих рекомендаций по оценке деятельности и подготовке нефинансовых отчетов «Пять шагов на пути к социальной устойчивости компаний». В обновленной версии предлагаемые индикаторы и соответствующие им показатели экономической, социальной и экологической результативности отвечают международным рекомендациям в этой области и, одновременно с этим, адаптированы к российской системе учета и законодательства [1].

Следует отметить ряд изменений в новой редакции. Во-первых, произошло увеличение количества базовых индикаторов с 31 до 48. Во-вторых, в составе базовых индикаторов выделены основные и дополнительные (основные индикаторы представляют интерес для большинства заинтересованных сторон и считаются существенными; дополнительные индикаторы отражают формирующиеся подходы, которые могут быть существенными для некоторых организаций, но не являются такими для большинства). В-третьих, произошло деление базовых индикаторов по основным направлениям результативности деятельности на экономические, экологические и социальные вместо вышеуказанных 5 групп в первой редакции. В-четвертых, представлено не только описание базовых индикаторов, но и указана конкретная методика их расчета [12].

Необходимо подчеркнуть, что обновленная версия базовых индикаторов максимально приближена к зарубежному аналогу – Стандарту глобальной инициативы по отчетности (GRI). Об этом свидетельствует и разбиение показателей на 3 основные группы (экономические, экологические и социальные индикаторы), и состав показателей внутри каждой из групп. На наш взгляд, такое деление на группы ухудшило структуру отчетов, в частности, в связи с искусственным разделением показателей на экономические и социальные – не социальных экономических показателей не существует, поскольку все они отражают взаимодействие между людьми. Тем не менее, российские компании, принявшие решение присоединиться к «Социальной Хартии» и участвовать в реализации ее принципов, включаются в общемировой процесс движения к устойчивому развитию. Планируя и оценивая свою деятельность, измеряя ее результаты, участники «Социальной Хартии» могут позиционировать себя и по отношению к международным принципам КСО.

Стандарт «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации. Методические рекомендации» [13], предложенный Торгово-промышленной палатой РФ, содержит указание на то, что он подготовлен с учетом базовых принципов AA1000 и GRI. Данный 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 [13]. Этот документ можно рассматривать как инструмент повышения прозрачности бизнеса и укрепления его взаимодействия с обществом.

Методические рекомендации ТПП содержат ряд интересных предложений, например, включение в отчет сведений о мерах противодействия взяточничеству и коррупции, распространению некачественных товаров, наносящих вред здоровью. Однако некоторые положения противоречат международным стандартам AA1000 и GRI или являются слишком широкомасштабными для оценки социальной ответственности.

Согласно исследованиям Благова Ю., во многом пересекающиеся по целям и содержанию и даже конкурирующие между собой стандарты AA1000,

GRI, Глобальный договор ООН (UN Global Compact) преимущественно воспринимаются российскими компаниями как атрибут глобального бизнеса, связанный с выходом на международный фондовый рынок. «Социальная хартия российского бизнеса», «учитывающая национальную специфику», не привлекает их внимания, как не соответствующая международным требованиям. Модели самооценки и совершенствования, связанные с институционализацией менеджмента заинтересованных сторон, в качестве самостоятельных продуктов, отличных от общих моделей управления качеством, мало используются отечественным бизнес-сообществом [3].

Мы в своих эмпирических исследованиях также уделили проблеме социальной отчетности значительное внимание. Уровень знания менеджерами международных стандартов невысок: в деталях они известны не более чем 3,3%, в общих чертах – 18,0 – 26,7%, неизвестны 70 – 82%. Полагаем, что это – важный фактор невысокого уровня развития социальной отчетности и распространения корпоративной социальной ответственности в целом.

В табл. 1 – табл. 3 приведены данные об использовании при формировании системы КСО социальных отчетов.

Таблица 1

Данные о составлении ежегодных социальных отчетов
(% от числа опрошенных)

Составление социальных отчетов	Годы	
	2007	2009
Да	10	6
Нет, но планируется	23,3	2
Нет	66,7	92

Как видим, составляются социальные отчеты только на 6 – 10% воронежских предприятий. При этом в период высокой экономической конъюнктуры 23,3% менеджеров хотя бы планировали начать данный процесс, но во время ухудшения экономической ситуации такое желание сохранилось только у 2% опрошенных. Иначе говоря, российские менеджеры не считают отчетность важным фактором своего экономического благополучия.

