

# БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АУДИТ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА

---

УДК 658.3

JEL C12, C51, L66, M21

---

## КОРПОРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПУБЛИЧНАЯ НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ

---

**Капустина Ирина Александровна**, ст. преп.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,  
Россия, 394018; e-mail: irinakupustina.7@mail.ru

*Предмет:* корпоративная социальная ответственность в течение длительного времени выступает неотъемлемой частью жизни общества. Информация о социальной деятельности, раскрывающая вклад корпорации в устойчивое развитие общества, обеспечивает конкурентные преимущества и позволяет заинтересованным сторонам принимать обоснованные экономические решения. *Цель:* исследование теоретических основ развития социальной ответственности корпораций, раскрытие информации в публичной нефинансовой отчетности. *Дизайн исследования:* одной из задач, определенных Концепцией развития публичной нефинансовой отчетности, выступает создание основ для формирования отчетности по вопросам социальной ответственности. Требования к публичной нефинансовой отчетности предполагают раскрытие влияния социальной ответственности на устойчивое развитие корпораций посредством использования различных видов отчетности: отчет о деятельности в области устойчивого развития, интегрированный, годовой отчет, иные. *Результаты:* выявлены направления развития социальной ответственности корпораций, надежная информация которых в публичной нефинансовой отчетности обеспечивает принятие заинтересованными сторонами обоснованных экономических решений об устойчивости корпорации, воздействиях на окружающую среду и общество.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, публичная нефинансовая отчетность, виды корпоративной отчетности.

**DOI:** 10.17308/meps/2078-9017/2023/10/57-66

### **Введение**

Социальная ответственность бизнеса предполагает вклад корпорации в развитие экономической, экологической и социальной сфер общества. На-

чало современной литературе о КСО положила работа Г. Боуэна «Социальная ответственность бизнесмена», по мнению которого социальная ответственность состоит в «реализации той политики, принятии таких решений, которые были бы желательны для целей и ценностей общества»<sup>1</sup>. Определение Г. Боуэна признает фактором развития бизнеса наличие общественных отношений с различными социальными группами и обществом в целом. Ю.Е. Благовым признается: что «оба допущения были нормативны по своей природе, поскольку и общественный договор как некая внешняя по отношению к конкретной компании сила, и внутренняя способность компании выступать моральным агентом рассматривались в качестве категорически правильного»<sup>2</sup>. В работах Т. Левитта, М. Фридмана, Дж. Гелбрейта, К. Девиса под социальной ответственностью подразумевались обязанности, исполнение которых является необходимым для существования капиталистического общества. Т. Левитт отмечал «бизнес несет ответственность двух видов: следование элементарным канонам повседневного цивилизованного общения (честности, добросовестности и т.д.) и стремление к материальной выгоде» [11]. По мнению М. Фридмана, «существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использование своих ресурсов для участия в деятельности, направленной на повышение его прибылей, в той мере, в которой она соответствует правилам игры, обеспечивающим открытую и свободную конкуренцию без обмана и мошенничества»<sup>3</sup>. Субъектами ответственности, отмечал М. Фридман, могут быть частные собственники и внешние управленцы, которые после получения дохода от деятельности компании могут заниматься частной благотворительностью, но не компания в целом [10]. Социальная ответственность предполагает выполнение социальных обязательств, предъявляемых бизнесу государством (уплата налогов, выплата заработной платы, иных, предусмотренных законом, обязательств). Необходимость ограничения свободы действий корпораций посредством внешнего регулирования социальной ответственности отмечалась Дж. Гелбрейтом. «Единственным ответом является создание жестких рамок, которые смогут привести власть корпораций в соответствие с общественными целями», – подчеркивал Дж. Гелбрейт<sup>4</sup>. Значительный вклад в развитие КСО внесли работы профессора менеджмента из Университета Аризоны К. Девиса, сформулировавшего «железный закон ответственности»: «Те, кто не берет на себя ответственность, адекватную их власти, в результате утратят эту власть» [8]. КСО К. Девис определял как «осознание фирмой проблем, выходящих за пределы узких технических и правовых требований, и реакцию на эти проблемы» [6]. Концепция публично-правовой ответственности на уровне конкретной фирмы представлена в работах

<sup>1</sup> Bowen H. Social responsibilities of the businessmen. Harper & Row: N.Y., 1953.

