

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 657.6.012.16

DOI: 10.17223/19988648/44/15

Б.А. Аманжолова, Л.П. Наговицина

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ИДЕНТИФИКАЦИОННОГО АУДИТА

В статье рассмотрены и обобщены на уровне идентификационного аудита процедуры внутреннего контроля и социального аудита применительно к организациям, которые в соответствии с законодательством или корпоративной политикой реализуют принципы социальной ответственности. Авторами доказана необходимость включения процедур идентификационного аудита в методику аудита социальной ответственности экономических субъектов. В статье раскрыто содержание процедур идентификационного аудита применительно к социальной ответственности кооперативов и акционерных обществ работников (народных предприятий), предлагается система критериев и показателей, которые могут быть использованы для характеристики соответствия фактической деятельности декларируемому статусу во внешней среде и понятны целевым группам заинтересованных сторон.

Ключевые слова: социальный аудит, идентификационный аудит, социальная ответственность, самоидентификация, публичная отчетность, кооперативы, народные предприятия.

В монографии «Социальный аудит в системе учетно-аналитического обеспечения деятельности субъектов предпринимательства» [1] авторы статьи рассмотрели социальный аудит как объективную потребность социально ответственного бизнеса, расширяющего свое присутствие в экономическом пространстве всех стран, в том числе и в России. Определили роль социального аудита в качестве инструмента оценки эффекта и эффективности экономических отношений в бизнесе между всеми участниками (собственниками, менеджерами, работниками) в процессе повышения производительности труда, увеличения объемных и качественных результатов деятельности.

Авторы убеждены, что социальный аудит трансформируется в самостоятельную отрасль знаний. Такое понимание социального аудита произошло под воздействием современных тенденций развития социально ответственного бизнеса, из которых можно выделить:

– восприятие социально ответственного бизнеса как объективно необходимой модели поведения, обеспечивающей повышение персональной и общественной производительности труда;

– расширение институциональных границ, означающее вовлечение в идеологию социальной ответственности субъектов экономики различных форм собственности (государственных, муниципальных, частных, кооперативных) и различных организационно-правовых форм (предприятий и учреждений, акционерных обществ, обществ с ограниченной ответственностью, кооперативов и их союзов, ассоциаций и др.);

– увеличение количества субъектов социально ответственного бизнеса во всех группах по масштабу деятельности (от гигантов индустрии до среднего и малого предпринимательства).

Авторы систематизировали процедуры внутреннего контроля и социального аудита для любого типа организаций социальной ответственности, народного предпринимательства, любой формы самоорганизации населения, а также демонстрировали результаты теоретических и методологических положений для самой представительной системы российского социально ответственного бизнеса – потребительской кооперации. Значительное место в составе процедур внутреннего контроля и социального аудита авторы отводят процедурам идентификации, оценки соответствия или несоответствия социально-экономической деятельности кооперативов принципам международного кооперативного движения. Апробация процедур идентификации позволила обосновать состав процедур внутреннего контроля и социального аудита в специфическом кооперативном секторе экономики.

В данной статье рассмотрены и обобщены на новом, более высоком уровне – *уровне идентификационного аудита* процедуры внутреннего контроля и социального аудита применительно к организациям и предприятиям любой организационно-правовой среды, которые в соответствии с законодательством или корпоративной политикой реализуют принципы социальной ответственности.

«Социально ответственный бизнес определяется нами как модель поведения, совмещающая интересы общества, юридических и физических субъектов экономики с целью достижения прироста доходов в долгосрочной перспективе за счет формирования устойчивой репутации, известности, имиджа, поведения персонала, его достойной мотивации, создания благоприятного инновационного климата, социализации миссии, системы лояльности» [1. С. 5]. Следует отметить, что социальная ответственность не исключает и не повторяет благотворительную деятельность, осуществляемую организациями. Российское законодательство определяет благотворительность следующим образом: «Под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки» [2].

Таким образом, социально ответственный бизнес представляет собой экономические отношения, в то время как благотворительность выражает

морально-этические отношения. Очевидно, что различаются и их цели. *Главная цель социально ответственного бизнеса* – достижение максимальных доходов, но не прибыли, поскольку их часть (большая, чем фонд оплаты труда) идет на мотивацию персонала к высокопроизводительному труду. *Цели благотворительной деятельности* многогранны, состоят в социальной поддержке и защите граждан, включая улучшение материального положения малообеспеченных, социальную реабилитацию безработных, инвалидов и иных лиц, которые в силу своих физических или интеллектуальных особенностей, иных обстоятельств не способны самостоятельно реализовать свои права и законные интересы [2].

