

Из таблицы 3 следует, что прочие нормируемые затраты, относимые на реализованную продукцию, в марте 2019 года составили 83,86 руб. Их сумма в составе управленческих расходов составила 355,37 руб. Остаток затрат в размере 5174,26 в текущем отчетном периоде при налогообложении не учитывается. В их состав вошли представительские расходы и расходы, осуществляемые за счет прибыли. В составе налогооблагаемых затрат в полном размере были учтены зарплатные затраты. Это избавило от необходимости снимать с них взносы в ФСЗН и Белгосстрах и включать в состав внереализационных расходов в налоговом учете.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь в редакции Закона Республики Беларусь от 30 декабря 2018 г. № 159-З «О внесении изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь».

2. Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-З О бухгалтерском учете и отчетности.

УДК 657

СОЦИАЛЬНАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Зданевич А. Е.

Брестский государственный технический университет, г. Брест

Научный руководитель: Юрчик В. И., к.э.н. доцент

Корпоративная социальная ответственность – концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на фирмы и прочие заинтересованные стороны общественной сферы.

Уровни корпоративной социальной ответственности:

первый — базовый или обязательный — своевременная выплата работникам зарплаты, оплата налогов, соблюдение законодательства в сфере охраны окружающей среды, техники безопасности и здоровья работников;

второй — уровень благотворительности — программы помощи и спонсорство;

третий — уровень социальной ответственности корпорации перед ее персоналом. Как правило, это обеспечение расширенного (за рамки российского законодательства) пакета социальных услуг работникам, создание собственной (корпоративной) пенсионной системы;

четвертый — уровень социальных инвестиций. Социальные инвестиции бизнеса — это материальные, технологические, управленческие или иные ресурсы, а также финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ.

Рассмотрение российской практики показывает, что одной из проблем развития социальной ответственности является отсутствие единого понимания этого явления. В результате изучения этого круга проблем было произведено структурирование дефиниций корпоративной социальной ответственности в бизнесе и определен следующий подход к данному понятию: в узком смысле — это инвестиции в персонал, в широком — вложения в персонал, охрану окружающей среды, благотворительность, т. е. в социальную ответственность в целом [1].

Для поиска путей разрешения проблемы был произведен анализ влияния социальных инвестиций компаний России на их капитализацию в двух указанных выше аспектах. Предлагаемое исследование проведено со следующим допущением: учитывались тесно связанные и оказывающие прямое влияние на изучаемый объект показатели, остальные факторы были элиминированы. Для исследования зависимости была осуществлена выборка по критерию наличия социальных инвестиций и социальной отчетности компаний. Анализируемый период — 2013 — 2017 гг. По каждому предприятию был проведен анализ, составлены аналитические таблицы, включающие данные социальной ответственности и рыночной капитализации, представленные в табл. 1. Рыночная капитализация компаний рассчитывалась как рыночная стоимость всех акций данного акционерного общества. Сведения о стоимости акций

представлены на бирже ОАО «РТС». Эмпирической базой исследования инвестиций компаний послужили их годовые и социальные отчеты. Социальная ответственность в узком понимании рассматривалась как вложения в охрану труда, оздоровление сотрудников, обучение и в целевые социальные программы. При анализе социальной ответственности в широком понимании, помимо заявленных аспектов ответственности, рассчитывались также инвестиции в благотворительность, защиту окружающей среды, развитие территории. В основу анализа была заложена теоретическая линейная модель парной регрессии. Исходные данные для построения модели представлены в таблице 1. С помощью программы Excel были определены параметры линейной регрессии. Получена следующая модель [2].

$$y = 225,1943 + 141,081x, \quad (1)$$

где y – капитализация;
 x – инвестиции в персонал.

Таблица 1 – Средний уровень показателей по компаниям за 2013–2017 гг., млрд руб.

Предприятие	Капитализация	Инвестиции в персонал	Инвестиции в персонал, благотворительность и охрану окружающей среды
ОАО «Сургутнефтегаз»	1 146,75120	1,7894	19,7554
ОАО «ГМК «Норильский никель»	850,424254	4,56138	15,61382938
ОАО «НК «Роснефть»	2017,53289	10,8942	21,62464
ОАО «Татнефть»	261,5	1,515173	7,036156852
ОАО «ЛУКОЙЛ»	1 499,42549	11,24923	31,6682918
ОАО «Казаньоргсинтез»	16,7764476	0,34048	0,90265764
ОАО «ТГК-1»	83,9741441	0,129122	0,391171703

Модель показывает зависимость стоимости компании от ее инвестиций в корпоративную социальную ответственность в узком понимании. По изученной выборке модель продемонстрировала наличие прямой зависимости. В среднем увеличение инвестиций в персонал на 1 руб. приводит к увеличению капитализации компаний на 141,081 руб.

