

УДК 658.19

Корпоративная нефинансовая отчетность как индикатор социальной ответственности и устойчивого развития производственного предприятия

Corporate non-financial reporting as an indicator of social responsibility and sustainable development of a manufacturing enterprise

Социальные аспекты деятельности предприятий все чаще выступают движущей силой устойчивого развития. Многочисленные ресурсы организации должны быть направлены не только на генерирование добавленной стоимости, но и на повышение социальной ценности ее существования, ориентированной на учет ESG-факторов, формирующих новый экономический ландшафт российской экономики. Формирование корпоративной нефинансовой отчетности – непрерывный и регулярный процесс, основанный на определенных стандартах, руководствах и бенчмарках. Квинтэссенцией устойчивого развития предприятия представляется формирование новой идеологии, где все заинтересованные стороны являются партнерами, поскольку без них невозможно и само развитие.

The social aspects of the activities of enterprises are increasingly the driving force of sustainable development. The organization's numerous resources should be directed not only to generating added value, but also to increasing the social value of its existence, focused on taking into account ESG factors that form the new economic landscape of the Russian economy. The formation of corporate non-financial reporting is a continuous and regular process based on certain standards, guidelines and benchmarks. The quintessence of the sustainable development of the enterprise is the formation of a new ideology, where all stakeholders are partners, since development itself is impossible without them.

Ключевые слова: предприятие, корпоративная нефинансовая отчетность, корпоративная социальная ответственность, устойчивое развитие, экономическая деятельность, бизнес, оценка, управление, ESG-факторы.

Keywords: enterprise, corporate non-financial reporting, corporate social responsibility, sustainable development, economic activity, business, assessment, management, ESG factors.

ГОЛОЛОВА ТАТЬЯНА МИХАЙЛОВНА

Соискатель НИИ образования и науки (Москва)

E-mail: T.golobova@gmail.com

GOLOLOBOVA TATIANA

Applicants of the Research Institute of Education and Science (Moscow)

ХЭ МЭНИН

Соискатель НИИ образования и науки (Москва)

HE MENING

Applicants of the Research Institute of Education and Science (Moscow)

ЦИ ЖУНЧАО

Соискатель НИИ образования и науки (Москва)

QI RONGCHAO

Applicants of the Research Institute of Education and Science (Moscow)

Введение

Устойчивое развитие любого предприятия и следование принципам корпоративной социальной ответственности тесно связано с его открытостью, публичностью и растущим запросом от широкого круга различных заинтересованных сторон на информацию о воздействиях бизнеса на окружающую среду, экономику и общество.

Одним из показателей «зрелости» компании является составление ежегодного нефинансового корпоративного отчета, в котором отражаются прежде всего нефинансовые показатели, являющиеся ESG-факторами, включающими в себя экологические, социальные и управленческие аспекты. Отчет представляется широкому кругу лиц и целенаправленно направляется на добровольной основе в административные и контролирурующие органы, а также другие инстанции, работающие в социальной, экономической и политической сферах государства. В отчете через призму корреляции преломляются показатели социальной и экологической результативности, качества управления с показателями экономической эффективности и динамикой финансовой доходности [1; 2]. Целеполаганием при этом выступает получение максимально возможной обратной связи от всех целевых аудиторий [3]. В ней раскрывается ценность вклада предприятия на региональном и федеральном уровнях, характер восприятия и отношение к производимой продукции и оказываемым услугам. Это позволяет предприятиям собирать информацию, на основе которой рассчитываются индексы устойчивого развития, способствующие инвестиционной привлекательности и социальной ответственности бизнеса. Как указывает при этом О.П. Анিকেева: «... ничто лучше, чем взгляд со стороны, не сможет предоставить объективную и актуальную информацию, о которой возможно не догадываются внутри компании/организации/предприятия» [4, с. 182].