Благотворительная деятельность не распространяется на экономические отношения (формирование целевого капитала, управление имуществом, доходами, прибылью). Учредителями благотворительных организаций выступают как физические, так и юридические лица. Благотворительные организации в соответствии с законом могут создаваться в формах: общественных организаций (объединений), фондов, учреждений, а также неправительственных (негосударственные и немуниципальные) некоммерческих организаций.

Чтобы иметь материальные ресурсы, благотворительная организация может учреждать хозяйственные общества, однако в таких обществах не допускается участие других юридических и физических лиц.

В социально ответственном бизнесе и благотворительности тем не менее содержится нечто общее – государственная идеология. В ст. 7 Конституции страны определено: «Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. В Российской Федерации охраняются труд и здоровье людей, устанавливается гарантированный минимальный размер оплаты труда, обеспечивается поддержка семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан, развивается система социальных служб, устанавливаются государственные пенсии, пособия и иные гарантии социальной защиты» [3].

Развитие социально ориентированного бизнеса и благотворительности свидетельствует о социализации производственных отношений, о том, что коммерческие и некоммерческие организации дополняют государственные и совместно с государственными структурами берут на себя часть ответственности за материальное, физическое и культурное благосостояние социума, что мы рассматриваем как положительную тенденцию общественного развития.

Социализация производственных отношений характерна для большинства стран мира, она проявляется, в частности, в появлении нового формата организаций – *народных предприятий*. Нами выявлены признаки, которые уже можно расценивать в качестве принципов функционирования таких субъектов экономики. Перечислим важнейшие из них [4. С. 229]:

– многомерность цели, приоритет целевой установки на удовлетворение материальных и иных потребностей участников при соблюдении баланса

интересов народного предприятия как юридического лица, так и его участников;

- преобладание среди участников работников;
- наличие у участников хотя бы одного правомочия собственников (владение, пользование, распоряжение);
- фиксированное членство участников;
- управление отношениями на основе экономики участия;
- демократические основы управления по формуле «один участник – один голос»;
- демократический контроль снизу.

Народное предприятие, в нашей формулировке, это субъект рынка любой организационно-правовой формы, ориентированный на повышение материального благосостояния своих участников путем мотивации их непосредственного вклада: в формирование материальных, финансовых, информационных ресурсов, обеспечивающих оптимальную автономность в рыночной среде; в производственный процесс; в хозяйственную деятельность; в управление и демократический контроль за финансово-хозяйственной деятельностью, распределением доходов и прибыли организации, находящейся в их совместном владении или под их совместным контролем [4. С. 230].

В России к формату народных можно отнести акционерные общества работников, функционирующие на основе Федерального закона «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» [6], все виды кооперативов, их союзов, в первую очередь системы потребительской кооперации. Отдельные признаки народных предприятий свойственны ПАО – публичным акционерным обществам и другим рыночным хозяйственным моделям управления экономикой. Идеология народных предприятий находит своих последователей среди всех бизнес-систем, начиная с гигантов индустрии до субъектов малого и среднего бизнеса.

Возникла объективная потребность в интегральных оценочных показателях и специальной отчетности, характеризующей социальную составляющую деятельности организации, позиционирующей себя субъектом социально ответственного бизнеса. Данная проблематика все чаще становится предметом исследования. Нам близка позиция авторов, которая предполагает свой вариант отчетности по корпоративной социальной ответственности и процедур аудиторской проверки, основанная на базовых концепциях аудита. Процедуры формирования отчетности и аудита должны обеспечивать верифицируемость и транспарентность отчетности, представляемой заинтересованным сторонам.

По аналогии с определением аудита экономической деятельности, сформулированным американской ассоциацией бухгалтеров, *социальный аудит можно определить как системный процесс получения и оценки объективных данных о социальной деятельности, событиях, устанавливающих уровень их соответствия определенным критериям и представляющий интерес для заинтересованного пользователя.*

Предметная область социального аудита широка, процедуры включают оценку социальной ответственности организаций по множеству параметров, в первую очередь гарантированный объем и качество продукции, производимой и реализуемой; потенциал сотрудников; влияние на окружающую среду; демократию как фундаментальную ценность.