Таблица 2

Формы предоставления социальных отчетов
(% от числа предприятий, составляющих социальные отчеты)

Форма социальных отчетов	Годы	
	2007	2009
Отдельный отчет в соответствии с международными стандартами	-	-
Приложение к годовому отчету	100	66,7
Доклад перед правлением	-	-
Выступление в СМИ	-	33,3
Другая	-	-

Как видим, фактов составления отдельных социальных отчетов среди опрошенных менеджеров не выявлено. В 2007 г. 100% опрошенных указало в качестве формы социальной отчетности приложения к годовому отчету, в 2009 г. третья часть менеджеров отметила выступления в СМИ.

Таблица 3

Причины несоставления социальных отчетов
(% от числа предприятий, не составляющих социальных отчетов)

Причина	Годы	
	2007	2009
Решаются другие задачи	48,1	29,8
Предприятие не готово к диалогу с обществом	14,8	4,3
Недостаток финансовых ресурсов	11,1	10,6
Руководство не видит такой необходимости	26,0	46,8
Другое	-	2,1
Не назвали причину	-	6,4

В качестве наиболее значимых причин несоставления социальной отчетности названы в 2007 г. решение других задач и отсутствие такой необходимости. В 2009 г. названы те же причины, однако их рейтинги поменялись местами. Примечательно, что не видели необходимости в социальной отчетности в 2007 г. 26,0% менеджеров, в 2009 г. – 46,8%. Можно полагать, что на изменение мнения повлияло ухудшение экономической ситуации в стране. Но в целом такое положение обусловлено тем, что уровень отношения менеджмента предприятий к корпоративной социальной ответственности очень нестабильный. Социально ответственное поведение рассматривается как атрибут хорошей жизни, которым можно пренебречь при ухудшении ситуации и свидетельствует о том, что уровень понимания стратегичности КСО не достигнут.

В значительной степени это связано с тем, что в странах с развитой рыночной экономикой модели КСО хорошо адаптированы, широко применяются и ориентируют компании на большинство заинтересованных лиц. В России же на данный момент число компаний, практикующих социальную отчетность на регулярной основе, еще сравнительно мало, сам процесс отчетности ориентирован гораздо уже – чаще всего на государство и акционеров.

Можно также полагать, что традиционный российский скептицизм в отношении необходимости формальных документов, регламентирующих социально-экономическую деятельность, выступил в качестве важного фактора слабого развития социальной отчетности в различных формах. Можно выдвинуть предположение, что это является проявлением такой институциональной характеристики российского общества, как доминирование неформальной составляющей его организации. В противном случае следовало бы предположить обязательное документирование в отчетах социально значимых действий, возможно даже с некоторым

преувеличением достижений в этой области. Это – институциональные аспекты проблемы совершенствования контрольной и регулирующей функций управления КСО.

Но есть, на наш взгляд, важный организационный аспект – одна из основных проблем, с которыми сталкиваются исследователи и практики КСО – измерение корпоративной социальной деятельности и фиксация полученных результатов в соответствии с ценностями общества и компании. Следует отметить, что не все документы равнозначны в этом плане. Важно обеспечить точное соответствие данных, представленных в отчетных документах, общим декларациям и плановым показателям.

По нашему мнению, полученные результаты представляют большой интерес с точки зрения формирования содержания и разработки удобного формата социальной отчетности, обеспечивающих ее информативность, эффективность каналов раскрытия информации, высокую степень прозрачности деятельности компаний.

Нефинансовая отчетность должна быть четко связана с документами более общего плана, в частности, Кодексом социально ответственной компании. Контроль исполнения кодекса возможен только в том случае, если его положения опираются на законодательную основу. Поэтому основные положения кодексов социально ответственного поведения должны в целом опираться на законодательную базу. В то же время расширенный состав положений кодексов по сравнению с законодательством должен способствовать внедрению передового опыта в сфере корпоративной социальной ответственности. Проверимость соблюдения положений кодексов и других декларативных документов возможно обеспечить только посредством четкой увязки декларируемых положений, планируемых показателей и их отражения в отчетах.

