

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И РАЗВИТИЕ

Ярыш Анна Александровна,

заместитель главного бухгалтера АО «РОСЭКСПЕРТ-ПЕРСОНАЛ»,

Москва, Россия

yarysh2013@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена раскрытию информации о социальной ответственности и социальных обязательствах в отчетности компаний. В рамках статьи проанализированы тенденции распространения нефинансовой отчетности в области социальной ответственности, а также проблем ее применения в России. Выявлены ограничения и недостатки использования нефинансовой отчетности с точки зрения обеспечения полноценной информацией о социальной ответственности заинтересованных пользователей. Установлено, что финансовая отчетность компании обладает существенным потенциалом для раскрытия такой информации и может служить дополнением, а также альтернативой нефинансовой отчетности в данной области. Выявлены проблемы и предложены направления развития использования обоих видов отчетности с точки зрения представления достоверной и своевременной информации о социальной ответственности предприятия.

Ключевые слова: социальная ответственность; социальные обязательства; бухгалтерская (финансовая) отчетность; нефинансовая отчетность.

Для цитирования: Ярыш А.А. Информационное обеспечение в области социальной ответственности бизнеса: проблемы и развитие. Вестник Финансового университета. 2017. Т. 21. Вып. 3. С. 123–128.

УДК 369;336.2

JEL M14; M41

INFORMATION SUPPORT IN THE FIELD OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: PROBLEMS AND DEVELOPMENT

Anna A. Yarysh,

Deputy Chief Accountant of JSC "ROSEXP- PERSONAL"

Moscow, Russia

yarysh2013@yandex.ru

Abstract. The paper deals with the disclosure of information on social responsibility and social obligations in corporate reporting. The trends in the circulation of non-financial social responsibility reporting as well as the problems of its application in Russia are analyzed. The constraints and shortcomings of using non-financial reporting have been revealed in the context of providing concerned users with full information about the social responsibility. It is established that the financial statements of a company have a significant potential for disclosing such information and can serve as an addition as well as an alternative to the non-financial reporting in this area. The problems are identified and directions for the application of both types of reporting are proposed in terms of providing reliable and timely information about the social responsibility of an enterprise.

Keywords: social responsibility; social obligations; accounting (financial) statements; non-financial reporting.

Развитие и трансформация отношений между экономическими субъектами и социумом на основе фундаментальных принципов корпоративной социальной ответственности, взаимных обязательств порождает необходимость

расширения информации, представляемой посредством отчетности такого субъекта различным группам пользователей.

Актуальные тенденции повышения требований к раскрытию информации о влиянии бизнеса на

состояние общества и участия в социальном развитии выразились в создании и закреплении на различных уровнях регулирования разнообразных практик и подходов к формированию нефинансовой отчетности, отражающей аспекты реализации социальной ответственности бизнеса.

Результаты исследования трендов и перспектив развития международной практики учета и отчетности, предпринятые KPMG (январь 2017 г.), определяют в качестве приоритетного тренда увеличение интереса со стороны общественности, правительств и других институциональных структур общества к социальной ценности инвестиций и деятельности бизнеса, уровню интеграции экономических субъектов в систему интересов и потребностей общества в целом [1]. Однако речь не идет о замещении приоритетов финансовой выгоды социальной при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности, но о расширении понимания полезного эффекта, измерении и оценке более широкого спектра выгод и преимуществ, которые социально ответственная деятельность обеспечивает обществу и самому экономическому субъекту за пределами традиционных экономических выгод [1].

Одной из ключевых проблем в рамках данного тренда исследователи KPMG отмечают для инвесторов и правительств разработку последовательного подхода к измерению социальных и экологических последствий деятельности бизнеса и представлению данных в отчетности. Отмечается, что дисциплина и регламентация по данному направлению в настоящее время находится на относительно ранней стадии развития [1]. Примечательно, что интерес к информации по социальной ответственности и участию в развитии общества повышается со стороны не только государственных инвесторов, но и частных. Это свидетельствует о практической смене парадигмы восприятия экономического субъекта только как источника коммерческой прибыли. Данная тенденция находит отражение и в ряде международных и российских научных исследований, в которых последовательно аргументируется необходимость расширения традиционных границ отчетности и включения информации социального характера [2–5]. Так, отмечается, что стратегия поведения экономических субъектов должна базироваться на интеграции социальных и экономических мотивов их поведения [6, с. 84]. В отдельных зарубежных исследованиях доказывается влияние социально ориентированных практик ведения бизнеса и социального инвестирования на устойчивость развития и экономическую эффективность деятельности субъекта бизнеса [7–9]. Так, по данным исследований,