Социальный аудит должен заканчиваться формулированием суждения аудиторов о соответствии или несоответствии деятельности организации, позиционирующей себя субъектом социально ответственного бизнеса, имиджу социальной корпоративной организации.

Мы выделяем в самостоятельный раздел *идентификационный аудит* и даем ему следующее определение: *идентификационный аудит в организации социально ответственного бизнеса — это комплекс контрольно-аналитических процедур, обеспечивающих выявление соответствия или несоответствия фактических организационно-правовых и экономических решений заявленным в миссии и программах социального развития (поддержки) участников.*

Понятно, что процедуры идентификационного аудита предопределяют новые требования к формированию и анализу отчетности. В международной практике важным критерием результативности деятельности компании признается соблюдение общепризнанных стандартов Глобальной инициативы по отчетности (GRI), ИСО 9001-2008, ИСО 26000. Однако для применения перечисленных стандартов в практику формирования отчетности российскими хозяйствующими субъектами необходимо решение актуальных вопросов, имеющих отношение к развитию целостной системы отчетности, отражающей финансовые и нефинансовые показатели деятельности компаний. При сопоставлении нефинансовых показателей с финансовыми возможно получение полной картины о всесторонне раскрытых результатах деятельности организации, состоянии и ее развитии в сравнении с изменением показателей внешней среды. Показатели финансовой отчетности сходны для организаций, различающихся по масштабам и видам экономической деятельности, формам собственности, а состав социальных показателей будет индивидуальным.

Важно отметить, что комплексного подхода к представлению информации в российской практике придерживаются лишь отдельные экономические субъекты. Так, за период 2010–2016 гг. наблюдаются одновременно рост и снижение числа компаний, публикующих сведения о различных сторонах своей деятельности (рис. 1).

При этом в 2016 г. процедуру верификации отчетности прошли лишь 37 компаний. Такая ситуация объясняется различными факторами, в том числе отсутствием реальных выгод от публикации заверенной отчетности. Однако лицам, ответственным за корпоративное управление, необходимо понимать преимущества открытости и прозрачности, которые компании получают в большинстве случаев в перспективе. В связи с этим авторы считают необходимым исследование различных аспектов социальной ответственности во взаимосвязи с правовыми предпосылками формирования и представления публичной отчетности.



Рис. 1. Динамика количества компаний, публикующих нефинансовые отчеты, и количества опубликованных нефинансовых отчетов, представленных в Национальном регистре корпоративных нефинансовых отчетов¹

Исследование различных аспектов корпоративной социальной ответственности во взаимосвязи с правовыми предпосылками формирования публичной отчетности социально ответственных организаций возможно осуществить на основе метода морфологического анализа, разработанного швейцарским астрофизиком Ф. Цвикки. В центре морфологического анализа находится оценка уровня представления и раскрытия информации о социальной ответственности на основе данных публичной отчетности. Метод предполагает выделение основных параметров исследуемого объекта и вариантов реализации параметров с последующим анализом их возможных комбинаций для решения поставленной задачи.

На рис. 2 представлен «морфологический куб», позволяющий выделить наиболее значимые для целей анализа параметры публичной отчетности, вариативность которых обусловлена видами отчетности (X), правовыми предпосылками ее формирования (Y) и сферами корпоративной социальной ответственности предприятий (Z). По оси X представлены виды публичной отчетности:

- X1 – бухгалтерская (финансовая) отчетность;
- X2 – годовой отчет;
- X3 – отчет об устойчивом развитии.

¹ Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2015–2016 гг. выпуска, подготовленный Российским союзом промышленников и предпринимателей.

По оси Y – правовые предпосылки формирования отчетности:
 Y1 – законодательно закрепленные обязательства компании;
 Y2 – добровольно принятые обязательства в рамках соглашений со стейкхолдерами;
 Y3 – чистая филантропия.
 По оси Z – сферы корпоративной социальной ответственности:
 Z1 – экономическая;
 Z2 – экологическая;
 Z3 – социальная.

