

# НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЁТНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

## NON-FINANCIAL REPORTING AS PART OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

**Yu. Kozhuhova**  
**R. Kushbokova**  
**L. Kuleshova**

*Summary.* Information disclosure is one of the most important tools for companies to interact with stakeholders (shareholders, investors, partners, customers, the public, government agencies), contributes to building trust and long-term relationships with them, increasing the value of companies and attracting capital. In response to the growing attention to business, the development of tools for independent evaluation of companies and the quality of reporting information is being developed, as in a mirror reflecting this activity.

Such widely used tools in the world include ratings and indices in the areas of sustainable development, corporate responsibility and reporting, complex or thematic, which focus on such factors of companies' sustainability as economic, environmental, social outcomes and management aspects considered in conjunction or in certain areas and results of activity. At the same time, openness and transparency of companies play a decisive role, since assessment tools, which are based on the analysis of information on the activities of companies contained in public reporting, are becoming more common.

CSR reports have become a communication tool for corporate social responsibility. These are voluntary comprehensive reports that include not only economic data, but also information from the environmental and social fields. These reports talk about the company's environmental policy, sustainability, or are directly aimed at fulfilling the obligations assumed by the company within the framework of the concept of social responsibility.

A CSR report can help identify future risks and opportunities and thus enhance the competitiveness of a business and support the opportunity for long-term business cooperation of the interested party. This article describes how CSR reports are used by enterprises and how socially responsible activities affect the development of a company.

*Keywords:* social business, corporate social responsibility, non-financial reporting.

**Кожухова Юлия Эдуардовна**

Аспирант, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации — филиал Среднерусский институт управления, г. Орел  
motina.julia@yandex.ru

**Кушбокова Рита Хасбиевна**

К.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова», г. Нальчик

**Кулешова Лариса Владимировна**

К.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет», г. Ставрополь

*Аннотация.* Раскрытие информации является одним из важнейших инструментов взаимодействия компаний с заинтересованными сторонами (акционерами, инвесторами, партнерами, клиентами, общественностью, государственными органами), способствует формированию доверия и долгосрочных отношений с ними, росту стоимости компаний и привлечению ими капитала. В ответ на растущее внимание к бизнесу получают развитие инструменты независимой оценки деятельности компаний и качества отчетной информации, как в зеркале отражающей эту деятельность.

К числу таких широко используемых в мире инструментов относятся рейтинги и индексы в области устойчивого развития, корпоративной ответственности и отчетности, комплексные или тематические, которые фокусируют внимание на таких факторах устойчивости компаний, как экономические, экологические, социальные результаты и управленческие аспекты, рассматриваемые во взаимосвязи или по отдельным направлениям и результатам деятельности.

При этом открытость и прозрачность компаний играют решающую роль, поскольку все большее распространение получают инструменты оценки, которые опираются на анализ информации о деятельности компаний, содержащейся в публичной отчетности.

Отчеты по КСО стали инструментом коммуникации для корпоративной социальной ответственности. Это добровольные комплексные отчеты, включающие не только экономические данные, но также информацию из экологической и социальной области. Эти отчеты рассказывают о политике компании в отношении окружающей среды, устойчивости или непосредственно направлены на выполнение обязательств, принятых компанией в рамках концепции социальной ответственности. Отчет по КСО может помочь в выявлении будущих рисков и возможностей и тем самым способствовать повышению конкурентоспособности бизнеса и поддерживать возможность для долгосрочного делового сотрудничества заинтересованной стороны. В этой статье рассказывается о том, как отчет о КСО используется предприятиями и как социально ответственная деятельность влияет на развитие компании.

*Ключевые слова:* социальный бизнес, корпоративная социальная ответственность, нефинансовая отчетность корпораций.

**П**онятие «социальная ответственность бизнеса» возникло в конце 20-го века в европейских странах, но в нашей стране первые разработки в этом направлении были запланированы сравнительно недавно. Сначала под социальной ответственностью понимали только политику отношений между работодателем и работниками, своевременную выплату заработной платы, уплату налогов и т.д.