проведенных в Гарварде, установлена несомненная связь между уровнем инвестиций социального характера и участием в социальных программах и уровнем показателя эффективности (ROE), особенно выраженная в долгосрочном периоде [8]. Особого внимания заслуживают также исследования, посвященные связям, выявленным в рамках корреляционно-регрессионного анализа между тенденциями по расширению информации о социальной ответственности, представлением ее в различных форматах нефинансовой отчетности и активностью со стороны инвесторов и других стейкхолдеров, что имеет косвенный устойчивый результат повышения эффективности предприятия [9].

Таким образом, деятельность современного бизнеса встроена в социально-экономическую модель общества и предполагает активное участие в его развитии на основе паритета интересов. Особую роль в этом играет представление о социальной ответственности и формах ее реализации в рамках отчетности предприятий и корпораций как основного коммуникативного источника, обеспечивающего реальную связь и понимание между бизнесом, обществом, инвесторами и другими участниками социально-экономических отношений.

В качестве активно развивающегося направления решения проблем информационной обеспеченности заинтересованных сторон в области социальной ответственности является нефинансовая отчетность на основе подходов и стандартов преимущественного международного уровня (GRI, IIR, серия стандартов AA1000), применяемая в различных странах, в том числе и в Российской Федерации. По данным обзоров аудиторской компании KPMG (4500 компаний из 45 стран) можно отметить тенденцию активного роста компаний, отчитывающихся по корпоративной, в том числе социальной, ответственности (71% с 2013 по 2015 г. составляет прирост компаний, отчитывающихся в формате нефинансовой отчетности по социальной ответственности) [4]. Однако тенденция применения нефинансовой отчетности характерна преимущественно для крупных корпораций. Полагаю, что распространение практики раскрытия информации о социальной ответственности и порождаемым в рамках этой ответственности социальными обязательствами и инициативами среди крупных компаний обусловлено, с одной стороны, объективной потребностью в информации о них как особо значимых и влиятельных для общества субъектах. С другой стороны, это связано с развитием учетных инструментов таких предприятий и наличием ресурсов, необходимых для представления дополнительной нефинансовой отчетности.

В Российской Федерации практика представления детализированной информации в рамках отчетности, составленной на базе серии стандартов AA1000, GRI, также получила развитие. Уникальность российского опыта подготовки и представления информации социального назначения заключается в том, что накопленный масштабный опыт СССР в данной области практически утерян в период рыночных преобразований, а также мало исследован современными авторами, сосредоточившими свое внимание в основном на международных принципах и стандартах регулирования. Одновременно для бизнеса, деятельность которого приходится на современный период, характерно отставание от международных тенденций по развитию информационной обеспеченности общества и других пользователей в части социальных обязательств компании. Однако такая избранность и узкий сегмент отчитывающихся компаний не отвечает принципу прозрачности информации о социальной ответственности и влиянии деятельности компании на общество. Социальная ответственность бизнеса является интенцией любой компании. Социальные проекты и обязательства могут отличаться по своему масштабу, однако присущи всем без исключения экономическим субъектам. В Национальный Регистр нефинансовых отчетов внесены 164 компании, зарегистрировано отчетов — 752, которые выпущены в период начиная с 2000 г. В их числе: экологические отчеты (ЭО) — 68, социальные отчеты (СО) — 315, отчеты в области устойчивого развития (ОУР) — 249, интегрированные отчеты (ИО) — 120 (см. таблицу).

Полагаю, что можно с уверенностью экстраполировать тенденции в международной практике представления нефинансовой (социальной) отчетности крупными компаниями, согласно которым активный рост применения нефинансовой отчетности замедляется при достижении определенного уровня распространенности среди крупнейших компаний страны. Препятствиями для распространения лучших практик представления социальной отчетности в РФ являются:

- низкий уровень социальной ответственности бизнеса среднего и малого сегмента;
- традиционно низкий уровень значимости информации о социальной деятельности как с точки зрения собственников и менеджмента, так и со стороны внешних пользователей;
- слабая развитость учетных инструментов и культуры представления информации о деятельности компании, отсутствие компетенций работников бухгалтерских служб и менеджмента в данной сфере;

- относительно высокая стоимость разработки и внедрения практики дополнительной отчетности на предприятии.