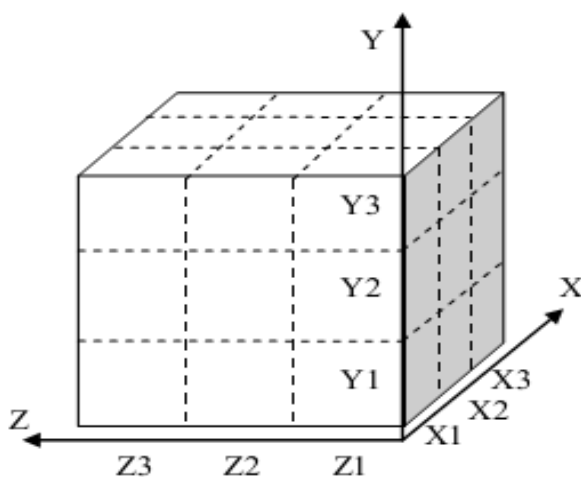


Рис. 2. «Морфологический куб», используемый в анализе социальной ответственности [7. С. 205]

Авторы считают, что взаимное сочетание этих факторов предопределяет возможность всестороннего анализа содержания финансовой и нефинансовой информации с позиции представления информации о социальной ответственности. Этот подход применим для оценки социальной ответственности любых субъектов экономики, но при формировании системы показателей следует учитывать приоритетность параметров социальной ответственности. Так, применительно к народным предприятиям идентификационный аудит должен удостоверить:

- наличие или отсутствие за счет организации роста доходов работников во всех формах (оплата труда, дивиденды, кооперативные выплаты, проценты, социальный пакет, премии, льготы и т.д.);
- соответствие доходов трудовому и экономическому участию, зависимость доходов от трудового и экономического участия;
- соблюдение баланса интересов организации и участников.

Таким образом, идентификационный аудит должен, с одной стороны, содержать общую методологию для всех форматов социально ответственного бизнеса, а с другой – учитывать особенности каждого из них.

Общая методология обеспечивается, если идентификация основывается на принципах и ценностях, принятых в конкретном формате организации. Особенности методологии для каждого формата выявляются в процессе идентификации, так как в каждом из них принципы и ценности различаются.

Далее остановимся на идентификационном аудите кооперативов, который имеет определенную степень методологической завершенности, затем акционерных обществ работников (народных предприятий) в качестве первой попытки идентификации.

Идентификационный аудит кооперативных организаций. Для всех видов кооперативных организаций идентификация остро необходима, так как практика показывает, что имеется расхождение, и оно существенно, между количеством организаций, зарегистрированных кооперативными, и теми, которые реально исповедуют принципы и ценности международного кооперативного движения. Недвижимость многих субъектов рынка позиционируется как кооперативная, но, по сути, является частной.

По инициативе Международного кооперативного альянса (МКА) национальные кооперативные организации стали изучать и предлагать методы, способы и критерии оценивания идентичности организаций кооперативным.

Авторы с 2005 г. включились в этот процесс и разработали свою методику, положив в основу суждения соответствие или несоответствие действующих кооперативов принципам и ценностям кооперативного движения. Ее особенность состоит в базировании на критериях МКА – семи признаках, отраженных в Декларации о кооперативной идентичности [8], способных продемонстрировать отличие кооперативов от любых других субъектов рынка.

Второе отличие авторской методики состоит в единообразии подхода к идентификации различных форматов, что очень важно для внутреннего контроля и аудита.

Третье отличие авторской методики заключается в предпочтении количественной формы выражения показателей, удостоверяющих или не удостоверяющих отнесение организации к кооперации.

Соответствие первому признаку – *добровольность и открытое членство* – устанавливается такими показателями: численность и движение численности членов кооператива; размер паевого фонда и его изменение во времени. Сокращение численности, отсутствие лицевых счетов членов, уменьшение паевого капитала означают, что организация теряет признаки кооператива.

О виде кооператива (потребительский или производственный) свидетельствует соотношение работников – членов кооператива и членов кооператива, не связанных с ним трудовыми отношениями. Если преобладают среди членов работники, такой кооператив относится к производственным. Если среди членов преобладают граждане, не связанные трудовыми отношениями с кооперативом, то он относится к потребительским.

Демократический членский контроль (второй принцип) характеризуется уровнем социальной активности членов с помощью таких показателей:

численность и доля членов кооператива, участвующих в управлении и контроле в качестве членов советов всех уровней, членов комиссий (культурно-массовой, кооперативного контроля, спортивной и др.). Демократический членский контроль подтверждается при сохранении равных прав при голосовании на собраниях всех уровней: один член – один голос.