Сегодня эта концепция несколько трансформировалась, шли разговоры о необходимости бизнеса с учетом заботы о окружающей среде, а также социальный аспект, который в настоящее время является неотъемлемой частью устойчивого развития [1]. Практика описания более широкого круга воздействий компаний на общество, по сравнению с традиционной отчетностью по основным финансовым и производственным показателям, пока относительно нова. Многие компании пока ограничиваются общими словами и отдельными примерами, которые должны подтвердить их приверженность принципу социальной ответственности.

Однако такой подход постепенно уходит в прошлое. Те компании, которые не ограничиваются бухгалтерскими отчетами, все шире используют показатели, позволяющие судить об их социальной и экологической эффективности, включают их в свои отчеты о корпоративной социальной ответственности и устойчивом развитии, а также и в годовые отчеты. (Рисунок 1)

Компании расширяют число показателей, которые приводятся в их публичной отчетности. Так, чаще стали раскрываться такие показатели, как производительность труда, текучесть кадров, выбросы парниковых газов. Вырос объем информации об экологическом воздействии. Больше внимания уделяется освещению эффективности инвестиций в поддержку развития местных сообществ.

Отмечается и повышение качества раскрытия информации — растет количество показателей, раскрываемых на уровне «Отчетность». Это, как представляется, служит подтверждением того, что в компаниях на постоянной основе ведется мониторинг результатов деятельности по ключевым направлениям корпоративной социальной ответственности.

Лучшие практики раскрытия информации — это отчетность, в которой социальные и экологические аспекты деятельности компаний отражаются в измеримых показателях и представлены в динамике за ряд лет.

Отсутствие единого толкования определения «корпоративная социальная ответственность» является одной из наиболее актуальных проблем в этой сфере,

позволяющей компаниям по-своему объяснить значение этой концепции [2]. Но суть каждого из них состоит в том, что компании должны на добровольной основе внедрять в свой бизнес как социальную, так и экологическую политику, ориентированную на все заинтересованные стороны от работников до всего общества в целом, принимая участие в поддержании его стабильности. По мере развития корпоративной социальной ответственности возникают проблемы, рассмотрим наиболее важные из них.

Главное, чем характеризуется корпоративная социальная ответственность, это добровольность, т.е. Бизнес должен нести ответственность как перед внутренней, так и перед внешней средой компании, отдавая часть дохода на нужды общества. Несколько лет назад в России не понимали ценности КСО, учитывая вклад в развитие общества ежемесячной компенсации, бесплатного питания, а иногда и бесплатной медицинской страховки для работников. А крупнейшие корпорации ограничились тем, что обещали в будущем проведение благотворительных акций и заявили о необходимости сохранения и защиты находящихся под угрозой исчезновения представителей животного и растительного мира [3].

Поскольку на фоне мирового экономического кризиса российские производители заинтересованы в иностранных капиталовложениях и новых международных отношениях, проблема внедрения новых стандартов корпоративной ответственности с ориентиром на западную модель становится все более актуальной.

Так, к примеру, деятельность «Газпром нефти» реализуется в рамках программы социальных инвестиций «Родные города». В эту работу вовлечены все основные дочерние общества компании. Социальные инвестиции компании — это инструмент установления конструктивных взаимоотношений с заинтересованными сторонами и вклад в устойчивое развитие компании и регионов. В 2017 г. программа «Родные города» охватила 35 регионов присутствия, реализовано 560 проектов, проведено 339 благотворительных и волонтерских акций. За 5 лет в рамках программы реализовано более 2,5 тыс. проектов почти на 19 млрд. руб. В рамках программы «Родные города» реализуются проекты, направленные на решение актуальных проблем территорий деятельности компании. При разработке и реализации социальных проектов компания проводит комплексный анализ социально-политической и экономической ситуации в регионах, а также федеральной повестки, оказывающей влияние на региональное развитие.