Особенности процесса составления нефинансовой отчетности предприятия и анализа ее показателей

Особенно актуально применять данный инструмент для российских предприятий с высокой и средней нагрузкой на экосистему. Этот подход позволит постоянно отслеживать настроения общественности и госструктур, повышая информационную открытость бизнеса и его направлений [5]. Любое отклонение от желаемой карты восприятия предприятия будет диагностировано и сглажено при первой возможности. Например, в Китае многие производственные компании, нанимающие кадры из «глубинки», открыли для себя крайне негативное отношение среди коренных народов, проживающих в сельских местностях. Такое отношение вызывала практика организации работ вахтовым методом. Люди подолгу не видели свои семьи, дети были оторваны от родителей, а зарплата не всегда могла компенсировать такой моральный дискомфорт. При этом позволить себе снимать жилье для всей семьи сотрудник, решившийся на работу вдалеке от дома, просто не мог. Социальное недовольство, копившееся долгое время, практически никак нельзя было зафиксировать на фоне общего экономического подъема в Китае и роста благосостояния его граждан, когда у населения появилось больше возможности по выбору места работы и социального пакета. Однако многие компании продолжали работать по старинке. Результатом стала кадровая нехватка персонала, при этом стандартное увеличение пособия не могло решить проблему полностью.

Когда предприятия стали анализировать факторы, создающие имидж и репутацию, то пришли к выводу, что необходим пересмотр социальной политики. Предприятия стали более открытыми для общественности и нацелились на доказывание собственной значимости. Они учли, что их имидж как работодателя имеет негативную коннотацию, поскольку люди не выражали своего желания трудоустраиваться из-за жесткой