Для реального применения кодексов как базовых документов для анализа и контроля корпоративной социальной ответственности необходимо включение в него положений, регламентирующих работу корпоративных и исполнительных органов, определяющих их компетенции и ответственность, хотя бы в самом общем виде. Кроме того, кодекс является инструментом не только внутреннего, но и внешнего контроля. Поэтому он должен содержать достаточно конкретные обязательства, адресованные собственникам, сотрудникам, менеджерам, кредиторам, потребителям, поставщикам и другим деловым партнерам, местному сообществу, государству.

Некоторые регионы проявляют инициативу в разработке своих методик оценки социально ответственных компаний. На их основе выстраиваются рейтинги местных предприятий. Так, например, в 2007 г. была разработана «Методика оценки добровольной корпоративной социальной ответственности организаций в Саратовской области» [9]. Методика включает две группы показателей. В группу С1 входят 6 показателей: охрана здоровья и поддержка здорового образа жизни; социальная поддержка семьи и льготы

работникам; помощь по обеспечению работников жильем; поддержка ветеранов; расходы на подготовку кадров и работу с персоналом; охрана труда и экологическая безопасность.

Если предприятие оказывает помощь району, городу, области, стране, его вложения тоже конкретно измеримы. Эти показатели составляют группу С2 – реализация социальных программ в рамках двусторонних соглашений.

Рейтинг проводится комиссией, формируемой региональным правительством. При составлении рейтинга комиссия рассматривает ряд показателей, предоставляемых предприятием, таких, как численность работников, текучесть, заработная плата и т.д. Предприятия при этом различают не по отраслевому признаку, а по числу работников. Каждому из показателей групп С1 и С2 присваивается определенное количество баллов. Этих показателей в совокупности всего 13, в отличие от других существующих методик, содержащих многие десятки, поэтому сравнение получается предельно наглядным и простым.

Согласно вышеуказанной методике, бизнес должен выделять не менее 2 % от стоимости реализованной продукции на решение социальных вопросов. Это – критерий, позволяющий считать компанию социально ответственной. Согласно расчетам, многие предприятия Саратовской области уже соответствуют этому критерию и имеют очень хорошие показатели в области социальной ответственности [2]. Показатели КСО публикуются в официальных средствах массовой информации с динамикой по годам. Обобщенный количественный показатель КСО – один из главных параметров при определении ежегодного рейтинга организаций – учитывается при проведении областных профессиональных конкурсов [9]. На наш взгляд, установление «двухпроцентного порога» социальной ответственности достаточно субъективно.

Другим примером региональной инициативы в области КСО стал рейтинг в области социальных инвестиций и корпоративной социальной ответственности, проведенный в рамках проекта «Социальные инвестиции бизнеса. Сибирский регион» [11].

В рейтинге приняли участие 14 крупнейших компаний Сибирского региона. Анкета опроса включала финансовые показатели компаний по реализации социальных программ в различных областях. Всего в анкете было представлено 6 разделов: развитие персонала; охрана здоровья и безопасные условия труда; социально ответственная реструктуризация; природоохранная деятельность и ресурсосбережение; развитие местного сообщества; добросовестная деловая практика.

По каждому разделу считался балл предприятия. В первую очередь, просчитывалось соотношение суммарного объема средств в данном разделе к количеству сотрудников компании. Затем компании ранжировались в порядке убывания, исходя из этого численного показателя. В завершение расчетов производилось суммирование набранных компаниями баллов в

каждом разделе, и получался абсолютный показатель для каждой из них, по которому и составлялся рейтинг – места, занятые компаниями, в порядке возрастания. Результаты рейтинга были объявлены на региональной конференции «Социальное партнерство как стратегия успеха в бизнесе» в Новосибирске [11].

С точки зрения содержания, указанные рейтинги имеют несколько недостатков: ограничены преимущественно сферой трудовых отношений; оценка производится по стоимостным показателям, в том числе в тех случаях, когда их применение мало оправдано.

