

– разработка и внедрение автоматизированной системы учета, обработки и анализа информации о финансовых операциях.

#### **Список использованных источников**

1. Шваб, К. Четвертая промышленная революция. – М. : Издательство «Э», 2017. – 208 с.
2. Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива / В. В. Иванов, Г. Г. Малинецкий. – М. : РАН, 2017. – 64 с.
3. Информационное общество в Республике Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь ; редкол.: И. В. Медведева [и др.]. – Минск : РУП «Информационно-вычислительный центр Национального статистического комитета Республики Беларусь», 2019. – 100 с.
4. Дубовик, С. Цифровая экономика: успеть за будущим / Л. Дубовик // Наука. – 2018. – 02 апр. – С. 10.
5. О развитии цифровой экономики : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2017. – 1/17415.
6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа : 14.09.2019.
7. Об утверждении Государственной программы развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы : Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 март. 2016 г., № 235 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2016. – 5/41866.

## **СОЦИАЛЬНЫЙ ПАСПОРТ КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Юрчик В. И.*

Инновационная активность хозяйствующих субъектов неразрывно сопряжена с их инновационным развитием. Инновационное развитие заключается в активизации инновационной деятельности предприятия и развитии его инновационного потенциала. Инновационная деятельность, в свою очередь, связана с трансформацией результатов научной деятельности в новый либо усовершенствованный продукт, реализованный на рынке, или процесс, внедренный в производство. С возникновением и развитием процессов интеграции и глобализации изменяется как методика, так и организация бухгалтерского учета. Информация, предоставляемая на выходе из учетно-аналитической системы, со временем должна удовлетворять не только интересы собственника, но и инвесторов, чьи финансовые вложения существенно влияют на инновационное развитие субъекта хозяйствования. В современном мире, где наиболее остро стоит проблема ограниченности ресурсов, подчинения природы человеческому влиянию, следствием чего является ряд природных катаклизмов, постоянный рост безработицы и возрастающая разница в доходах разных слоев населения, особенно актуальным становится решение проблемы заинтересованности каждого члена общества в результатах инновационной деятельности субъектов хозяйствования. Продуктом взаимодействия людей являются социальные процессы, тесно вплетенные в процессы экономические, и, соответственно, являющиеся взаимозависимыми.

В 1997 г. американский ученый Джон Элкингтон разработал концепцию “triple bottom line” (“тройной критерий”), согласно которой результативность вклада компании в развитие общества можно оценить в трех аспектах деятельности: экономическом, социальном и экологическом. Одну из ведущих позиций в процессе предоставления информации о всех видах деятельности предприятия занимает бухгалтерский учет, в системе которого отражаются все операции, тем или иным образом связанные с денежной оценкой.

Исходя из этой концепции, среди основных направлений развития бухгалтерского учета в плане раскрытия социальной деятельности субъекта хозяйствования можно выделить концепцию социальной ответственности бизнеса [1].

Социальная ответственность бизнеса (СОБ) – это ответственность субъектов бизнеса за соблюдение норм и правил, неявно определенных или неопределенных законодательством (в области этики, экологии, милосердия, человеколюбия, сострадания и т. д.), влияющих на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом [2].

Социальная ответственность бизнеса начинает активно и успешно реализовываться во всем мире. Компании не просто решают проблемы общества, инвестируя средства в развитие образования, медицины, поддерживая социально незащищенные слои, но и получают определенные выгоды от этой деятельности. В западных странах социальная ответственность бизнеса функционирует как устойчивый социальный институт, она рациональна и эффективна. Несмотря на то, что наблюдается устойчивый интерес к феномену социальной ответвен-

ности бизнеса, среди белорусских ученых пока не сложилось единого мнения относительно основных характеристик корпоративной ответственности, факторов и условий развития социальной ответственности бизнеса.

Проблеме социальной ответственности бизнеса уделяли внимание российские ученые: А. В. Безгоднов, С. В. Ивченко, Н. Н. Григорьева [3, 4, 5].

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер. Первый уровень предполагает: своевременную оплату налогов, выплату заработной платы, предоставление новых рабочих мест. Второй уровень СОБ предполагает: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Третий, высший уровень ответственности, предполагает благотворительную деятельность и ответственность за собственный продукт или услугу, а именно: качество, продуманность, инновационность.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что первый уровень выражает социальную ответственность предприятия перед государством, второй – перед работниками, а третий – социальную ответственность перед обществом в целом.