Для идентификации кооператива особую роль играет следование третьему принципу – *экономическое участие членов*, поскольку означает мотивацию членов кооператива к участию в финансово-хозяйственной деятельности.

Участие членов создает гарантированную инвестиционную среду, саморегулируемый источник формирования оборотных средств, товарных ресурсов, надежную клиентскую базу во всех отраслях (торговле, общественном питании, сфере услуг). Экономическое участие пайщиков, даже не связанных трудовыми отношениями с кооперативом, – одно из главных конкурентных преимуществ кооперативной модели хозяйствования. Участие членов отслеживается показателями масштаба такого участия и размером кооперативных выплат. При игнорировании экономического участия, отсутствии механизма кооперативных выплат организация не может идентифицироваться как кооператив.

Автономия и независимость кооператива (четвертый принцип) обеспечивается созданием фондов, специфических для кооперации.

Констатация идентичности организации статусу кооперативной подтверждается, если в ее уставе отражаются и в реальности формируются:

- неделимый фонд, сохраняющий основное недвижимое имущество, накопленное предыдущими поколениями членов кооператива, выражает его материальную независимость;

- паевой фонд как источник формирования первоначального имущества и его пополнение для осуществления хозяйственной деятельности, способствующий экономической независимости;

- фонд развития – объективная основа для инновационных преобразований, внедрения новых технологий и современной техники, обеспечивающий динамичное развитие кооператива;

- фонд поддержки социальных программ – источник кооперативных выплат, создающий кооперативу привлекательность не только у пайщиков, но и у потенциальных членов;

- резервный фонд, поддерживающий стабильность кооператива;

- фонд подготовки кадров, который позволяет повышать компетенции персонала путем обучения новейшим технологиям управления и труда.

Этот принцип и его реализацию мы излагаем по данным монографии [9. С. 262–265]. Все фонды количественно характеризуются их стоимостным размером, динамикой и долей каждого фонда в капитале. В уставе желательно стандартизировать минимальный размер этих фондов. Например, в неделимом фонде закрепить не менее 50% стоимости наиболее значимых объектов недвижимости. При управлении паевым фондом и заемными средствами членов кооператива целесообразно установить, что их капитал должен покрывать, например, не менее 10% оборотных средств.

Пятый принцип: *образование, повышение квалификации и информация*. Реальное соответствие деятельности кооператива этому принципу фиксируется по наличию и размеру расходов на образование и повышение квалификации, профессиональное развитие, информацию, их динамику, удельный вес в бюджете организации.

Шестой принцип: *сотрудничество между кооперативами*. Количественно выражается наличием и стоимостным объемом совместных проектов, договоров о сотрудничестве, взаимодействиях.

Смысл седьмого принципа – *забота об обществе* – состоит в достижении баланса интересов кооператива в целом как ассоциации членов и отдельного члена кооператива. Вступая в кооператив, члены, получая преимущества для себя, в то же время должны заботиться о постоянном развитии кооператива в целом, а также в определенной степени быть причастными и ответственными за экономическое, социальное, культурное развитие региона, сохранение окружающей среды, территории, на которой они проживают. Забота об общественных интересах тем не менее должна проявляться в пределах соглашений кооператива с органами власти и управления на взаимовыгодных условиях.

В расширенном понимании заботу об обществе можно охарактеризовать такими показателями: сумма налога, уплачиваемая кооперативом в местный бюджет; количество созданных рабочих мест; численность граждан, привлеченных на сезонные и временные работы; расходы на благотворительные акции, проводимые кооперативом, на поддержку категорий населения, нуждающегося в социальной защите.

Таким образом, идентификационный аудит кооперативных организаций осуществляется на основе выявления соответствия или несоответствия их деятельности принципам и ценностям международного кооперативного движения, прописанным в Декларации о кооперативной идентичности.