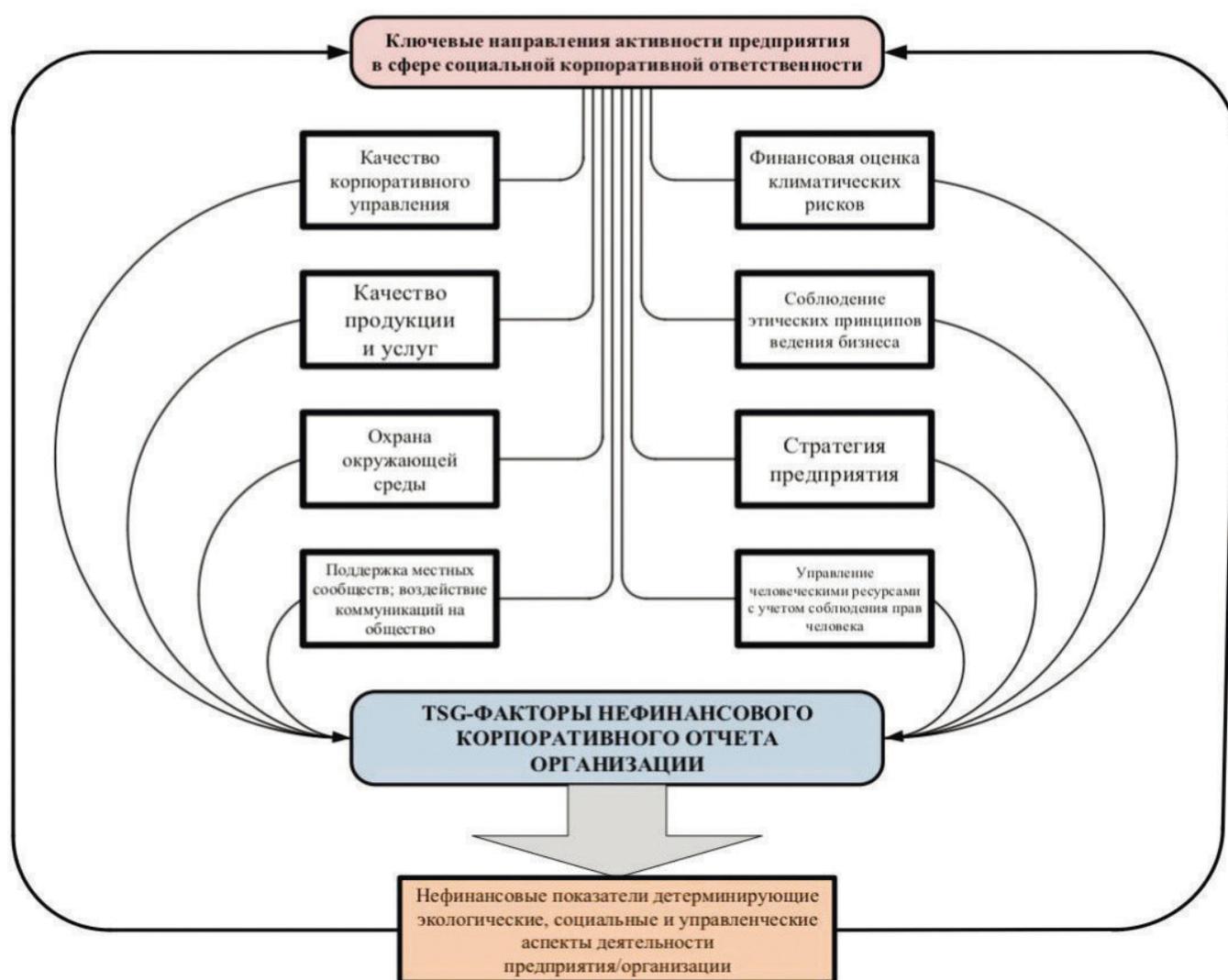


Рис. 1. Ключевые направления активности предприятия в сфере социальной корпоративной ответственности, детерминируемые ESG-факторами нефинансового корпоративного отчета организации. Источник: Составлено авторами на основе открытых материалов [12]

вахтовой политики. Только после того, как компании стали предпринимать конкретные шаги по улучшению психологического климата и социальной защищенности сотрудников, ситуация стала корректироваться. Предприятия начали обеспечивать сотрудников минимальными условиями для проживания всей семьи, открывать детские сады и школы в непосредственной близости, разрабатывать программы трудоустройства и повышения квалификации для других членов семей. Все это было бы невозможным если бы предприятия не обратили внимание на обратную связь, которую получили в результате составления нефинансовой отчетности для широкого круга лиц [6].

Однако сама по себе отчетность не делает компанию приверженной принципам социальной ответственности. Следует уделять пристальное внимание социальной сфере, вопросам экологии и охраны окружающей среды,

а также многовариантным аспектам взаимоотношений с социумом [7; 8].

В последнее время и в России, и в КНР социальная корпоративная ответственность становится стержневой основой организационной культуры многих производственных предприятий [9]. Стремительно интегрируются лучшие практики и современные подходы в области менеджмента качества, экологического менеджмента и социального целеполагания с целью воздействия компаний на общество по всем ключевым направлениям их активности (рис. 1) и формирования новой экономической и экологической политики, способствующей прозрачности и долгосрочности финансово-хозяйственной деятельности. Компании в лице администрации все больше ощущают ответственность перед страной, людьми и обществом за проделанную работу. Становится важным не столько преумножить блага для настоящих

поколений, сколько сохранить при этом баланс с природой и оставить потенциал для развития будущих поколений. К примеру, в США до последнего времени действовал жесткий запрет на добычу нефтепродуктов с целью сохранить данные полезные ископаемые для будущих поколений. Однако это компенсировалось варварской политикой по отношению к другим странам, когда американские компании путем финансовых маневров получали карт-бланш по добыче в развивающихся странах и максимально наращивали добычу без оглядки на местное сообщество. Выкачивая одно месторождение, они моментально переключались на другое, тем самым, обеспечивая сырьем собственную экономику при минимальной компенсации для страны, где происходила добыча нефти [10; 11].