Однако это не снимает вопросов и необходимости развития информационного обеспечения в сфере социальной ответственности бизнеса. Российские предприятия оказываются сегодня в ситуации, при которой инструменты и подходы финансовой отчетности недостаточны для раскрытия такой информации, а порой просто отсутствуют. Внедрение практик нефинансовой отчетности существенно осложнено с точки зрения, например, малого бизнеса или бизнеса, у которого объем социальной деятельности и обязательств не столь существенны. Проблема обязательности применения стандартов нефинансовой отчетности также носит дискуссионный характер. Так, к примеру, опыт Франции по внедрению практики обязательного составления социальной отчетности для компаний свыше 500 человек [5, 10] показывает положительные результаты, однако для российских компаний это может стать избыточным требованием на данном этапе развития экономики. Кроме того, социальная отчетность обладает рядом недостатков, таких как бессистемность информации, недостаточность финансовых оценок, несопоставимость и слабая верифицируемость представляемой информации.

Полагаю, что актуальным направлением развития информационного обеспечения социальной ответственности и социальных обязательств бизнеса является развитие форм и способов представления такой информации в рамках финансовой отчетности. Следует отметить, что как в международных стандартах отчетности (IFRS), так и в российских потенциал для создания такой информации используется не полностью. Так, в МСФО стандарты в области вознаграждений работников и пенсионных планов регулируют преимущественно учет социальных обязательств перед работниками компании, однако всего многообразия возникающих категорий обязательств, расходов, инвестиций, связанных с реализацией социальной ответственности, не охватывают. Национальные стандарты бухгалтерского учета и отчетности практически не рассматривают специализированно социальные обязательства и связанные с ними экономические категории. Так, в российской практике отсутствуют альтернативные подходы к оценке, требования к раскрытию социальных обязательств в примечаниях к отчетности и основных отчетах (бухгалтерском балансе, отчете о финансовых результатах). Развитие учетного инструментария и порядка представления в финансовой отчетности информации как сугубо

Таблица

Показатели количества отчетов нефинансовой отчетности, опубликованных в базе данных РСПП начиная с 2000 по 20.03.2017 г.*

Отраслевая принадлежность компании	Число компаний	Количество отчетов				
		ИО	ОУР	СО	ЭО	Итого
Нефтегазовая	19	2	92	9	36	139
Энергетика	41	66	48	43	5	162
Металлургическая и горнодобывающая	18	7	32	50	2	91
Производство машин и оборудования	2	8	0	0	0	8
Химическая, нефтехимическая, парфюмерная	12	29	14	20	1	64
Деревообрабатывающая, целлюлозно-бумажная	4	0	0	4	18	22
Производство пищевых продуктов	9	0	20	22	0	42
Телекоммуникационная	10	4	6	20	0	30
Финансы и страхование	18	3	17	62	0	82
Жилищно-коммунальное хозяйство	5	1	0	13	1	15
Цементное производство и строительство	2	0	1	0	1	2
Образование, здравоохранение	5	0	0	12	0	12
Транспорт	5	0	5	10	4	19
Прочие виды услуг	5	0	8	5	0	13
Некоммерческие организации	5	0	5	21	0	26
ИТОГО	160	120	248	291	68	727
Отраслевые отчеты	4	0	1	24	0	25
ВСЕГО	164	120	249	315	68	752

* По данным Российского Союза предпринимателей и промышленников по состоянию на 20.03.2017. URL: <http://pcpp.pf>.

финансового характера, так и дополнений в формате примечаний и разъяснений к отчетам может рассматриваться как актуальное направление исследований, в частности, для российских компаний. Ряд российских авторов [2, 3, 11, 12] рассматривает проблемы отражения в финансовой отчетности социальных обязательств, социальных инвестиций, результатов социальной активности и других аспектов социально-ответственного поведения компании. Существуют предложения по представлению социальных активов, затрат, обязательств, социального капитала. Однако единого подхода к представлению в отчетности такой информации, а также решения проблем координации и связей между финансовой и нефинансовой отчетностью в части социальной ответственности в настоящее время не выработано.