Аналогично в широком понимании социальной ответственности. Связь между стоимостью компании и инвестициями в корпоративную социальную ответственность в целом сильная, прямая. 79,5 % разброса показателей капитализации объясняется зависимостью от вложений.

Поскольку деловая репутация представляет собой коллективное мнение о деятельности компании, то для ее оценки возникает необходимость осуществить экспертный опрос представителей [3].

Исследование проводится путем анкетирования. На первом этапе эксперты оценивают степень важности каждого параметра в формировании деловой репутации по четырехбалльной шкале: «3» — если данный параметр весьма важен; «2» — важен; «1» — мало важен и «0» — абсолютно не важен. Каждый из экспертов выносит суждение, основываясь на собственном опыте и руководствуясь своими критериями оценки. По результатам экспертного опроса составляется репутационная матрица.

Обобщенная оценка каждого параметра (b_i) определяется как среднее значение:

$$b_i = \frac{1}{nm} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m b_{ij}, \quad (2)$$

где n – количество экспертов; m – число рассматриваемых параметров; b_{ij} – балльная оценка j -м экспертом i -го параметра [4].

Таблица 2 – Программа управления деловой репутацией

Параметры деловой репутации	Стейкхолдеры-эксперты							Обобщенная оценка параметра
	Инвесторы	Отчисления в бюджет	Отсутствие жалоб со стороны потребителей	Отсутствие исков со стороны партнеров	Сотрудники	Некоммерческие организации, СМИ	Население регионов	
Социальная ответственность	<i>b</i> ₁₁	<i>b</i> ₁₂	<i>b</i> ₁₃	<i>b</i> ₁₄	<i>b</i> ₁₅	<i>b</i> ₁₆	<i>b</i> ₁₇	<i>b</i> ₁
Экологическая ответственность	<i>b</i> ₂₁	<i>b</i> ₂₂	<i>b</i> ₂₃	<i>b</i> ₂₄	<i>b</i> ₂₅	<i>b</i> ₂₆	<i>b</i> ₂₇	<i>b</i> ₂
Качество товаров и услуг	<i>b</i> ₃₁	<i>b</i> ₃₂	<i>b</i> ₃₃	<i>b</i> ₃₄	<i>b</i> ₃₅	<i>b</i> ₃₆	<i>b</i> ₃₇	<i>b</i> ₃
Качество менеджмента	<i>b</i> ₄₁	<i>b</i> ₄₂	<i>b</i> ₄₃	<i>b</i> ₄₄	<i>b</i> ₄₅	<i>b</i> ₄₆	<i>b</i> ₄₇	<i>b</i> ₄
Инновации	<i>b</i> ₅₁	<i>b</i> ₅₂	<i>b</i> ₅₃	<i>b</i> ₅₄	<i>b</i> ₅₅	<i>b</i> ₅₆	<i>b</i> ₅₇	<i>b</i> ₅
Корпоративное управление	<i>b</i> ₆₁	<i>b</i> ₆₂	<i>b</i> ₆₃	<i>b</i> ₆₄	<i>b</i> ₆₅	<i>b</i> ₆₆	<i>b</i> ₆₇	<i>b</i> ₆
Финансовое состояние	<i>b</i> ₇₁	<i>b</i> ₇₂	<i>b</i> ₇₃	<i>b</i> ₇₄	<i>b</i> ₇₅	<i>b</i> ₇₆	<i>b</i> ₇₇	<i>b</i> ₇

Источник: собственная разработка

Список литературы:

1. Агеев, А. Социальная ответственность бизнеса: отечественные грани и зарубежные стандарты. [Текст] / А. Агеев, Е. Карпухина // Экономические стратегии. – 2002. – № 2. – С. 60–63.
2. Беляева, Ж. С. Модели социально ответственного бизнеса в мировой экономике [Текст]: монография / Ж. С. Беляева. – Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2010.
3. Бизнес. Экология. Человек: сборник корпоративных практик. – М.: РСПП, 2016. – 156 с.
4. Емельянов, С. М. Корпоративная социальная ответственность в стратегии современной компании [Текст]: методологические подходы / С. М. Емельянов // Управленческое консультирование. – 2014. – № 5. – С. 73–85.

УДК 657

ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Романюк М. А.

Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, г. Гомель

Научный руководитель: Ковальчук В. В., к.э.н., доцент

В настоящее время повышение эффективности внешнеэкономической деятельности во многом зависит от реализации экспортного потенциала организации, уровень которого во многом определяет ее успех на внешнем рынке. Высокий экспортный потенциал способствует увеличению доходов организации за счет поступления валютной выручки от реализации продукции, что обуславливает актуальность исследования и определение научных подходов к разработке методики его оценки.