<sup>2</sup> Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. / Высшая школа менеджмента СПбГУ. СПб., Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. 272 с.

<sup>3</sup> Friedman M. Capitalism and freedom. University of Chicago Press: Chicago (IL), 1962, 240 p.

<sup>4</sup> Galbraith J.K. The age of uncertainty Houghton Mifflin: Boston (MA), 1977.

Л. Пресона и Дж. Поста<sup>5</sup> [12]. По мнению авторов, основу взаимодействия бизнеса и общества составляют рынок и государственная политика, подразумевающая «не только точный текст законов постановлений, но и модель широкого общественного контроля, воплощенную в общественном мнении, механизме идентификации социальных проблем, формальных правовых требованиях, а также в практике их внедрения и использования» [12]. Л. Пресон и Дж. Пост рассматривают концепцию КСО на уровне корпорации, отмечая, что публично-правовая ответственность относится к «функциям менеджмента в организации в специфическом контексте государственной политики» [12]. В конце 1970-х годов А. Кэрроллом предложена трактовка социальной ответственности бизнеса как «соответствия экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период времени» [4]. А. Кэрроллом отмечалось: «Хотя все эти типы ответственности уже существуют одновременно в бизнес-организациях, история бизнеса говорит о более раннем внимании к экономическим и правовым аспектам и более позднем – к аспектам этическим и дискреционным. Более того, любая прямая ответственность или действие бизнеса могут иметь встроенные экономические, правовые, этические и дискреционные мотивы» [4]. Согласно модели А. Кэрролла, КСО представляет собой многоуровневую ответственность в виде пирамиды [5].

### **Методы и результаты исследования**

В 1973 году исследователь КСО Д. Вотав отмечал: «Термин (КСО) просто восхитителен; он что-то означает, но не для всех одно и то же. Для кого-то он выражает идею правовой ответственности или правовых обязательств; для других он означает социально ответственное поведение в этическом смысле; для следующей группы ему придается значение «быть ответственным» в казуальном смысле; многие попросту приравнивают его к благотворительным вкладам; кто-то трактует его как общественную сознательность; многие из тех, кто им пользуется, горячо отстаивают трактовку термина как простого синонима «легитимности» в контексте... правильности и обоснованности; некоторые рассматривают его в качестве своего рода фидуциарной обязанности устанавливать более высокие стандарты поведения бизнесменов, чем граждан в целом» [13].

Наибольший накал дискуссии о сущности КСО, по мнению Благова, пришелся на 1960-1970-е годы. «К началу же 1980-х гг. удалось не только систематизировать существующие взгляды, но и выработать определенный консенсус между представителями двух рассмотренных позиций в рамках нормативного подхода. Дальнейшая дискуссия о сущности КСО затрагивала лишь отдельные ее нюансы и не содержала сколь-либо существенных теоретических прорывов», отмечает Благов<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Preson L.E. Post J.E. Private management and public policy: the principle of public responsibility. Prentice Hall, Englewood Cliffs (NJ), 1975.

<sup>6</sup> Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. / Высшая

Международный стандарт ISO 26000:2010 отмечается «Термин «социальная ответственность» нашел широкое распространение в начале 1970-х годов, хотя организации и правительства предпринимали действия относительно различных аспектов социальной ответственности еще в конце XIX века, а в некоторых случаях и ранее»<sup>7</sup>. Ряд определений корпоративной социальной ответственности, содержащихся в международных стандартах, документах, отечественных и зарубежных изданиях, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Подходы к определению корпоративной социальной ответственности