Отсутствуют также и регулятивные инициативы со стороны Министерства финансов в форме возможных методических рекомендаций, пока еще не внедрены аналоги стандартов МСФО в области учета социальных обязательств.

ВЫВОДЫ

На основании вышеизложенного можно выделить ряд актуальных проблем, связанных с формированием и представлением информации о социальной ответственности в отчетности компании:

- неразвитость информационного обеспечения в области социальной ответственности бизнеса, в том числе информации по социальным обязательствам компании (вмененным и инициативным) в отчетности российских компаний,

связанной со слабой распространенностью нефинансовой отчетности и практически полным отсутствием рекомендаций и инструментов представления такой информации в бухгалтерской (финансовой) отчетности;

- существенные недостатки в информационном обеспечении в рамках нефинансовой отчетности, такие как абстрактность, бессистемность, невозможность сопоставления данных как в течение нескольких отчетных периодов одной компании, так и с другими компаниями;

- отсутствие информационных и методических связей между нефинансовой и финансовой отчетностью, которые позволили бы структурировать и систематизировать информацию в рамках обоих видов отчетности, обеспечить взаимодополняемость и взаимное обогащение информацией;

- практическое отсутствие реальных стоимостных (финансовых) оценок социальных обязательств и сопряженных с ними экономических категорий, справедливой и достоверной оценки участия компании в социальном развитии, характера, принципов и объемов распределения создаваемой экономическим субъектом добавленной стоимости между интересами и потребностями собственников, персонала и общества как в рамках финансовой, так и в нефинансовой отчетности. Без чего вся информация, представляемая даже в подробном формате на основе стандартов, носит неполноценный характер внесистемного изложения отдельных фактов деятельности предприятия.

В качестве направлений и рекомендаций по решению данных проблем целесообразно выделить:

- активное продвижение инструмента нефинансовой отчетности среди крупного и среднего бизнеса, в том числе использование по аналогии

с отдельным опытом развитых и развивающихся стран дифференцированного подхода к обязательному применению стандартов нефинансовой отчетности (например, серии стандартов AA1000) отдельными категориями компаний, способными оказать особое и существенное влияние на социальные последствия для общества;

- развитие учетно-методического инструментария представления информации в области социальной ответственности и социальных обязательств компании в рамках бухгалтерской (финансовой) отчетности. В том числе это может быть реализовано как в форме внедрения новых ПБУ на основе международных стандартов, связанных с учетом вознаграждений и социальной ответственности перед работниками, так и разработки дополнительных рекомендаций и расширения информационного содержания форм бухгалтерской (финансовой) отчетности (примечаний к отчетности) на уровне органов регулирования бухгалтерского учета в РФ. Это позволит компаниям систематизировать и расширить собственные представления о социальной ответственности, расширить информационный потенциал представляемой отчетности с точки зрения разнообразных групп пользователей;

- выделение социальных обязательств компании в самостоятельную учетную категорию, которая может трактоваться как экономическое (финансовое) выражение социальной ответственности бизнеса и характеризовать ее вклад в устойчивое развитие как общества, так и свое собственное; активное развитие способов оценки и представления указанной категории в рамках финансовой и нефинансовой отчетности с различных позиций в зависимости от поставленных целей и потребностей пользователей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. KPMG (2017) Trend 4, Trend 4: Investors are starting to care about social and environmental impacts ... not just financial returns. URL: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2017/01/trend-4-prioritizing-social-and-environmental-value.html>.
2. Краснова М.В. Бухгалтерское обеспечение подготовки социальной отчетности // Международный бухгалтерский учет. 2012. № 9. С. 39–44.
3. Пашигорева Г.И., Косоногова Е.С. Отчетность об устойчивом развитии (GRI): концепция развития / Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке научная сессия профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов по итогам НИР за 2015 год: сборник лучших докладов. 2016. С. 51–53.
4. KPMG (2015). Currents of Change the KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2015. URL: www.kpmg.com/crreporting.
5. Crawford E.P., Williams C.C. Should corporate social reporting be voluntary or mandatory? Evidence from the banking sector in France and the United States, Corporate Governance: The International Journal of Business in Society, 2010, 10 (4), pp. 512–526.