С позиций управления развитием вышеуказанные рейтинги имеют более существенные недостатки. Прежде всего, следует указать на отсутствие связи между документами, отражающими деятельность предприятия в разных фазах управления, для участия в рейтинге нет необходимости планирования. Это превращает участие в рейтинге в разовое мероприятие и мало способствует системной работе по совершенствованию корпоративной социальной ответственности.

Рейтинги предполагают распределение предприятий по местам. Предприятия, набравшие наибольшее количество баллов, считаются более ответственными. Между тем, это не всегда оправдано. В системе показателей должны быть предусмотрены показатели, блокирующие включение предприятия в список социально ответственных, независимо от общего количества баллов или затрат на социальную деятельность.

Можно обратить внимание и на другие недостатки, неизбежные в период формирования такого сложного и многопланового явления, как корпоративная социальная ответственность.

Мы исходим из того, что для анализа и контроля деятельности предприятия в сфере КСО необходимо придерживаться следующего подхода.

Во-первых, управление корпоративной социальной ответственностью должно быть комплексным и потому базироваться на трех типах документов, содержащих:

- общие декларации в этой сфере (Кодекс или аналогичный ему документ);
- плановые показатели (Стандарт социально ответственного поведения и т.п.);
- отчетные показатели (соответствующие плановым показателям, индикаторам стандарта).

Это позволит не только сравнивать предприятия друг с другом, что не всегда целесообразно в силу их различий по многим параметрам, но и отражать деятельность любого отдельно взятого предприятия.

Кроме того, наличие указанных документов, положения которых взаимосвязаны, позволяет обеспечить контроль за реализацией общих деклараций предприятия в сфере социальной ответственности.

Во-вторых, состав показателей (лучше всего – индикаторов) должен

быть обозримым и не превышать 20 – 30 позиций. Это позволит получить относительно непротиворечивую картину деятельности предприятия и снизить издержки на ведение делопроизводства.

В-третьих, количество баллов, по которым оценивается корпоративная социальная ответственность, не должны быть чрезмерно большим, иначе неизбежно возникает субъективизм оценки. Мы считаем, что оптимальное количество баллов – три, соответствующее трем уровням социальной ответственности.

Ноль баллов по любой позиции означает, что предприятие не может быть отнесено к социально ответственным, независимо от общего количества баллов. Этой величине соответствует нарушение нормативов, установленных законодательством, предписаний регулятивных органов или грубые нарушения в обеспечении интересов заинтересованных сторон (например, смертельный случай на производстве).

Один балл свидетельствует о том, что предприятие выполняет нормы, установленные законодательством и обычаями делового общения в регионе или отрасли. Понятно, что учитываемые нормы делового общения не могут быть ниже, чем предусмотренные законодательством. В то же время законодательные нормы часто настолько низки, что следование им слабо подтверждает приверженность предприятия принципам социально ответственного поведения. Так, например, минимальный размер оплаты труда существенно ниже прожиточного минимума, установленного в регионах (во всяком случае, исключения из этого правила нам неизвестны). Следовательно, предприятие, выплачивая работнику установленный законом минимум, не позволит ему обеспечить даже себя необходимыми товарами и услугами. Поэтому в качестве индикатора, соответствующему баллу «1», мы рекомендуем не минимальный размер оплаты труда, а величину прожиточного минимума. Оценка в один балл соответствует второму уровню социальной ответственности.

Два балла целесообразно присваивать по тем позициям социально ответственной деятельности, которые обеспечивают достижение относительно высоких параметров, пока не институционализированных обществом. Два балла – это показатель достаточно высокого уровня социальной ответственности для российских условий. Так, мы рекомендуем для получения двухбалльной оценки по показателю «минимальный уровень оплаты труда на предприятии» два прожиточных минимума. Это означает, что работник может содержать хотя бы одного иждивенца, что не является редкостью в настоящее время.

В-четвертых, документы, регламентирующие корпоративную социальную ответственность, должны быть проверяемы по «пересекающимся» признакам. Так, положения кодекса целесообразно группировать по адресатам ответственности, а социального отчета – по сферам (технологическая, организационно-экономическая, внепроизводственная).