Источник	Определения
Г. Боуэн	Корпоративная социальная ответственность (КСО) – реализация той политики, принятие таких решений, либо исследование такой линии поведения, которые были бы желательны с позиций целей и ценностей общества <sup>8</sup>
В. Фредерик	Главная идея КСО – организации в бизнесе обязаны работать для повышения общественного благополучия [9]
К. Дэвис	КСО – осознание организацией проблем, выходящих за пределы узких экономических, технических и правовых требований, и реакции на эти проблемы для достижения общественной пользы, наряду с традиционными экономическими выгодами, к которым стремится организация [6]
Ассоциация менеджеров России	Социальная ответственность бизнеса – добровольный вклад в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанных напрямую с основной деятельностью организации и выходящих за рамки определенного законодательного минимума <sup>9</sup>
Социальная хартия российского бизнеса <sup>10</sup>	Корпоративная ответственность, являясь основой эффективной бизнес-стратегии, охватывает широкий диапазон действий бизнеса в экономической, социальной и экологической областях, означает реализацию принципов устойчивого развития на уровне организаций
Руководство по социальной ответственности ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility (IDT) <sup>11</sup>	Социальная ответственность – ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этическое поведение, которое: содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества; учитывает ожидания заинтересованных сторон; соответствует применяемому законодательству и согласуется с международными нормами поведения; интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях

школа менеджмента СПбГУ. СПб., Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. 272 с.

<sup>7</sup> Руководство по социальной ответственности ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility (IDT) / Москва, Стандартинформ, 2014.

<sup>8</sup> Bowen H. Social responsibilities of the businessmen. Harper & Row, N.Y, 1953.

<sup>9</sup> Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка / под ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. Москва, 2003. 207 с.

<sup>10</sup> Социальная хартия российского бизнеса. Редакция 2021 года.

<sup>11</sup> Руководство по социальной ответственности ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility (IDT) / Москва, Стандартинформ, 2014.

Источник	Определения
О.А. Канаева	КСО – система этических норм, корпоративных ценностей и принципов, лежащих в основе деятельности организации и определяющих ее стратегию, позволяющих минимизировать экономические, социальные и экологические риски, повысить конкурентоспособность организации, обеспечить ее устойчивость в долгосрочной перспективе и содействовать в решении глобальных проблем [3]
Т.В. Зверева	КСО – совокупность обязательств, добровольно и согласованно вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, принимаемых руководством организации, с особым учетом мнений персонала и акционеров, выполняемых в основном за счет средств организации и нацеленных на реализацию внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию организации, укреплению репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями [2]
М.В. Бикеева	Социально-экономическая ответственность бизнеса – это форма социального диалога бизнеса с заинтересованными группами, конечным итогом которого является человеческое развитие (персонала, населения территории присутствия бизнеса, страны, нации) [1]
Клычова Г.С., Закирова А.Р., Валиев А.Р., Зиганшин Б.Г.	Корпоративная социальная ответственность бизнеса представляет собой социально-экономическую политику хозяйствующего субъекта, направленную на защиту прав и интересов своих сотрудников и общества в целом, включающую мероприятия природоохранного характера и благотворительность в условиях устойчивого развития бизнеса <sup>12</sup>
Давиньон Э.	Смысл социальной ответственности – в осознанной заинтересованности бизнеса, приносящей пользу для общества в целом <sup>13</sup>

КСО в значительной степени строится на добровольных отношениях между работниками, работодателями и обществом. Роль государства заключается в утверждении законодательных и нормативных актов, регулирующих трудовые и деловые практики, защищающих здоровье и безопасность потребителей, социальное страхование, развитие социальной сферы. Следование концепции КСО способствует укреплению деловой репутации и имиджа корпорации, повышению качества менеджмента и росту инвестиционной привлекательности корпорации.<sup>13</sup>

В системе современных социально-трудовых отношений КСО выступает как элемент социальной защиты занятого населения, в частности, развитие персонала, охрана здоровья, создание безопасных условий труда, внедрение социальных программ корпораций. КСО обеспечивает взаимо-

<sup>12</sup> Клычова Г.С., Закирова А.Р., Валиева А.Р., Зиганшин Б.Г. и др. Формирование корпоративного механизма управления социально-экономическим развитием предприятий аграрного сектора экономики: монография. Москва, Казанский ГАУ, 2021. 171 с.