6. Мурай В.Ю. Симбиоз двух направлений: социального и экономического // Вестник финансового университета. 2016. № 2 (92). С. 81–84.
7. Ауперле К., Кэррол А., Хатфилд Д. Эмпирическое исследование взаимосвязи между корпоративной социальной ответственностью и рентабельностью // Академия управления. 1985. № 28.
8. Портер М., Крамер М. Конкурентные преимущества корпоративной филантропии // Обзор Бизнес Гарвард. 2002. № 11.
9. Уатрик С. Эволюция модели корпоративной социальной эффективности // Академия управления. 2004. № 10.
10. Delbard O. CSR legislation in France and the European regulatory paradox: an analysis of EU CSR policy and sustainability reporting practice *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 2008, 8 (4), pp. 397–405.
11. Соловей Т.Н. Отражение социальной активности сельскохозяйственного предприятия в финансовой отчетности // Бухучет в сельском хозяйстве. 2014. № 1. С. 76–83.
12. Харитонов Е.Н. Показатели социально ответственной деятельности промышленных предприятий // Управленческие науки. 2012. № 2. С. 48–55.

REFERENCES

1. KPMG (2017) Trend 4: Investors are starting to care about social and environmental impacts ... not just financial returns, Available at: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2017/01/trend-4-prioritizing-social-and-environmental-value.html>.
2. Krasnova M.V. Bukhgalterskoye obespecheniye podgotovki sotsial'noy otchetnosti [Accounting support of the social reporting preparation]. *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchët — International Accounting*, 2012, no. 9, pp. 39–44 (in Russian).
3. Pashigoreva G.I., Kosonogova E.S. Otchetnost' ob ustoychivom razvitiy (GRI): kontseptsiya razvitiya / Rossiya i Sankt-Peterburg: ekonomika i obrazovaniye v XXI veke; nauchnaya sessiya professorsko-prepodavatel'skogo sostava, nauchnykh sotrudnikov i aspirantov po itogam NIR za 2015 god: sbornik luchshikh dokladov [Sustainability Reporting (GRI): the concept of development / Russia and St. Petersburg: Economics and Education in the 21st Century. Scientific session of academic teaching staff, researchers and PhD students summarizing the R&D results for 2015: a collection of the best reports]. 2016, pp. 51–53 (in Russian).
4. KPMG (2015). Currents of Change the KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2015. Available at: www.kpmg.com/crreporting.
5. E.P. Crawford, C.C. Williams Should corporate social reporting be voluntary or mandatory? Evidence from the banking sector in France and the United States, *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 2010, no. 10 (4), pp. 512–526.
6. Muray V. Yu. Simbioz dvukh napravleniy: sotsial'nogo i ekonomicheskogo [A symbiosis of social and economic directions]. *Vestnik finansovogo universiteta — Bulletin of Financial University*, 2016, no. 2 (92), pp. 81–84 (in Russian).
7. Aupperle K., Carroll A., Hatfield D. Empiricheskoye issledovaniye vzaimosvyazi mezhdu korporativnoy sotsial'noy otvetstvennost'yu i rentabel'nost'yu [Empirical study of the relationship between corporate social responsibility and profitability]. *Akademiya upravleniya — Academy of Management Journal*, 1985, no. 28.
8. Porter M., Kramer M. The Competitive advantages of corporate kphilanthropy, *Harvard Business Review*, 2002, no. 11.
9. Wattrick S. Evolyutsiya modeli korporativnoy sotsial'noy effektivnosti [Evolution of the corporate social efficiency model]. *Akademiya upravleniya — Academy of Management*, 2004, no. 10.
10. Delbard O. CSR legislation in France and the European regulatory paradox: an analysis of EU CSR policy and sustainability reporting practice *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 2008, 8 (4), pp. 397–405.
11. Solovey T.N. Otrazheniye sotsial'noy aktivnosti sel'skokhozyaystvennogo predpriyatiya v finansovoy otchetnosti [Reflection of social activity of an agricultural enterprise in financial reporting]. *Bukhuchet v sel'skom khozyaystve — Accounting in Agriculture*, 2014, no. 1, pp. 76–83 (in Russian).
12. Kharitonova E.N. Pokazateli sotsial'no otvetstvennoy deyatel'nosti promyshlennykh predpriyatiy [Socially responsible activity indices of industrial enterprises]. *Upravlencheskiye nauki — Management Sciences*, 2012, no. 2, pp. 48–55 (in Russian).