Это позволит, с одной стороны, оценить, перед кем выполняются (или не выполняются) обязательства, с другой, в какой области предприятие добилось успехов, а где позиции слабы.

В-пятых, применяемые показатели должны быть применимы к предприятиям различных размеров и отраслей. Полностью нивелировать влияние этих факторов не удастся, но, во всяком случае, влияние не должно быть решающим. Поэтому показатели необходимо применять либо качественные (например, наличие нарушений налогового законодательства), либо относительные (в расчете на одного работника, в процентах от базы и пр.).

Подобная структура документов позволяет обеспечить три уровня контроля: самоконтроль предприятия (в соответствии с компетенциями его институтов, органов, подразделений); контроль со стороны заинтересованных лиц; контроль государственных органов и общественных организаций посредством проведения территориальных или отраслевых рейтингов.

В целях самоконтроля предприятию целесообразно использовать своеобразный «светофор корпоративной социальной ответственности», представляющий собой матрицу, в которой представлены результаты деятельности по сферам ответственности и стейкхолдерам (табл. 4).

Таблица 4

Матрица результатов корпоративной социальной ответственности

Сферы ответственности \ Стейкхолдеры	Персонал	Собственники	Государство	Потребители	Деловые партнеры	Местное сообщество
Технико-технологическая (результатирующий индикатор отражает состояние промышленной безопасности, охраны и безопасности труда, ресурсосбережения, утилизации отходов, качества производимой продукции, развития инновационных процессов)						
Организационно-экономическая (результатирующий индикатор отражает социальное партнерство в сфере труда, взаимоотношение с работниками, развитие персонала и профессиональная подготовка, организация и уровень оплаты труда, соблюдение договорных обязательств с партнерами, ценовая политика, выполнения обязательств по уплате налогов и сборов)						
Внепроизводственная (результатирующий индикаторов отражает дополнительное социальное обеспечение работников, членов их семей; участие в формировании гражданского общества; благотворительную деятельность; развитие местного сообщества; участие в решении социально-экономических проблем региона; информационную открытость)						

По каждому конкретному стейкхолдеру определяется значение результирующего индикатора в определенной сфере корпоративной социальной ответственности (технико-технологической, организационно-экономической, внепроизводственной), которое колеблется в диапазоне от 0 до 2 и рассчитывается в два этапа:

1. Определяется значение индикатора I_i^j , отражающего состояние i -го элемента сферы корпоративной социальной ответственности для j -го стейкхолдера, путем сравнения фактического значения за отчетный период с установленными нормативами (минимально допустимое значение индикатора, которое определяет 1 уровень ответственности, и рекомендуемое значение индикатора, соответствующее 2 уровню ответственности):

$$I_i^j = \begin{cases} 0, & \text{если фактическое значение} < \text{норматива 1 уровня} \\ 1, & \text{если фактическое значение} \geq \text{норматива 1 уровня} \\ 2, & \text{если фактическое значение} \geq \text{норматива 2 уровня} \end{cases}$$

2. Определяется значение результирующего индикатора, отражающего состояние определенной сферы корпоративной социальной ответственности для j -го стейкхолдера:

$$I^j = \begin{cases} \frac{\sum_{i=1}^n I_i^j}{n}, & \text{если } I_i^j \neq 0 \\ 0, & \text{если } I_i^j = 0 \end{cases}$$

Результирующий индикатор подает три типа сигналов:

- выход из зоны ответственности ($I^j = 0$) – «красный цвет»;
- нахождение в средней зоне ответственности ($I^j \in [1; 2)$) – «желтый цвет»;
- лидерство в ответственности ($I^j = 2$) – «зеленый цвет».

Таким образом, предприятие сможет оценить деятельность в области корпоративной социальной ответственности по сферам и конкретным группам стейкхолдеров.