<sup>13</sup> Открытая корпоративная отчетность как триединый итог экономической, социальной, экологической ответственности компании / АФК «Система» библиотека менеджера. Москва, 2004. 120 с.

связь между институтами – бизнесом и обществом, формируя новую систему социально-экономических отношений.

Одним из публичных инструментов раскрытия КСО выступает нефинансовая отчетность, информирующая заинтересованные стороны о влиянии деятельности корпорации на экономику, окружающую среду и общество. Форматы нефинансовой отчетности, рекомендованные Концепцией развития публичной нефинансовой отчетности<sup>14</sup> к использованию в Российской Федерации, представлены на рисунке 1.

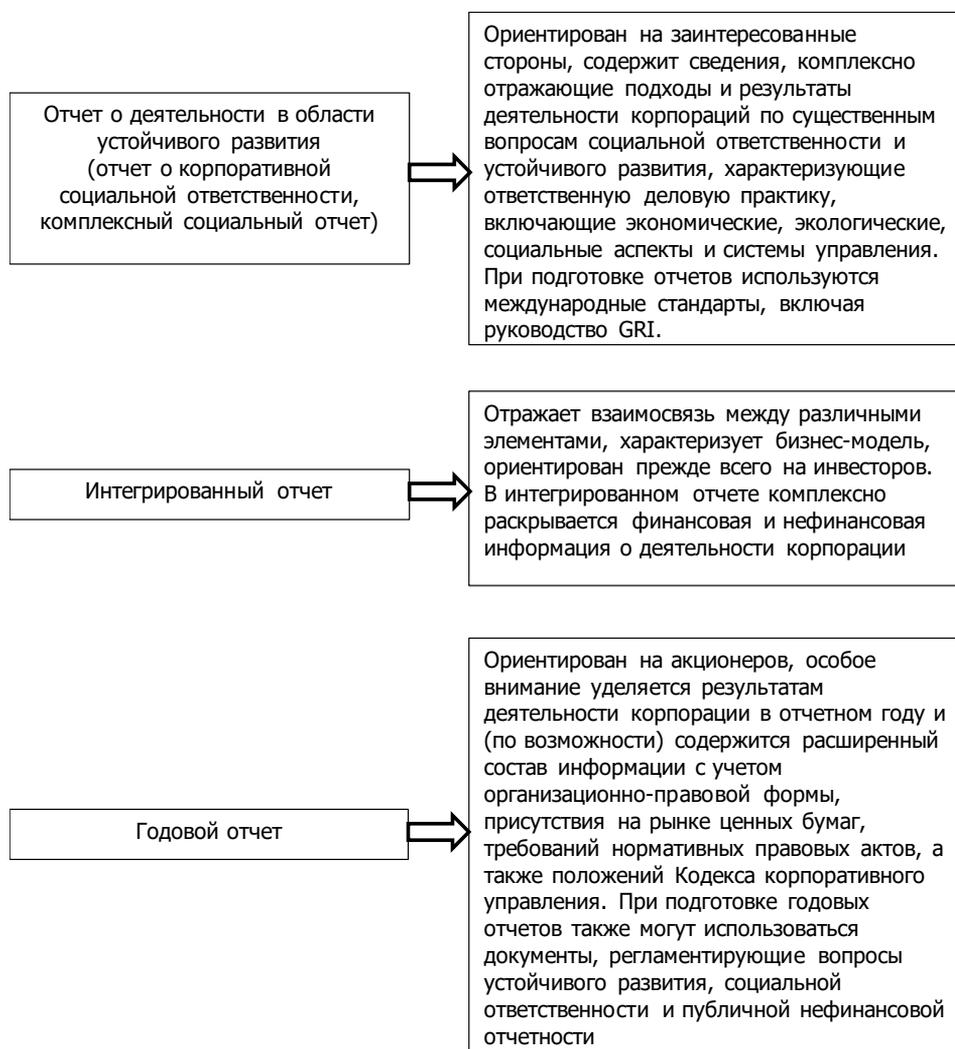


Рис. 1. Нефинансовая отчетность корпораций

В настоящее время, на основе опыта применения четырех поколений стандартов GRI, Советом по международным стандартам устойчивого развития (GSSB) разработаны стандарты GRI Standards (GRI SRS), включаю-

<sup>14</sup> Концепция развития публичной нефинансовой отчетности и план мероприятий по ее реализации // Распоряжение Правительства Российской Федерации от 5 мая 2017 г. №876-р.