Социальная ответственность бизнеса основывается на социальном капитале, определяемом Пьером Бурдьё, как социальные связи, которые могут выступать ресурсом получения выгод для предприятия. В нашем случае мы рассматриваем социальные связи в разрезе отношений “организация-работники”.

Социальный капитал можно оценить, используя теорию упущенной выгоды. Можно подсчитать, какие потери может нанести хозяйствующему субъекту дефицит социального капитала: скажем, конфликт или атмосфера подозрительности в коллективе, отсутствие доверия руководителей к подчиненным и наоборот.

Кроме того, социальный капитал имеет определенные качества, которые измеряются рыночной стоимостью (ценой): он имеет свойство увеличиваться или обесцениваться в зависимости от своего положения в системе рыночных отношений между субъектами социального процесса. Общеизвестным является тот факт, что при продаже предприятия 70-80 % его цены составляет репутация, а это ни что другое, как ее социальный капитал. Социальным капиталом также является разница между рыночной и номинальной стоимостью акций, которые продаются на фондовом рынке.

На уровень социального капитала влияет конечный результат функционирования системы бухгалтерского учета – прозрачная и достоверная информация, отраженная в отчетности предприятия, что формирует уровень доверия партнеров, инвесторов, работников и общества в целом к хозяйствующему субъекту.

В большинстве стран бухгалтерский финансовый учет, который предоставляет информацию об экономической деятельности хозяйствующего субъекта, регулируется нормативными документами и стандартами бухгалтерского учета. Но кроме обязательной публикации годового финансового отчета в печатных средствах массовой информации в объемах, определенных нормами действующего законодательства, назрела необходимость предания огласке (особенно крупными предприятиями) его социальной деятельности.

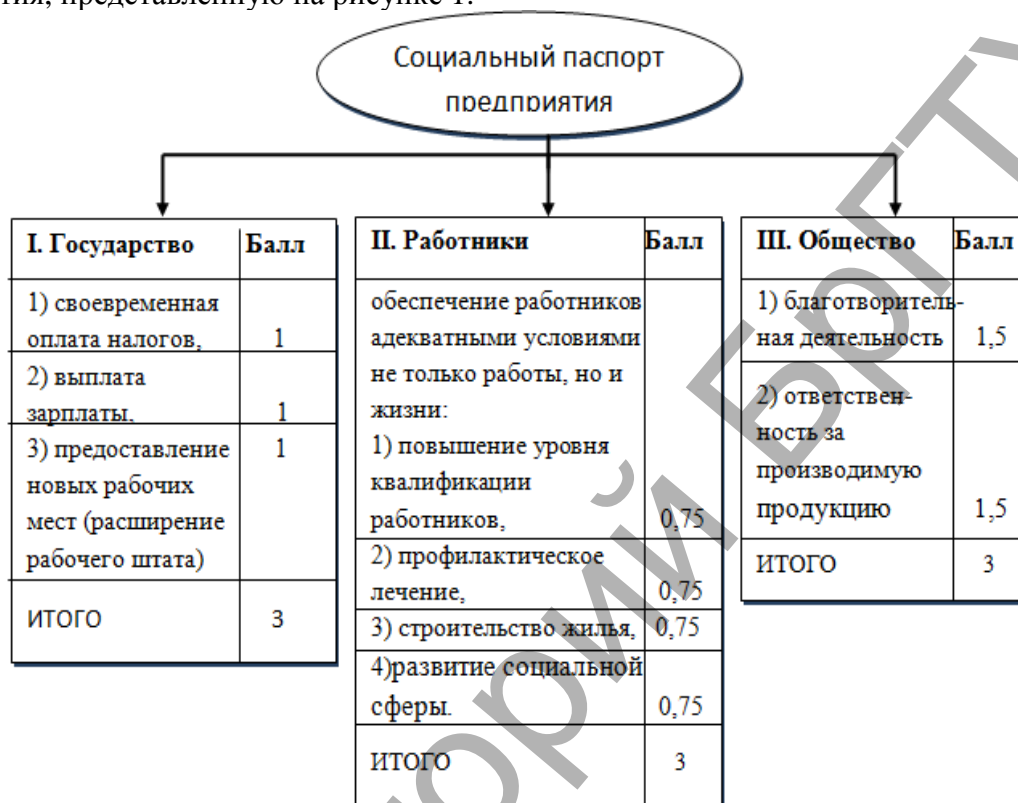
Выделение социальной компоненты в годовой финансовой отчетности предприятия удобно как для внутренних, так и для внешних пользователей. Внутренние пользователи на основании этой информации имеют возможность проверить темпы реализации инновационной стратегии, в частности, социального развития, и откорректировать ее. Внешние пользователи, в том числе широкие слои населения, которые не имеют необходимых специальных знаний, могут на основании годовой финансовой отчетности сформировать свое видение инновационной деятельности предприятия, в частности – его социальной политики.