Оценка опирается на данные независимых исследований, выявляющих актуальные проблемы социальной сферы (в том числе в среднесрочной перспективе), для



Рис. 1. Лидеры открытости [4]

формирования комплексной картины «Газпром нефть» проводит и собственные исследования.

Таким образом, спектр проектов программы затрагивает разные направления в соответствии с актуальной проблематикой регионов — от создания базовой социальной инфраструктуры и развития социокультурных сервисов до развития местных сообществ, в том числе поддержки коренных малочисленных народов. Кроме того, немаловажен аспект синергии социальных проектов со стратегическими приоритетами компании, что также влияет на портфель проектов. Социальная деятельность компании неоднократно получала признание экспертного сообщества.

Социальная Компания «Лукойл», в свою очередь, увидела перспективное направление для развития программ корпоративной социальной ответственности. В 2015 г. в рамках проекта был создан Партнерский дом «Больше, чем покупка!», который начал заниматься в том числе обучением социальных предпринимателей-производителей, товары которых могут быть востребованы на рынке. С 2017 г. Партнерский дом запускает производство собственной линейки продукции: отдельные коллекции будут создаваться для розничного и корпоративного сегментов рынка. Создание бренда «Больше, чем покупка!» позволяет сотрудничать и с небольшими компаниями, которые не могут пробиться на рынок «се-

рьезного» ритейла. Социальные предприниматели производят очень разные товары — сувениры, товары для дома, игрушки. Самыми популярными стали светильники старейшего социального предприятия «Свет», которые собирают люди с инвалидностью по зрению [3].

Особенно важно социальное предпринимательство для поддержки народных промыслов, что позволяет сохранять технологии, которыми владеет все меньшее количество мастеров. Вырученные от продаж средства способствуют решению широкого спектра социальных задач: социализировать людей с ограниченными возможностями, трудоустраивать многодетных матерей и пожилых людей, помогать тяжелобольным детям, сохранять культурное наследие и заботиться об окружающей среде.

Проект помогает вовлекать в решение социальных проблем и покупателей. Получая в руки качественный товар с информацией о том, как этой покупкой можно помочь людям, покупатели могут сделать осознанный выбор в пользу продукции с такой «добавленной социальной стоимостью». Результаты проекта:

- ◆ более 60 социальных предпринимателей участвуют в проекте;
- ◆ более 150 мини-маркетов на АЗС, на которых продается продукция социальных предпринимателей;

- ◆ более 12 компаний заказывают подарочные наборы для детей и взрослых;
- ◆ более чем на 28 млн. руб. продано товаров, произведенных социальными предпринимателями.

Призер XX ежегодного конкурса годовых отчетов в 2017 г. в номинации «Лучший отчет по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию».

Миссия Металлоинвеста — быть российской социально ответственной компанией, эффективно добывающей и перерабатывающей железорудное сырье в металлизованную и высококачественную металлургическую продукцию для долгосрочного роста акционерной стоимости бизнеса, развития сотрудников и общества корпоративная социальная программа «Женское здоровье». Программа разработана и инициирована в соответствии со стратегией компании, Политикой корпоративной социальной ответственности и благотворительности и отвечает ключевым задачам развития компании на территориях присутствия. Программа реализуется в Курской области, г. Железногорске (с 2012 г.) и в Белгородской области, гг. Губкине и Старом Осколе (с 2016 г.).

Основные направления:

- ◆ Создание комплексной системы маммографического скрининга в соответствии с международными стандартами, включая создание скринингового центра на базе областного онкологического диспансера.
- ◆ Обучение врачей современным методикам профилактики и диагностики, разработка образовательного портала для рентгенологов.