Идентификационный аудит акционерных обществ работников (народных предприятий). В 90-е гг. XX в., когда осуществлялась массовая приватизация государственной и муниципальной собственности с использованием ваучеров, некоторые рабочие коллективы выкупили основные фонды своих организаций (фабрик, заводов, сельскохозяйственных, строительных и иных предприятий). Этот процесс наиболее полно представлен в одном из докладов Г.А. Зюганова [10], где приведены примеры народных предприятий в США, Испании, Финляндии, Бельгии, Аргентине, Китае и других странах. Особый интерес представляет обобщение опыта создания и функционирования народных предприятий в России (комбинат «Знамя» в Свердловской области, Набережночелнинский картонно-бумажный комбинат им. С.П. Титова, агрохолдинг «Звенигородский» в Республике Марий Эл, ЗАО «Совхоз им. В.И. Ленина» в Московской области, колхоз «Терновский» в Ставропольском крае, Усольский свиноплекс в Восточной Сибири).

Г.А. Зюганов выделяет следующие признаки, общие для всех народных предприятий: экономическая эффективность, главный источник финанси-

рования – средства акционеров, целенаправленное инвестирование в развитие производства, повышенная социальная ответственность, преодоление отчуждения, свойственного капитализму.

Акционерные общества работников функционируют на основе Федерального закона РФ «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» [6].

Показатели идентификационного аудита

Целевая группа заинтересованных сторон	Ключевые интересы	Показатели	Виды отчетности		
			бухгалтерская (финансовая) отчетность	годовой отчет	отчет об устойчивом развитии
Собственники и инвесторы, участники (акционеры, пайщики)	Повышение эффективности вложения капитала	Прибыль на инвестированный капитал (ROI)	+	+	
Потребители	Стабильность поставок, цена, качество, рост потребительской ценности продукции, товаров, услуг	Динамика выручки, выполнение договорных обязательств	+	+	
Поставщики	Прозрачность системы закупок, стабильность заказов	Объем поставок, своевременность и качество поставок			+
Персонал	Стабильная занятость и оплата труда, профессиональное развитие	Повышение производительности труда, снижение текучести кадров, рост заработной платы		+	+
Государственные органы	Социально-экономическое развитие регионов, занятость населения, защита экологии, налоговые доходы	Средняя заработная плата, уровень налоговой нагрузки		+	+

По принятой авторами методологии идентификационный аудит акционерных обществ работников должен представлять совокупность суждений о соответствии или несоответствии фактической социальной деятельности принципам народных предприятий. Дело в том, что в составе акционеров

основную численность и долю должны составлять работники и им должно принадлежать основное количество акций.

Работникам в соответствии с законом должно принадлежать количество акций народного предприятия, номинальная стоимость которых составляет более 75% его уставного капитала. Естественно, что лица, не связанные трудовыми отношениями с народным предприятием, могут иметь акции, составляющие менее 25% уставного капитала.

Один акционер – работник народного предприятия может владеть количеством акций, номинальная стоимость которых не превышает 5% уставного капитала народного предприятия.

Устанавливается количество разрешенных к продаже акций в конце года по договорной цене для акционеров, но только самому народному предприятию, а в случае отказа – работникам народного предприятия, пока еще не являющимися акционерами.

Идентификационный аудит устанавливает реальную численность работников и акционеров, долю работников в их численности. Также вычисляется доля стоимости акций работников в уставном капитале. Определяется средняя стоимость акций, приходящаяся на одного работника-акционера. Сумма средств акционеров характеризует масштаб их участия в финансовой деятельности кооператива.

Очевидно, что данные о реальной социальной ответственности бизнеса прежде всего необходимы для самоидентификации компании, но и имеют особую важность для формирования имиджа компании во внешней среде. Поэтому авторы предлагают систему критериев и показателей, которые могут быть использованы для характеристики соответствия фактической деятельности декларируемому статусу во внешней среде и понятны целевым группам заинтересованных сторон. При формировании системы показателей авторы исходили из потенциала информации, представляемой в публичной отчетности, и ключевых интересов сторон, заинтересованных в результатах идентификации (таблица).

По результатам реализации процедур идентификационного аудита на основе оценки степени раскрытия информации в публичной отчетности и наблюдений аудитора возникает возможность сформулировать следующие варианты заключений:

- информация, представленная в отчетности, обеспечивает комплексную согласованную оценку с непосредственным участием экспертов и заинтересованных сторон, которая позволяет выявить факторы неопределенности и четко обозначить пути реализации стратегических приоритетов для экономического субъекта;

- информация, представленная в отчетности, обеспечивает принятие решений исключительно на основе субъективных представлений и видения заинтересованных сторон в отношении вариантов развития экономического субъекта;

- информация, представленная в отчетности, обеспечивает комплексную, многостороннюю оценку, учитывающую противоречивые мнения

экспертов и заинтересованных сторон, согласованные на основе принятой политики;

– информация, представленная в отчетности, обеспечивает анализ «затраты-выгоды», учитывающий только финансовые показатели, или выборочный анализ бизнес-процессов, который позволяет обосновать отдельные управленческие решения, но главное – позволяет сформулировать суждение аудитора о соответствии или несоответствии организации, позиционирующей себя субъектом социально ответственного бизнеса, таковой в действительности.