Необходимость составления такого вида отчетности связана еще и с возможностями восприятия информации, представленной в отчетности. Если собственники и инвесторы, как правило, достаточно хорошо умеют читать финансовые и налоговые отчеты компаний (баланс, отчет о финансовых результатах, налоговые декларации), то для возможности оценки такой информации широкой общественностью одних цифр мало по причине отсутствия у населения специальных знаний, позволяющих оценить эту информацию. Поэтому в мире все большую популярность получает так называемый социальный отчет, в котором в более доступной форме, с большим количеством описательного материала преподносятся основные направления инновационной деятельности субъектов хозяйствования.

Составление такого рода отчетности является необязательным, но все чаще встречается в практике, которая свидетельствует о положительном эффекте придания огласке информации о социальной деятельности предприятия, в частности, в сфере усиления позиций предприятия на рынке [1].

За основу построения методики оценки социального развития предприятия мы взяли социальный паспорт.

Социальный паспорт — это наиболее эффективный механизм раскрытия информации о корпоративной социальной политике организации. Опираясь на описанные ранее уровни социальной ответственности бизнеса, предлагаем следующую структуру социального паспорта предприятия, представленную на рисунке 1.



**Рисунок 1 – Социальный паспорт предприятия**

*Источник: собственная разработка*

Суть методики определения уровня социального развития предприятия заключается в следующем. Предприятие оценивается по каждому из трёх аспектов (взаимодействие с государством, работниками и обществом в целом) в баллах. Максимальный балл по каждому аспекту – 3, минимальный – 0. Внутри каждого аспекта существуют подпункты, максимальный балл по которым зависит от выбранного аспекта. Например, в аспекте “государство” существует 3 подпункта, максимально возможные баллы по которым определяются как максимальный балл за весь аспект, деленный на количество подпунктов в аспекте. После оценки подпунктов баллы по ним внутри аспектов суммируются и вычисляется балл каждого аспекта.

На основе предложенного социального паспорта осуществляется рейтинговая оценка предприятия. Для этого оценивается уровень значимости каждого аспекта социального паспорта путем введения весовых коэффициентов: наибольшее влияние на репутацию предприятия оказывают пункты второго аспекта (воплощаются в коллективном договоре) – ему присвоили 0,5 балла и обозначили  $k_2$ , первому аспекту присвоили 0,2 балла и обозначили  $k_1$ , и, наконец оставшиеся 0,3 балла из 1 присвоили третьему аспекту ( $k_3$ ). Таким образом, формула рейтинговой оценки имеет следующий вид [6]:

$$R_i = \sqrt{k_1 * A_1^2 + k_2 * A_2^2 + k_3 * A_3^2}, \quad (1)$$

где  $k_1, k_2, k_3$  – весовые коэффициенты аспектов,  
 $A_i$  – балл по аспекту.

На основе социального паспорта мы предлагаем форму отчета о социальной активности предприятия – таблица 1. Отчет включает в себя 4 раздела, показатели которых оценены в количественном и суммарном выражении: ответственность перед государством, перед работниками, перед обществом и оценка социального уровня, а также общие показатели, такие как выручка от реализации продукции, нераспределенная прибыль, численность работников и средняя зарплата по предприятию.

Таблица 1 – Отчет о социальной активности предприятия на основе социального паспорта