В системе контроля корпоративной социальной ответственности имеют значение раскрытие информации и отчетность предприятия и его подсистем. Раскрытию информации и прозрачности компаний в исследованиях уделяется также большое внимание, поскольку данное направление деятельности позволяет всем заинтересованным лицам оценивать деятельность компании и ее органов управления; собственникам, кредиторам, другим деловым партнерам – контролировать использование вложенных средств; потенциальным инвесторам – оценить привлекательность компании для инвестиций.

Это требует включения положения о степени открытости компании в документы, регламентирующие социальную деятельность компании: кодекс, стандарт, отчет. В последнем случае данный индикатор целесообразно ранжировать следующим образом: нет публичного раскрытия информации – ноль баллов; ежегодное составление отчета о деятельности организации,

содержащего информацию сверх установленной законодательно – один балл; публичное размещение ежегодного отчета, в том числе о социальной деятельности, на официальном сайте организации, в СМИ и др.

Список источников

1. Базовые индикаторы результативности. Рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности [текст] / под общей редакцией А. Шохина. – М.: РСПП, 2008. – 68 с.
2. Бизнес и власть: социальное партнерство и социальная ответственность [электронный ресурс]. – URL: http://www.diaistola.ru/articles/business_and_power.doc
3. Благов, Ю.Е. Институционализация менеджмента заинтересованных сторон в российских компаниях: проблемы и перспективы использования модели «Арктурус» [текст] / Ю.Е. Благов // Научные доклады № 41(R)–2006. – СПб: НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. – С. 6 – 9.
4. Гончаров, С.Ф. Оценочные показатели социальной ответственности предприятий [текст] / С.Ф. Гончаров // Аудитор. – 2007. – № 4. – С. 54 – 58.
5. Ендовицкий, Д.А. Комплексный экономический анализ деятельности управленческого персонала [текст] / Д.А. Ендовицкий, Н.И. Беленова. – М.: КНОРУС, 2011. – 192 с.
6. Корпоративная ответственность перед обществом // Рекомендации Ассоциации менеджеров «Корпоративный социальный отчет» [электронный ресурс]. – URL: http://shop.amr.ru/upload/iblock/19c/KSO_dop.pdf.
7. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография [текст] / под общ.ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2008. – С. 291 – 292.
8. Кричевский, Н.А. Корпоративная социальная ответственность [текст] / Н.А. Кричевский, С.Ф. Гончаров. М.: Дашков и Ко, 2007. – С. 56 – 57.
9. Методика оценки добровольной корпоративной социальной ответственности организаций в Саратовской области [электронный ресурс]. – URL: <http://www.isocentre.ru/articles/metodika.doc>.
10. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор [текст] / Под ред. А.Н. Шохина. М.: РСПП, 2006. – С. 15
11. Преблагина, Е. Социализация бизнеса и его социальные инвестиции в Сибирском регионе [электронный ресурс] / Е. Преблагина. – URL: <http://www.4cs.ru/users/files/fortexts/2470.doc>.
12. Пять шагов на пути к социальной устойчивости компаний. Рекомендации по оценке деятельности и подготовке нефинансовых отчетов [электронный ресурс]. – М.: РСПП, 2005. – URL: <http://www.rspp.ru/Attachment.aspx?Id=3080>.
13. Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в РФ. Стандарт ТПП РФ [электронный ресурс]. – 2005 г. – URL: <http://www.tpprf.ru/img/uploaded/2006102512025321.doc>.

MANAGEMENT REPORT IN THE SYSTEM OF CONTROL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Treshevskiy Yuri Igorevich,

Dr. Sc. of Economy, Professor, Chief of the Chair of Economy and Management of Organizations of Voronezh State University;

utreshevski@yandex.ru

Nikitina Larisa Mikhaylovna,

Ph. D. of Economy, Associate Professor of the Chair of Economy and Management of Organizations of Voronezh State University;

lanikitina@yandex.ru

Problems of correlation of planning, analysis and control in the system of management of corporate social responsibility are considered in the article. Documents used in the Russian and international practice for the control of socially responsible business conduct are analyzed. Data on the distribution of empirical research of non-financial enterprises of Voronezh region are presented. Recommendations for estimation of corporate social responsibility on the basis of planning and reporting documents are given.

Keywords: reporting, analysis, control, planning, corporate social responsibility.