К работе крупных компаний сегодня предъявляются повышенные требования по продвижению принципов устойчивого развития, учету и внедрению ESG-критериев в собственную деятельность и отчетность. Усилилась социальная нагрузка и значимость работы по повышению качества жизни. С каждым годом понимание социально-ориентированной деятельности, открытости и ведения честного, конкурентоспособного бизнеса расширяется [13]. Например, вызывает уважение политика многих российских компаний, которые помогают финансово, материально и технически российским структурам в зоне СВО. Такая практика воспринимается многими дружественными странами как патриотичная не только на бумаге, но и на деле.

С помощью публикаций в профессиональных и деловых средствах массовой информации, а также на корпоративных сайтах предприятия не всегда могут добиться высокой степени публичности и достучаться до целевой аудитории. Поэтому все инициативы, действия, акценты, политики, достижения, а также цели и задачи в социальной и других сферах (производство, экология и пр.) должны находить отражение при формировании

отчета об устойчивом развитии [14; 15]. Это необходимо делать на регулярной основе для создания крепкого бэкграунда стабильной и устойчивой компании в долгосрочной перспективе. Все, что получилось сделать на предприятии, чего оно смогло добиться за определенный временной лаг, следует отражать в едином документе – корпоративной нефинансовой отчетности, с которой может ознакомиться любой желающий [16].

Компании, которые имеют вредное производство, должны особое внимание уделять экологии, отводя большую роль для мероприятий, связанных с охраной окружающей среды, экологической безопасностью [17]. Многие химические предприятия формируют открытые для всех отчеты по охране окружающей среды, где раскрывается роль действий по минимизации промышленных отходов, снижению использования энергоресурсов, повышению эффективности экологического управления. Внедряют интегрированную систему управления на основе политики в области качества, экологии, охраны здоровья и безопасности.

Реализуемые социальные программы предприятия должны быть направлены не только непосредственно на сотрудников, но и на их детей и семьи, а также на ветеранов. В них могут входить нематериальные и материальные стимулы, направленные на личностный и карьерный рост работников, стабильное функционирование ветеранских организаций, проекты в области благотворительности, мероприятия по популяризации определенного поведения и профессий, система подготовки персонала буквально «со школьной скамьи» [18].

Нефинансовый отчет, по мнению Е.В. Неходы, должен быть основным источником сведений относительно экологической, экономической, социальной, управленческой и этической стороны ведения бизнеса [16]. Как правило, при подготовке отчета пользуются стандартами и руководствами по нефинансовой отчетности [5; 18]. На рис. 2 представлены основные документы, которые



Рис. 2. Основные стандарты и руководства, а также документы, использующиеся в процессе подготовки нефинансовой отчетности предприятия.

Источник: Составлено авторами на основе открытых материалов [12]

используют в процессе подготовки нефинансовой отчетности предприятия.

При подготовке отчетности следует руководствоваться следующими основными принципами [20]:

- **Прямое и обратное коммуницирование со всеми заинтересованными сторонами:** желательно не просто подтвердить, а превзойти ожидания самой главной целевой аудитории.
- **Весомость:** следует определять существенные тематики, которые важны для руководства и входят в приоритеты у аудиторий.
- **Достоверность:** отчет априори должен обладать авторитетной позицией и быть проверенным уполномоченными органами (пройти процедуру верификации).
- **Своевременность:** отчетность проводится на регулярной основе, чтобы заинтересованные стороны смогли получить информацию вовремя, это будет стимулировать их принимать корректные решения.
- **Сбалансированность:** для обоснованной оценки необходимо отражать и положительные и отрицательные аспекты работы предприятия.

- **Полнота и точность:** отражаются ключевые достигнутые результаты, а сама информация должна быть достаточно подробной и точной без лишней «воды».
- **Бенчмарки:** ориентация на лучшие практики и руководства по составлению отчетности.

Представленные выше принципы лежат в основании того инструментария, который способствует не только повышению надежности представляемых данных и их качества, но и выявлению возможностей развития инструментария отчетности и ее оценки, а также моделирования индексов устойчивого развития предприятий [21].