Показатели	Выполнение пункта	Баллы	Количественное значение	Сумма, тыс. руб.
1	2	3	4	5
<b>Раздел. Общие показатели</b>				
1. Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	x	x	x	
2. Нераспределенная прибыль, тыс. руб.	x	x	x	
3. Численность работников, чел.	x	x		x
4. Средняя зарплата по предприятию, тыс. руб.	x	x	x	
<b>Раздел I. Ответственность перед государством</b>				
1.1. Несвоевременная уплата налоговых платежей:			x	x
1.1.1. сумма несвоевременно уплаченных налогов, тыс. руб.	x	x	x	
1.1.2. сумма штрафных санкций за несвоевременную уплату налогов, тыс. руб.	x	x	x	
1.2. Предоставление новых рабочих мест:			x	x
1.2.1. количество новых рабочих мест, ед.	x	x		x
1.2.2. сумма, израсходованная на создание новых рабочих мест, тыс. руб.	x	x	x	
1.3. Выплата зарплаты:			x	x
1.3.1. количество случаев несвоевременной выплаты зарплаты, чел.	x	x		x
1.3.2. сумма своевременно невыплаченной зарплаты, тыс. руб.	x	x	x	
ИТОГО по разделу I:			x	x
<b>Раздел II. Ответственность перед работниками</b>				
2.1. Повышение уровня квалификации работников:			x	x
2.1.1. численность работников, прошедших повышение квалификации, чел.	x	x		x
2.1.2. сумма, израсходованная на повышение квалификации, тыс. руб.	x	x	x	
2.2. Профилактическое лечение работников:			x	x
2.2.1. численность работников, прошедших профилактическое лечение, чел.	x	x		x
2.2.2. сумма, израсходованная на профилактическое лечение работников, тыс. руб.	x	x	x	
2.3. Строительство жилья:			x	x
2.3.1. количество жилой площади, полученной работниками от предприятия, м <sup>2</sup>	x	x		x
2.3.2. сумма, израсходованная на строительство жилой площади, тыс. руб.	x	x	x	
2.4. Развитие социальной сферы:			x	x
2.4.1. сумма, израсходованная на создание безопасных условий труда, тыс. руб.	x	x	x	
2.4.2. сумма, израсходованная на организацию досуга (посещение учреждений физкультуры и спорта, культурных мероприятий и т.д.), тыс. руб.	x	x	x	

2.4.3. сумма, израсходованная на материальную поддержку многодетных, неполных семей и семей, воспитывающих детей-инвалидов, тыс. руб.	x	x	x	
ИТОГО по разделу II:			x	x

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
<b>Раздел III. Ответственность перед обществом</b>				
3.1. Благотворительная деятельность:			x	x
3.1.2. сумма, израсходованная на благотворительную деятельность, тыс. руб.	x	x	x	
3.2. Ответственность за произведенную продукцию:			x	x
3.2.1. количество случаев возврата некачественной продукции потребителями, ед.	x	x		x
3.2.2. сумма, выплаченная за возвращенную продукцию по причине несоответствия стандартам качества, тыс. руб.	x	x	x	
ИТОГО по разделу III:			x	x
<b>Раздел IV. Оценка социального уровня</b>				
4.1. Количество выполненных пунктов согласно социальному паспорту предприятия		x	x	x
4.2. Количество баллов по выполненным пунктам социального паспорта	x		x	x
4.3. Рейтинговая оценка социального уровня предприятия	x	x		x
4.4. Максимальная рейтинговая оценка предприятия на основе социального паспорта	x	x	3,0	x
4.5. Оценка социальных активов предприятия (СА) СА = 1.2.2 + 2.1.2 + 2.2.2 + 2.3.2 + 2.4 + 3.1 – 1.1 – 1.3.2 – 3.2.2, тыс. руб.	x	x	x	x
4.6. Область социального уровня предприятия:				
- критический социальный уровень (1 – 1,2)	x	x		x
- минимальный социальный уровень (1,2 – 2,2)	x	x		x
- нормальный социальный уровень (2,2 – 2,7)	x	x		x
- высокий социальный уровень (2,7 - 3)	x	x		x

Источник: собственная разработка

Таким образом, социальные активы – это сумма средств, вложенных в развитие предприятия в части трудовых ресурсов (повышение квалификации, улучшение охраны труда, жилищных условий, профилактическое лечение) с целью получения будущего дохода, будущей экономической выгоды.

На основе проведенного исследования разработан социальный паспорт, который является одним из инструментов инновационного развития предприятия и может быть использован на предприятиях и в организациях всех форм собственности. В процессе исследования был предложен отчет о социальной активности предприятия, разработанный на основе социального паспорта, который предоставляется по окончании каждого отчетного периода всем заинтересованным пользователям информации. Отчет о социальной активности предприятия может публиковаться наравне с годовой финансовой отчетностью в средствах массовой информации. Представление предприятием своего социального паспорта широкому кругу пользователей информации позволяет ему иметь существенное преимущество перед другими организациями, т. к. это обеспечивает заинтересованность потенциальных работников, для которых немаловажную роль при трудоустройстве оказывает социальная сторона деятельности предприятия. Для инвесторов социальная ответственность предприятия является прямым доказательством его успешной работы, что в свою очередь влияет на инвестиционный спрос.