Литература

1. Наговицина Л.П., Аманжолова Б.А., Максимова Г.В. Социальный аудит в системе учетно-аналитического обеспечения деятельности субъектов предпринимательства. Новосибирск : НГУЭУ, 2016. 192 с.

2. *Федеральный закон «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)»* от 11.08.1995 г. № 135-ФЗ (ред. от 05.02.2018) // КонсультантПлюс: справ.-правовая система.

3. *Конституция Российской Федерации* от 12.12.1993 года (в ред. Законов РФ о поправке к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) // КонсультантПлюс: справ.-правовая система.

4. Наговицина Л.П. Социально ответственный бизнес, формы его проявления: новый взгляд на организации потребительской кооперации. Образование и кооперация : материалы Международного форума, посвященного 25-летию юбилею Программы УНИТВИН/кафедры Юнеско. 15–16 марта 2017 года. Белгород : Изд-во БУКЭП, 2017. 396 с.

5. Сапрыкина О.А. Корпоративная социальная ответственность: оценка результатов в ходе аудита : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Новосибирск, 2012. 24 с.

6. *Федеральный закон* от 19 июля 1998 г. № 115-ФЗ «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» с дополнениями и изменениями от 21.03.2002 № 31-ФЗ // КонсультантПлюс: справ.-правовая система.

7. Amanzholova B., Fribus N., Khomenko E. Disclosure of information on ecological activity as a factor of sustainable development of manufacturing enterprises // Actual problems of electronic instrument engineering (APEIE–2016) : тр. 13 междунар. науч.-техн. конф., Новосибирск, 3–6 окт. 2016 г. : в 12 т. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2016. Т. 1, ч. 3. С. 202–206.

8. *Декларация о кооперативной идентичности*. Международный кооперативный альянс // Отд. изд. материалы ICI-ICU MEETINGS. Будапешт, 1996.

9. *Потребительская кооперация России* / науч. ред. Л.П. Наговицина, Е.Е. Тарасова. Белгород : Изд-во БУКЭП, 2016. 657 с.

10. Зюганов Г.А. Развитие народных предприятий – важнейший приоритет антикризисной программы КПРФ // Доклад на мартовском 2016 года Пленуме ЦК КПРФ. URL: <http://kprf.ru/node/8730>

Amanzholova B.A., Doctor of Science in Economics, Head of Department of Audit, Accounting and Finance, Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: amanzholova@corp.nstu.ru

Nagovitsyna L.P., Doctor of Science in Economics, Professor, Professor in the Chair of Economics, Siberian University of Consumer Cooperation (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: amanzholova@corp.nstu.ru

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: BASIC PROVISIONS OF IDENTIFICATION AUDIT

Keywords: social audit, identity audit, social responsibility, self-identification, public reporting, cooperative, national enterprise.

In article the procedures of internal control and social audit relating to the organizations and the enterprises of any organizational and legal environment, which according to the legislation or corporate policy implement social responsibility principles, are considered and generalized at the new, higher level (in comparison with compliance audit) – the level of identification audit. Authors have proved necessity and have investigated the possibility of inclusion of the identification audit procedures in methods of economic subjects' social responsibility audit. Authors allocate identification audit in the independent section due to the following reasons. First, tasks of identification audit significantly differ from traditional problems of the reporting reliability confirmation and assessment of compliance of its indicators calculation methods to the legislation. Secondly, the specifics of solving problems define character of the applied procedures and information base of audit evidences. Thirdly, results of identification audit may be considered as a base for planning of social audit procedures as they provide diagnostics of level of economic subject social responsibility.

In article the content of procedures of identification audit in relation to social responsibility of cooperatives and joint-stock companies of workers (employee-owned enterprise) is disclosed. The choice of cooperatives is determined by the fact that the theory and practice of internal and external control of their activity is characterized by certain degree of methodological completeness. At the same time, there are no theoretical and practical developments, concerning to joint-stock companies of workers (employee-owned enterprise), and results revealed in this article represent the first attempt of identification.

According to authors, assessment of real social responsibility of business is necessary firstly for self-identification of the company, but also it is very important for the company public image strengthening in the external environment. So authors developed the system of criteria and indicators used for the characteristic of compliance of the current activity to the declared status in the external environment and are clear to target groups of interested parties. When forming system of indicators authors proceeded from the potential of information provided in the public reporting and the key interests of the parties interested in results of identification. Use of system of indicators will allow define a judgment of the auditor on compliance or noncompliance of activity of the organization positioning itself as the subject of socially responsible business to the declared goals.

References

1. Nagovicina L.P. Social'nyj audit v sisteme uchyotno-analiticheskogo obespecheniya deyatel'nosti ob"ektov predprinimatel'stva: monografiya / L.P. Nagovicina, B.A. Amanzholova, G.V. Maksimova; Novosib. Gos. Un-t ehkonomiki i upravleniya. – Novosibirsk: NGUEHU, 2016. – 192 s.
2. Federal'nyj Zakon «O blagotvoritel'noj deyatel'nosti i dobrovol'chestve (volonterstve)» ot 11.08.1995 g. N 135-FZ (red. ot 05.02.2018). [Elektronnyj resurs] // Konsul'tantPlyus: sprav.-pravovaya sistema.
3. Konstituciya Rossijskoj Federacii ot 12.12.1993 goda (v red. Zakonov RF o popravke k Konstitucii RF ot 30.12.2008 № 6-FKZ, ot 30.12.2008 № 7-FKZ). [Elektronnyj resurs] // Konsul'tantPlyus: sprav.-pravovaya sistema.
4. Nagovicina L.P. Social'no otvetstvennyj biznes, formy ego proyavleniya: novyj vzglyad na organizacii potrebitel'skoj kooperacii. Obrazovanie i kooperaciya: Materialy Mezhdunarodnogo foruma, posvyashchennogo 25-letnemu yubileyu Programmy UNITVIN/kafedry YUnesko. 15-16 marta 2017 goda. – Belgorod: Izdatel'stvo BUKEHP, 2017 g. – 396 s.

5. Saprykina O.A. Korporativnaya social'naya otvetstvennost': ocenka rezul'tatov v hode audita: avtoref. dis. na soiskanie uchynoj stepeni k.eh.n. – Novosibirsk, 2012. – 24 s.

6. Federal'nyj Zakon ot 19 iyulya 1998 g. № 115-FZ «Ob osobennostyah pravovogo polozheniya akcioneryh obshchestv rabotnikov (narodnyh predpriyatij)» s dopolneniyami i izmeneniyami ot 21.03.2002 № 31-FZ [Elektronnyj resurs] // Konsul'tantPlyus: sprav.-pravovaya sistema.

7. Amanzholova B., Fribus N., Khomenko E. Disclosure of information on ecological activity as a factor of sustainable development of manufacturing enterprises // Actual problems of electronic instrument engineering (APEIE–2016) : tr. 13 mezhdunar. nauch.-tekhn. konf., Novosibirsk, 3–6 okt. 2016 g. : v 12 t. Novosibirsk: Izd-vo NGTU, 2016. T. 1, ch. 3. S. 202–206.

8. Deklaraciya o kooperativnoj identichnosti. Mezhdunarodnyj kooperativnyj al'yans // otd. izd. materialy ICI-ICU MEETINGS, Budapesht, 1996.

9. Potrebitel'skaya kooperaciya Rossii: Monografiya / Nauchn. Red. L.P. Nagovicina, E.E. Tarasova. – Belgorod: Izdatel'stvo BUKEHP, 2016. – 657 s.

10. Zyuganov G.A. Razvitie narodnyh predpriyatij – vazhnejshij prioritet antikrizisnoj programmy KPRF / Doklad na martovskom 2016 goda Plenum CK KPRF [elektronnyj resurs]. – URL: <http://kprf.ru/node/8730>.

Amanzholova B.A., Nagovitsyna L.P. Social'naya otvetstvennost' biznesa: osnovnye polozheniya identifikacionnogo audita [Social responsibility of business: basic provisions of identification audit]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics, 2018, no 44, pp. 218–232.