Заключение

Таким образом, нефинансовая отчетность предприятия должна отражать результаты всестороннего анализа динамики и достижений в контексте стабильного развития, внедрения высоких стандартов деловой культуры, а также являться неоспоримым источником информации о всесторонней деятельности предприятия, корпоративном управлении, этических принципах и прозрачности ведения бизнеса.

Список литературы

1. Тимофеева В.И. Социальная ответственность как элемент экономической деятельности организации // Вестник Тюменского государственного университета. – 2019. – № 7. – С. 167–169
2. Кречеру А.Ф., Радулеску В.Д. Социальная ответственность организации перед клиентами через корпоративные коммуникации // Румынский маркетинговый журнал. – 2014. – № 3. – С. 73–76
3. Благов Ю.В. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. Менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 3–24.
4. Аникеева О.П. Управление социальной ответственностью // В мире научных открытий. – 2018. – № 3 (15). – С. 180–184.
5. Кречко М.Ю. Социальная ответственность в российских организациях // Наука, образование и культура. – 2019. – Т. 3. – № 3. – С. 19–24.
6. Ци Жунчао Корпоративная социальная ответственность как неотъемлемая часть эффективной деятельности организации // Вестник университета. – 2021. – № 4. – С. 154–158.
7. Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 267 с.
8. Данилова О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством»: автореф. дис. ... д-ра экон. наук / Финансовый ун-т при Правительстве РФ. – Москва, 2013. – 25 с.
9. Ци Жунчао Роль корпоративной социальной ответственности в организации // Современная наука и ее ресурсное обеспечение: инновационная парадигма: сборник статей Международной научно-практической конференции (20 февраля)

2020 г.). – Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2020. – С. 41-43.

10. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика. – Краснодар: КСЭИ, 2012. – 129 с.

11. Кэрролл А.Б. Корпоративная социальная ответственность: Место и роль в современном бизнесе // Организационная динамика. – 2015 – 44(2). – С. 87-96

12. Кибовская С.В. Особенности подготовки нефинансового отчета в соответствии с международным стандартом GRI STANDARDS // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2019. – № 10 (178). – С. 20-24.

13. Ци Жунчао Значимость корпоративной социальной ответственности в современном глобализирующемся мире // Актуальные теоретические и прикладные вопросы управления социально-экономическими системами: Материалы Международной научно-практической конференции. – Том 2. – Москва, 20 декабря 2019 г. – М.: Институт развития дополнительного профессионального образования, 2019. – С. 67-69.

14. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор / Под общей ред. А. Н. Шохина. – М.: РСПП, 2019. – 108 с.

15. Попова Е.В., Кельчевская Н.Р., Черненко И.М., Сироткин С.А., Пелымская И.С. Социальная ответственность и человеческий капитал предприятий в системе региональной социальной политики: монография. – М.: Креативная экономика, 2017. – 318 с.

16. Нехода Е.В. От корпоративной социальной ответственности к нефинансовой отчетности // Проблемы учета и финансов. – 2015. – № 3. – С. 10-15.

17. Абушева В.Э., Попова Е.В. Проблема развития корпоративной социальной ответственности в российских организациях на примере компании «Лукойл» // MODERN SCIENCE. – 2020. – № 11-2. – С. 55-59.

18. Плетнева Н.П. Социальная ответственность организаций // Методы менеджмента качества. – 2019. – № 2. – С. 39-41.

19. Мурад Э.Э. Отчетность об устойчивом развитии. Актуальность, стандарты и применение на практике // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2020. – № 6 (46). – С. 299-303

20. Виндзор Д. Будущее корпоративной социальной ответственности // Международный журнал организационного анализа. – 2011. – 9(3). – С. 225-256

21. Аникеева О.П., Симонова Л.М. Модели социальной ответственности бизнеса: мировой опыт и российская практика // Вестник Тюменского государственного университета. – 2019. – № 4. – С. 72-77.

List of literature

1. Timofeeva V.I. Social responsibility as part of the economic activities of the organization// Tyumen State University Herald. – 2019. – № 7. – pp. 167-169.

2. Creceru A.F., Radulescu V.D. Social responsibility of the organization to customers through corporate communication // Romanian Journal of Marketing. – 2014. – No 3. – pp. 73-76.

3. Blagov Y.E. The Genesis of the Corporate Social Responsibility Concept // Vestnik of Saint Petersburg University. Management. – 2006. – № 2. – pp. 3-24.

4. Anikeeva O.P. Social responsibility management // In the World of Scientific Discoveries. – 2018. – № 3 (15). – pp. 180-184.

5. Krechko M.Y. Social responsibility in Russian organizations // Science, education and culture – 2019. – В.3. – № 3. – pp. 19-24.

6. Ci Zhunchao Corporate social responsibility as an integral part of the effective activity of the organization // Vestnik Universiteta. – 2021. – № 4. – pp. 154-158.

7. Goncharov S.F. Corporate Social responsibility. – Dashkov & K, 2016. – 267 p.

8. Danilova O.V. Social responsibility of business in the system of market economy (theoretical and economic aspects): specialty. 08.00.05 "Economics and management of the national economy": dissertation abstract / Financial University under the Government of the Russian Federation. – Moscow, 2013. – 25 p.

9. Ci Zhunchao The role of corporate social responsibility in the organization // Modern science and its resource support: an innovative paradigm: a collection of articles of the International Scientific and Practical Conference (February 20, 2020). – Petrozavodsk: ICSP "New Science", 2020. – pp. 41-43.

10. Zaretsky A.D., Ivanova T.E. Corporate social responsibility: World and Domestic practice. – Krasnodar: KSEI, 2012. – p 129.

11. Carroll A.B. Corporate social responsibility: The centerpiece of competing and complementary frameworks // Organizational dynamics. – 2015. – Vol. 44. – No 2. – P. 87-96.

12. Kibovskaya S.V. Features of preparing a non-financial report in accordance with the international GRI STANDARDS // Problems of

economics and management of oil and gas complex – 2019. – № 10 (178). – p. 20–24

13. Ci ZHunchao. The Importance of Corporate Social Responsibility in the Modern Globalizing World. Actual theoretical and applied issues of managing socio-economic systems. Materials of the International Scientific and Practical Conference. – Tom 2. – Moscow, 20th of December 2019 – M.: Federal State Budgetary Educational Institution of Additional Professional Education «Institute of additional professional education evolution», 2019. – p. 67–69.

14. Non-financial reports of companies operating in Russia: the practice of developing social reporting. Analytical review. / General editorship of A. N. Shokhin – M: – RSPP, 2019. – p.108

15. Popova E.V., Kelchevskaya N.R., Chernenko I.M., Sirotkin S.A., Pelymskaya I.S. Social responsibility and human capital of enterprises in the system of regional social policy: monograph. – M.: Creative economy. 2017. – p. 318

16. Nekhoda E.V. From corporate social responsibility to non-financial reporting // Problems of accounting and finance. – 2016. – № 3. – p. 10–15.

17. Abusheva V.E., Popova E.V. The problem of the development of corporate social responsibility in Russian organizations in the example of Lukoil // Modern Science. – 2020. – № 11-2. – p. 55–59.

18. Pletneva N.P. Social responsibility of organizations // Quality management methods. – 2019. – № 2. – p. 39–41

19. Murad E.E. Sustainability Reporting. Relevance, standards and practical application // Sciff. Questions of students science. – 2020. – № 6 (46). – p. 299–303

20. Windsor D. The Future of Corporate Social Responsibility // The International Journal of Organizational Analysis. – 2011. – Vol. 9, No 3. – P. 225–256.

21. Anikeeva O.P., Simonova L.M. The models of bussines social responsibility: world experience and russian practice // Tyumen State University Herald. – 2019. – № 4. – p. 72–77.

Рукопись получена: 04.05.2023

Рукопись одобрена: 19.06.2023