#### Список использованных источников

1. Жиглей, И. В. Теория и методология бухгалтерского облика в институциональной среде социально ориентированной рыночной экономики: материалы Первой международной научно-практической конференции, Ужгород, 26-28 квітня 2010 г. / Министерство образования и науки Украины, Ужгородский национальный университет; отв. редкол. Й. Я. Даньков. – Ужгород: УжНУ, 2010. – 378 с.

2. Золотогоров, В. Г. Экономика: энцикл. слов. / В. Г. Золотогоров. – Минск : Интерпрессервис : кн. дом, 2003. – 762 с.
3. Безгодков, А. В. Очерки социологии предпринимательства. – Спб.: Петрополис, 1999. – 224 с.
4. Ивченко, С. В. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. – М. : Фонд "Институт экономики города", 2003. – 136 с.
5. Григорьева, Н. Н. Управление социальным развитием государства: учебный курс. – М. : Информационно-методический центр МИЭМП, 2010. – 315 с.
6. Шеремет, А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. – М.: ИНФРА, 2006. – 415 с.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ И ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

*Драган Т. М., Потапова Н. В., Черноокая Е. В.*

Инновационное развитие в стране может и должно осуществляться в том числе за счет потенциала среднего и малого предпринимательства, что можно увидеть в моделях инновационного развития некоторых государств. В то же время развитие невозможно без осуществления инвестиций, рационализация которых особо актуальна для предприятий с ограниченными ресурсами и возможностями. Необходимо определить мотивы, побуждающие инновационно развиваться малый бизнес, и факторы, сдерживающие такое развитие. Авторами рассматриваются проблемы реализации инновационных и инвестиционных проектов малого и среднего предпринимательства.

Доля сектора МСП в Республике Беларусь растет, однако его доля в ВВП остается незначительной и в среднем составляет около 21 %. При этом в странах – членах Евросоюза аналогичный показатель составляет от 50 до 70 %, а в США – до 60 %. Также пока недостаточна доля сектора МСП в общей занятости. В Брестской области этот показатель на уровне 26,7%, в среднем в республике он также на уровне 29–30 %, что значительно уступает странам – членам БРИКС, ЕС, АТЭС, США и других международных объединений, где доля МСП в занятости составляет 50–70 % (Источник – Отчет о деятельности Консультативного Совета по поддержке и развитию малого предпринимательства в государствах – участниках СНГ) [4]. Преобладающее большинство в структуре частных предприятий малого бизнеса Брестской области за исследуемый период приходится на микроорганизации (86,04%), что в целом соответствует сложившейся структуре МСБ по республике [7].

По данным статистики 38,3% МСП функционирует в г. Бресте, на крупные районные центры приходится еще 17,1% (в т. ч. г. Барановичи – 10,7% и г. Пинск – 6,4%). Среди районов выделяются Кобринский р-н, доля МСП в котором достигает 7%, Брестский р-н (5,9%), Барановичский р-н (4,9%) от общей численности МСП по Брестской области [2]. География деятельности МСП отражает наибольшую концентрацию деловой активности малого бизнеса в областном центре - 40% из опрошенных организаций осуществляют свою деятельность в г. Бресте, на районные центры приходится 37% МСП, в сельской местности сосредоточено только 11% предприятий малого бизнеса, 12% осуществляют деятельность в малых городах районной принадлежности.

В Брестской области в 2018-2019 гг. сохранилось лидерство предприятий торговли (около 30%), на втором месте находятся промышленные предприятия (16,7%), существенная доля приходится также на транспортные предприятия (с учетом IT-сферы – 16,5%) и сферу услуг (13,3%) [5].

Наиболее привлекательной сферой деятельности для малых предприятий и особенно для микропредприятий является торговля. Это соответствует региональной структуре малого бизнеса в целом по республике и объясняется относительной простотой бизнес-модели торговых предприятий, достаточно быстрой окупаемостью вложенных средств, стабильным потребительским спросом. При этом нужно отметить, что доля численности занятого населения по видам экономической деятельности, приходящаяся на торговлю в республике, составляет 14,4% (это 2-е место после промышленности (23,5%) [2].

Из совокупности исследуемых предприятий около 70% и более предприятий в сфере торговли, услуг и сельского хозяйства приходится на микропредприятия, в то время как в строительстве и промышленности они занимают около 36-48%. Благодаря своей многочисленности, микроорганизации обеспечивают достаточно высокую занятость в регионе, их преимуществом