Бизнес-стратегия Группы Ferrero неизменна — ее статус семейной компании и выход на новые рынки. Продукция Группы Ferrero — результат внедрения инновационных идей. Группа Ferrero ориентирована на международное развитие, но с учетом национальной специфики стран продвижения. Компания уделяет большое внимание вопросам защиты окружающей среды, социальным проблемам, а также заботе о своих сотрудниках

Программа фабрики Ferrero направлена на сокращение выбросов вредных веществ в окружающую среду и экономное использование природных ресурсов. Благодаря экологическим проектам за последние 5 лет удалось снизить потребление ресурсов на каждую тонну готовой продукции: так, сброс сточных вод за этот период сократился на 49%; потребление водных ресурсов — на 45%; потребление природного газа, электрической энергии, образование отходов — на 35%. На фабрике в г. Владимире защита окружающей среды имеет наивысший приоритет, осуществляется реализация проек-

тов, направленных на экономию природных ресурсов, а также на сокращение отходов.

На предприятии реализуются мероприятия:

- ◆ «Зеленая идея» — фабричный конкурс для сотрудников на лучшую идею по экологии;
- ◆ «Зеленые выходные»: выключи все, что не используется;
- ◆ постоянные внутренние аудиты.

Представители этих частных компаний, осознавая стратегические потребности и продуктивность сферы поддержки социальной среды, первыми стали использовать международные стандарты корпоративной социальной ответственности в своей деятельности и предоставлять прозрачные и доступные социальные отчеты для всех. Малые и средние предприятия не демонстрировали такую деятельность из-за недостаточных материальных ресурсов по сравнению с транснациональными компаниями (в этом отношении корпоративные факторы могут осуществлять только одну благотворительную деятельность, избегать долгосрочных проектов) и из-за переплаты налогов. Все это позволяет российским представителям малого и среднего бизнеса ограничиваться только благотворительностью местного масштаба.

Помимо слабой вовлеченности в развитие принципов КСО в России малого и среднего бизнеса существует и другая проблема — крайне низкий интерес к этой сфере государственных компаний (или находящихся под контролем государства). Казалось бы, кто, не представители государственного бизнеса, должны подавать пример другим: быть более открытым и социально ответственными. Но нет, тут все как раз наоборот, и это можно объяснить тем, что КСО предполагает, что компания должна публиковать отчеты о деятельности (экономической, социальной, относительно устойчивого развития), то есть добровольно открывать всю важную информацию [5] И на этом, учитывая непрозрачность российского бизнеса, организации не готовы зайти так далеко.

Еще одна сложная задача, стоящая перед компаниями, внедряющими политику корпоративной социальной ответственности в бизнесе,— это достижение баланса интересов и требований группы заинтересованных сторон, оказывающих на организацию определенное влияние или подчинение ему.

Опрос показывает, что наиболее распространенными причинами, побуждающими крупные предприятия к отчетности по КСО, является укрепление позиций долей воли и брендов, а также этические причины. С другой стороны, есть причины, по которым компании не отчитываются о своей деятельности в сфере КСО:

1. Незнание проблемы — отчетность по КСО является новой темой в концепции КСО.

2. Отсутствие базовой интерпретации — КСО и отсутствие прозрачности в стандартах усложняет понимание и реализацию КСО.

Отсутствие прозрачности обусловлена большим количеством стандартов, которые регулируют различные области КСО на национальном и международном уровнях.

Обязательства высшего руководства:

- ◆ Слово директора — руководство описывает и оценивает ключевые части и выводы отчета.
- ◆ Определение КСО — публикация собственного или опередившего понимания КСО.
- ◆ Согласованность бизнеса — ответственное поведение связано с корпоративными ценностями, принципами и правилами поведения.
- ◆ Сводный отчет — сочетание экономического, экологического и социального воздействия на общество.
- ◆ Цели на следующий год — информация о том, чего компания хочет достичь и какую деятельность по КСО использовать.

Профиль компании:

- ◆ Общая информация — товары и услуги, географическое положение, отрасль, доля рынка.
- ◆ Финансовые результаты — выручка от продаж, прибыль после уплаты налогов.
- ◆ человеческие ресурсы — персонал, организационная структура.