щие универсальные и тематические стандарты. Современным направлением деятельности GRI является формирование отраслевых стандартов для корпораций различных секторов экономики (нефтегазового, угольного, аграрного, иных).

Международным советом по интегрированной отчетности (МСИО) разработан ряд версий международных основ интегрированной отчетности. При формировании интегрированной отчетности, раскрывающей, как стратегия, корпоративное управление, результаты деятельности и перспективы корпорации в контексте внешней среды ведут к созданию, сохранению или утрате стоимости в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе, используются основные принципы подготовки отчетности в области устойчивого развития. Версией GRI G 4 отмечается: «Хотя цели подготовки отчетности в области устойчивого развития и интегрированной отчетности различаются, подготовка отчетности в области устойчивого развития – неотъемлемая составляющая подготовки интегрированной отчетности»<sup>15</sup>.

Разработкой стандартов в области устойчивого развития также занимается Совет по международным стандартам устойчивого развития (ISSB), опубликовавший в июне 2023 года первые стандарты МСФО (IFRS) раскрытия информации в области устойчивого развития – МСФО S1 и S2.

Годовой отчет корпораций может дополняться информацией, формируемой на основе Методических рекомендаций по подготовке отчетности в области устойчивого развития<sup>16</sup> и которые предваряют подготовку и издание российского стандарта отчетности об устойчивом развитии.

### **Заключение**

Формирование информации, раскрывающей социальную ответственность корпорации, не предполагает внесения существенных изменений в организацию учета и отчетности. Возможность разработки первичных документов, регистров, форм управленческой отчетности позволяет систематизировать финансовую и нефинансовую информацию в зависимости от содержания элементов публичной отчетности и обеспечивать заинтересованным сторонам принятие обоснованных экономических решений.

### **Список источников**

1. Бикеева М.В. Социальная ответственность бизнеса. Поиск методов оценки // *Статистика и экономика*, 2020, т. 17, no. 4, с. 33-43.
2. Зверева Т.В. Социальная ответственность как способ гармонии интересов бизнеса и власти // *Экономические и гуманитарные исследования регионов*, 2011, no. 4, с. 86-93.
3. Канаева О.А. 60 лет дискуссии о корпоративной социальной ответственности // *OLKONOMOS. Journal of Social Market Economy*, 2015, no. 2 (3), с. 92-110.
4. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporative performance // *Academy of Management Review*, 1979, no. 4 (4), pp. 497-505.

<sup>15</sup> Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI G 4. Доступно: [www.globalreporting.org/resource/libraru/GRI-G4-Russian.pdf](http://www.globalreporting.org/resource/libraru/GRI-G4-Russian.pdf).

<sup>16</sup> Методические рекомендации по подготовке отчетности об устойчивом развитии / Приказ министерства экономического развития Российской Федерации от 1 ноября 2023 г., № 764.

5. Carroll A.B. The pyramid of corporate social responsibility toward the moral management of organizational stakeholders // *Business Horizons*, 1991, no. 34 (4), pp. 39-48.
6. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? // *California Management Review*, 1960, no. 2 (3), pp. 70-76.
7. Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities // *Academy of Management Journal*, 1973, no. 16 (2), pp. 312-322.
8. Davis K. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessmen owe to society // *Business Horizons*, 1967, no. 10 (4), pp. 45-50.
9. Frederick W.C. Toward CSR-3: why ethical analysis is indispensable and unavoidable in corporate affairs // *California Management Review*, 1986, no. 28 (2), pp. 126-141.
10. Friedman M. The social responsibility of Business is to Increase profits // *New Times Magazine*, 1970, pp. 32-33, p. 122, p. 126.
11. Levitt Th. The dangers of social responsibility // *Harvard Business Review*, 1958, no. 36 (5), pp. 41-50.
12. Preson L.E. Post J.E. Private management and public policy // *California Management Review*, 1981, no. 23 (3), pp. 56-62.
13. Votaw D. Genius becomes rare: a comment on the doctrine of social responsibility. Part II // *California Management Review*, 1973, no. 15 (3), pp. 5-19.

---

# RESPONSIBILITY AND PUBLIC NON-FINANCIAL REPORTING OF ORGANIZATIONS

---

**Kapustina Irina Aleksandrovna**, senior lecturer

Voronezh State University, Universitetskaya pl., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail: irinakapustina.7@mail.ru

*Importance:* corporate social responsibility has been an integral part of society for a long time. Information on social performance that reveals the corporation's contribution to the sustainable development of society provides competitive advantages and allows stakeholders to make informed economic decisions. *Purpose:* study of the theoretical foundations of the development of corporate social responsibility, disclosure of information in public non-financial reporting. *Research design:* one of the tasks defined by the Concept for the Development of Public Non-Financial Reporting is the creation of a framework for reporting on social responsibility issues. Requirements for public non-financial reporting involve disclosing the impact of social responsibility on the sustainable development of corporations through the use of various types of reporting: report on activities in the field of sustainable development, integrated, annual report, others. *Results:* directions for the development of social responsibility of corporations have been identified, the reliable information of which in public non-financial reporting ensures that stakeholders make informed economic decisions about the sustainability of the corporation, impacts on the environment and society.

**Keywords:** corporate social responsibility, public non-financial reporting, types of corporate reporting.

## References

1. Bikeeva M.V. Social'naja otvetstvennost' biznesa. Poisk metodov ocenki. *Statistika i jekonomika*, 2020, T. 17, no. 4, pp. 33-43. (In Russ.)
2. Zvereva T.V. Social'naja otvetstvennost' kak sposob garmonii interesov biznesa i vlasti. *Jekonomicheskie i gumanitarnye issledovanija regionov*, 2011, no. 4, pp. 86-93. (In Russ.)
3. Kanaeva O.A. 60 let diskussii o korporativnoj social'noj otvetstvennosti. *OLKONOMOS Journal of Social Market Economy*, 2015, no. 2 (3), pp. 92-110. (In Russ.)
4. Carroll A.B. A three-dimensional conceptual model of corporative performance. *Academy of Management Review*, 1979, no. 4 (4), pp. 497-505. (In Eng.)
5. Carroll A.B. The pyramid of corporate social responsibility toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 1991, no. 34 (4), pp. 39-48. (In Eng.)
6. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 1960, no. 2 (3), pp. 70-76. (In Eng.)
7. Davis K. The case for and against business assumption of social responsibilities. *Academy of Management Journal*,

1973, no. 16 (2), pp. 312-322. (In Eng.)

8. Davis K. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessmen owe to society. *Business Horizons*, 1967, no. 10 (4), pp. 45-50. (In Eng.)

9. Frederick W.C. Toward CSR-3: why ethical analysis is indispensable and unavoidable in corporate affairs. *California Management Review*, 1986, no. 28 (2), pp. 126-141. (In Eng.)

10. Friedman M. The social responsibility of Business is to Increase profits. *New Times Magazine*, 1970, pp. 32-33, p. 122, p. 126. (In Eng.)

11. Levitt Th. The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*, 1958, no. 36 (5), pp. 41-50. (In Eng.)

12. Preson L.E., Post J.E. Private management and public policy. *California Management Review*, 1981, no. 23 (3), pp. 56-62. (In Eng.)

13. Votaw D. Genius becomes rare: a comment on the doctrine of social responsibility. Part II. *California Management Review*, 1973, no. 15 (3), pp. 5-19. (In Eng.)