Объемные отчеты по КСО, которые информируют заинтересованные стороны о реализации социально ответственных мероприятий в последние годы растут. Количество отчетов сильно различается между регионами. Европейские компании опубликовали в среднем в три раза больше отчетов, чем компаний из других регионов в 2017 году. [8] Уже более 30 лет как был значительный переход от экологического отчета к отчету, охватывающему все аспекты социальной обязанности. Согласно опросу, 51% опрошенных компаний указали в своих го-

довых отчетах информацию о социально-ответственной деятельности. Большинство компаний предоставляют отчеты о КСО в Америке и Европе. Среди европейских стран являются лидерами в отчетности по КСО в Дании и Франции, где даже 99% опрошенных фирм предоставляют этот тип отчета.

Отчеты о КСО приносят компаниям определенные преимущества:

Прозрачность — повышение осведомленности о деятельности в сфере КСО и обеспечение корпоративной прозрачности.

Надзор за деятельностью в сфере КСО — позволяет компании сравнить общеизвестные обязательства КСО с реальностью.

Привлечение заинтересованных сторон — укрепляет позиции заинтересованных сторон и их участие в принятии управленческих решений.

Межотраслевое сотрудничество — поддерживает межотраслевые партнерские отношения между предприятиями, государственными органами и некоммерческими организациями.

Отчет по качеству КСО должен соответствовать четырем основным аспектам:

- ◆ Достоверностью отчета
- ◆ Полнота — основана на том факте, что отчет о КСО включает в себя все бизнес — операции и полностью информировать об основных показателях, которые влияют на организацию, общество и окружающую среду.
- ◆ Значение — компания должна максимально использовать количественные и качественные показатели для оценки своих возможностей.
- ◆ Соответствующая форма — формат отчета играет важную роль, а также ясность.

Отчет может помочь компании выявить будущие риски и возможности, и тем самым способствовать повышению конкурентоспособности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Авилова М. Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 34. — С. 1–5. — URL: <http://e-koncept.ru/2016/56712.htm>.
2. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ksovok.com/doc/iso\\_fds\\_26000\\_rus.pdf](http://www.ksovok.com/doc/iso_fds_26000_rus.pdf) (дата обращения 16.11.2018)
3. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор / Под общ. ред. А. Н. Шохина. — М.: РСПП, 2006. — 108 с.
4. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://рспп.рф>

5. Сайт Национальной службы мониторинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.monitornews.ru>
6. Журнал Forbes [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.forbes.ru>
7. Феокистова Е. Н. О корпоративной социальной ответственности в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.ao-journal.ru/>
8. Глебова И. С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом: Учебное пособие. Казань: Казанский государственный университет, 2008. [Электронный ресурс] — [http://kpfu.ru/docs/F1341669308/2\\_biz.pdf](http://kpfu.ru/docs/F1341669308/2_biz.pdf) (дата обращения: 09.09.2018);
9. Исследование «Социальная ответственность бизнеса: опыт России и Запада». М., 2004. [Электронный ресурс] — <http://www.cgp.ru/pdfs/delross.pdf> (дата обращения: 09.12.2018);
10. Илларионова Е.В., Фомина А. С., Гуськов С. А., С. И. Федосова А. И. История российского предпринимательства: Учебно-методический комплекс. М.: Изд. центр ЕАОИ, 2009. 248с. (дата обращения: 10.12.2018);
11. История предпринимательства в России. Книга вторая: вторая половина XIX-начало XX века. М.: РОССПЭН (дата обращения: 15.08.2018);
12. Тазьмин Ю. Н. Меценатство и благотворительность в России: к вопросу о мотивациях. [Электронный ресурс] — <http://www.studfiles.ru/preview/460643/> (дата обращения: 10.07.2018);
13. Глобальный бизнес ЛУКОЙЛ. [Электронный ресурс] — <http://www.lukoil.ru/>(дата обращения: 08.08.2018).
14. Неклюдов В.С., Ключева Ю. С. Особенности развития социального предпринимательства в России. Вестник Нижегородского института управления. 2015. — № 38. — С 41–44.

---

© Кожухова Юлия Эдуардовна ( [motina.julia@yandex.ru](mailto:motina.julia@yandex.ru) ), Кушбокова Рита Хасбиевна, Кулешова Лариса Владимировна.  
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации