

Юлия Алексеевна Радцева

(кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, аудита и анализа Алтайского государственного университета, г. Барнаул)

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ О НЕФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: заинтересованные пользователи, социальная ответственность бизнеса, корпоративная отчетность компании, оценка, социальная результативность бизнеса, социальный учет.

В настоящее время большое внимание уделяется вопросам социальной ответственности бизнеса. Проблемы представления социальных показателей в интегрированной отчетности компании, а также выбора методов оценки социальной результативности бизнеса становятся все более актуальными.

В статье определяется круг проблем, связанных с информационным обеспечением формирования показателей интегрированной отчетности, и рассматривается возможность выделения учета нефинансовых показателей, необходимых для составления социальной отчетности, в самостоятельное научно-практическое направление – социальный бухгалтерский учет (социальный учет).

В среде научного сообщества имеются различные мнения о целях бизнес-структур, зачастую противоположные по своему характеру выводы делаются из того, что следует понимать под концепцией социальной ответственности.

С одной стороны, организация рассматривается как экономическая целостность, которая обязана заботиться только об эффективности использования своих ресурсов. Поступая таким образом, она выполняет экономическую функцию производства продукции и услуг, необходимых для общества со свободной рыночной экономикой, обеспечивая одновременно работу для граждан и максимальные прибыли и вознаграждения для акционеров.

С другой стороны, существует мнение, согласно которому организация – это нечто большее, чем просто экономическая целостность. В соответствии с этой точкой зрения, современная организация является сложной частью окружения, включающего множество составляющих, от которых зависит само ее

существование. К таким составляющим, иногда называемым «посредниками» (между организацией и обществом в целом), относятся местные общины, потребители, поставщики, средства информации, группы общественного давления, союзы или объединения, а также работники и держатели акций. Эта многослойная общественная сила может в значительной степени влиять на достижение организацией ее целей, поэтому последней приходится уравнивать чисто экономические цели с экономическими и социальными интересами этих составляющих. Формирующаяся на этой основе точка зрения, в значительной мере определяемая общественными ожиданиями, сводится к тому, что организации должны ответственно действовать в таких многочисленных сферах, как защита среды обитания, здравоохранение и безопасность, гражданские права, защита интересов потребителя и т.п.

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО) в обиход мирового бизнес-сообщества вошло в 50-х – 60-х гг. прошлого столетия, когда данная концепция стала внедряться на предприятиях США и Канады. На тот момент оно воспринималось исключительно как забота о персонале собственной компании и оказание помощи местным органам власти. В 1970-е гг. в связи с ростом беспокойства о состоянии окружающей среды понятие корпоративной социальной ответственности стало включать в себя и заботу об экологической ситуации в своей стране.

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер:

1. Базовый уровень социальной ответственности бизнеса предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная

уплата налогов, выплата заработной платы, по возможности – предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

2. Второй уровень социальной ответственности бизнеса предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип социальной ответственности бизнеса был условно назван корпоративной ответственностью.

3. Третий – высший – уровень социальной ответственности бизнеса предполагает благотворительную деятельность [1].

Причины, побуждающие бизнес-сообщество включиться в процесс оценки нефинансовой отчетности, могут быть разными. При этом необходимо отметить, что бизнес постепенно приходит к пониманию того, что социальный отчет является важным элементом корпоративной системы управления нефинансовыми рисками, а также повышения эффективности и укрепления конкурентоспособности.

Методы оценки социальной ответственности бизнеса дают возможность информировать представителей заинтересованных сторон (стейкхолдеров) о социальном развитии компании, ее вкладе в развитие общества и экологическом влиянии на среду.

В целом социальная вовлеченность бизнеса может быть оценена посредством социальных отчетов, социальных рейтингов и различных социальных индексов, как правило основывающихся на учете влияния компании на социо-эколого-экономическую ситуацию. Социальная отчетность включает в себя не только информацию о социальной деятельности компании, но и ее оценку.

Общемировой тенденцией последних десятилетий является смена ключевого пользователя отчетности. На место собственников с их ориентацией прежде всего на финансовые показатели приходит более широкий круг заинтересованных пользователей (стейкхолдеров), внимание которых привлекают сведения о социальной направленности бизнеса и вкладе в сохранение окружающей среды как факторах обеспечения роста экономики [2].

Отчетность компании отражает культуру ведения бизнеса. Значение совершенствования

отчетности обусловлено тем, что она привносит изменения и в практику управления компанией, т.е. между ней и управлением бизнесом имеется взаимосвязь: с одной стороны, чем качественнее отчетность, тем эффективнее управление; с другой – чем эффективнее бизнес, тем качественнее отчетность. Наличие интегрированной отчетности обеспечит более устойчивое финансово-экономическое состояние не только отдельных компаний, но и экономики страны в целом.

Именно поэтому в настоящее время становятся актуальными проблемы совершенствования корпоративной отчетности, формирования интегрированной отчетности, анализа обновленной отчетности.

В условиях, когда целью компании являлось получение краткосрочной прибыли, традиционной финансовой отчетности было достаточно, поскольку она отражала способность организации генерировать прибыль в отчетном периоде. Однако в современной экономике основная цель бизнеса – создание стоимости в интересах всех стейкхолдеров, поэтому финансовой отчетности недостаточно; появляется необходимость в более обширной информации, позволяющей понять финансовые и нефинансовые факторы создания стоимости, оценить влияние компании на окружающую экономическую, природную и социальную среду [3].

Все большее число российских компаний начинают менять свое отношение к подготовке корпоративных отчетов. Уже не вызывает сомнения тот факт, что для построения информационного диалога со всеми заинтересованными сторонами раскрытия данных бухгалтерской финансовой отчетности явно недостаточно. Существенная доля значимой для анализа компании информации приходится на так называемые нефинансовые показатели [4].

В связи с этим наибольшую актуальность сегодня представляет вопрос о связи социальной отчетности с бухгалтерским (финансовым) и управленческим видами учета и МСФО. Авторы существующих исследований единодушны в том, что социальная отчетность неотделима от перечисленных видов учета, однако различными оказываются мнения о характере этой взаимосвязи [5].

Несомненно, что часть показателей, раскрываемых в социальных отчетах, формирует-

ся на основании данных бухгалтерского учета, а именно:

- сведения о фактически свершившихся действиях организации в области ведения социально ответственного бизнеса, например выданные гарантии обязательств организации, связанных с планом пенсионного обеспечения;

- диапазон соотношений заработной платы начального уровня и установленной минимальной заработной платы в существенных регионах деятельности организации.

Эти и другие факты свидетельствуют о влиянии бухгалтерского учета на процесс подготовки социальной отчетности.

Однако, по мнению Ю.И. Бахтуриной, «в течение последних тридцати лет более явным становится тот факт, что бухгалтерский учет не обеспечивает в полной мере заинтересованных лиц информацией» [6].

В ближайшей перспективе должен быть осуществлен процесс не только изменения, реформирования отдельных составляющих отчетности, но и внедрения качественно нового подхода к ее формированию, который характеризуется новыми принципами, составом, структурой, объемом предоставляемой информации. Он потребует также расширения теоретических, методологических, практических и образовательных проблем социального учета и отчетности. С этой точки зрения корпоративная социальная отчетность может стать одним из направлений совершенствования концептуальных основ бухгалтерского учета хозяйствующих субъектов.

В случае отсутствия данных в бухгалтерском учете для отражения их в социальной отчетности, организации могут раскрыть информацию, опираясь на данные управленческого учета. Примером может служить информация об исполнении бюджета предприятия за отчетный период.

По мнению профессора М.А. Вахрушиной, «... именно управленческий учет способен генерировать информацию о нефинансовых показателях деятельности компании, необходимую для составления корпоративной социальной отчетности. Одним из таких показателей является показатель удовлетворенности клиентов (покупателей), являющийся важнейшим нефинансовым оценочным критерием системы управленческого учета. Кроме того, определенная роль в процессе подготовки корпоративной

социальной отчетности может принадлежать информации, подготовленной в системе сбалансированных показателей, являющейся инструментарием стратегического управленческого учета» [7].

В связи с вышеизложенным можно предположить, что социальная отчетность оказывает влияние на способы и методы ведения бухгалтерского и управленческого видов учета, а также МСФО, и существует объективная необходимость модернизации системы перечисленных видов учета как минимум в части расширения перечня отражаемых фактов хозяйственной деятельности.

Социальная отчетность в определенной мере предопределяет парадигму бухгалтерского (финансового) и управленческого видов учета, а также МСФО.

Это связано с необходимостью раскрытия большого количества информации, не подлежащей в настоящее время отражению в бухгалтерском и управленческом учете, что может через некоторое время привести к революционным преобразованиям в перечисленных видах учета.

С одной стороны, без ведения бухгалтерского учета невозможна подготовка социальных отчетов: на основе бухгалтерской информации формируется ряд показателей социальной отчетности. С другой стороны, потребности составителей социальной отчетности в определенной мере предопределяют парадигму ведения учета: на текущий момент для ее подготовки данных бухгалтерского учета явно недостаточно. Он уже не может претендовать на роль наиболее исключительного поставщика информации, необходимой для составления социальных отчетов. Однако при раскрытии информации по ряду показателей, например об экологической безопасности или об участии организации в местных, региональных и федеральных социальных программах, патриотическом воспитании молодежи, недостаточно и данных управленческого учета, и МСФО. В связи с этим существует объективная необходимость в рассмотрении перечня объектов бухгалтерского (финансового) и управленческого видов учета и МСФО.

Некоторые специалисты в области финансовой и корпоративной отчетности высказывают мнение о необходимости выделения особого вида бухгалтерского учета (социального

учета) для сбора информации о нефинансовых показателях деятельности коммерческой организации. По нашему мнению, сначала нужно определить состав показателей, которые следует включать в интегрированную корпоративную отчетность, с учетом специфических особенностей российской экономики и запросов стейкхолдеров [8].

Можно отметить, что основное направление совершенствования отчетности заключается в том, чтобы превратить ее в объективный и полезный инструмент для принятия управленческих решений всеми стейкхолдерами в целях увеличения всех видов капитала.

В этой связи большой интерес представляет количественное измерение социального вклада компании, что включает:

- оценку воздействия бизнеса на социальную среду посредством составления «социального отчета» в балансовой форме, позволяю-

щей учитывать социальные выгоды и издержки деятельности компании;

- использование «социальных индикаторов» (оценка условий труда, состояния здравоохранения, окружающей среды, транспорта и др.);

- ранжирование компаний в соответствии с их социальной деятельностью по таким критериям, как «законопослушность», «влияние на экологическую обстановку», «наличие социальных программ» и т.п.;

- методы управления социальными программами, позволяющие оценить соответствующие расходы, их эффективность, «социальный доход» на капиталовложения [9].

Многие авторы, занимающиеся проблемой количественной и качественной оценки социальной ответственности бизнеса, предлагают свои методики. В таблице представлена классификация различных методов оценки [10].

Классификация методов оценки социальной ответственности бизнеса

Методы	Показатели	Особенности
Стандарт SA 8000	Социальные аспекты системы управления компании	Отсутствует учет экономических, экологических результатов деятельности и внешней социальной активности компании
Социальный индекс (Social Index – SI)	Внутренние и внешние социальные программы	Отсутствует учет экономических и экологических результатов деятельности бизнеса, а также особенностей взаимодействия с органами власти
Индекс корпоративной благотворительности (Corporate Philanthropy Index)	Благотворительность, взаимоотношения с основными партнерами	Отсутствует учет экономических и экологических результатов деятельности компании, а также взаимоотношений с государством
Индекс Domini Social Investment (DSI 400)	Социальные и экологические показатели крупнейших по капитализации компаний	Не берутся в расчет характер взаимодействия и формы взаимодействия бизнеса со всеми партнерами, невозможно оценить все бизнес-сообщество
Индекс FTSE4Good	Финансовые, социальные, экологические показатели бизнеса	Отсутствует учет характера взаимодействия и форм взаимодействия компании со всеми партнерами, невозможно оценить все бизнес-сообщество
Европейская модель качества (European Foundation for Quality Management Model for Business Excellence)	Качество продукции, ответственность перед потребителями	Не учитываются финансовые и социальные результаты деятельности компании, взаимоотношения с государством и местным сообществом
Индекс устойчивости Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	Экономическая основа для развития компании, социальная активность, экологическая деятельность	Не берутся в расчет характер взаимодействия и формы взаимодействия компании со всеми партнерами, невозможно оценить все компании
Метод тройного итога (Triple Bottom Line)	Экономические, экологические, социальные результаты деятельности	Не учитывает взаимоотношения, формы и эффективность взаимодействия бизнеса со всеми партнерами

Так, например, методику оценки корпоративной социальной ответственности (КСО), которая позволяет сравнивать друг с другом различные компании, организации и учреждения вне зависимости от их типа, вида деятельности, организационно-правовой формы и ведомственной принадлежности, предложил в 2005 г. Г.Л. Тульчинский. В основе методики лежат те показатели деятельности, которые характерны для любого бизнеса. При этом сравнение деятельности в сфере КСО ведется поэтапно. На первом этапе выделяются основные направления («номинации») КСО. В рассматриваемой методике с учетом международных стандартов по социальной отчетности выделено шесть основных «номинаций» оценки КСО:

- 1) ответственность перед потребителями;
- 2) развитие HR, вложения в человеческий капитал;
- 3) добросовестная деловая практика;
- 4) корпоративное гражданство;
- 5) экология и безопасность;
- 6) участие в развитии гражданского общества.

На следующем этапе определяются показатели по каждой из «номинаций» КСО. Они формируются в три группы: объема (количества), качества и эффективности КСО. На третьем этапе каждой из этих групп показателей присваивается базовая сумма баллов. Авторы методики предлагают 50 баллов. Данная сумма баллов распределяется внутри каждой конкретной группы по отдельным показателям: каждому показателю присваивается определенное количество базовых баллов. Процедура является не чем иным, как распределением весов базовых баллов. Конкретный вес показателя (количество базовых баллов) определяется в зависимости от важности данного показателя. Главное, чтобы по всем номинациям направлений КСО сохранялась сумма базовых баллов по основным трем группам показателей (у авторов – 50 баллов). На четвертом этапе

устанавливается динамика показателей КСО за определенный период, например за год. Универсальной характеристикой такой динамики может быть процент изменения (увеличение или снижение). На пятом этапе определяется количество фактически набранных баллов по каждому показателю, пропорционально выявленной динамике: процентом от базовых баллов по каждому показателю. Сумма набранных баллов будет характеризовать КСО конкретной компании – как по отдельным номинациям, так и в целом. Данная методика, на наш взгляд, дает основу определения универсального индекса КСО, установления и ведения соответствующих рейтингов. Несомненным ее достоинством является решение проблемы сравнимости разнопрофильного бизнеса по КСО, возможность определения индекса и ведения рейтингов как по отдельным направлениям КСО, так и в «многоборье» [11].

Ключевой принцип интегрированной отчетности – стратегический фокус и ориентация на будущее, при этом в результате реализации этого принципа отчетность должна в полной мере выполнять две функции: во-первых, предоставлять внешним и внутренним пользователям полную информацию не только о финансовом состоянии компании, но и о ее воздействии на окружающую экономическую, природную и социальную среду; во-вторых, помогать руководству компании в выполнении его функций.

Таким образом, на наш взгляд, важнейшим направлением реформирования финансового и управленческого учета, а также МСФО должно стать расширение ряда учитываемых фактов хозяйственной деятельности, представляющих результаты социально ответственного ведения бизнеса, и, как следствие, выделение нового научно-практического направления «социальный бухгалтерский учет» с целью формирования данных для подготовки социальной отчетности.

Библиографический список

1. Прокопов, Ф. Базовые индикаторы результативности. Рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности / Ф. Прокопов, Е. Феоктистова и др. ; под общ. ред. А. Шохина. – М. : РСПП, 2008.
2. Генералова, Н.В. Современные тенденции в представлении финансовой отчетности российскими компаниями / Н.В. Генералова, Н.А. Соколова // Международный экономический симпозиум – 2015 : материалы III Международной научной конференции – Соколовские чтения «Бухгалтерский

учет: взгляд из прошлого в будущее», 22–25 апреля 2015 г. / ред. колл.: О.Л. Маргания, С.А. Белозерова [и др.]. – СПб. : Изд-во Скифия-принт, 2015. – 634 с.

3. Когденко, В.Г. Интегрированная отчетность: вопросы формирования и анализа / В.Г. Когденко, М.В. Мельник // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – №10.

4. Ефимова, О.В. Интегрированная отчетность как новая форма отчетности для заинтересованных сторон и бизнеса / О.В. Ефимова // Международный экономический симпозиум – 2015 : материалы III Международной научной конференции – Соколовские чтения «Бухгалтерский учет: взгляд из прошлого в будущее», 22–25 апреля 2015 г. / ред. колл.: О.Л. Маргания, С.А. Белозерова [и др.]. – СПб. : Изд-во Скифия-принт, 2015. – 634 с.

5. Краснова, М.В. Бухгалтерское обеспечение подготовки социальной отчетности / М.В. Краснова // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – №9.

6. Бахтурина, Ю.И. Социальная отчетность корпораций: актуальные проблемы / Ю.И. Бахтурина // Современная экономика: проблемы и решения. – 2010. – №6.

7. Вахрушина, М.А. Концепция социальной отчетности компаний: цели составления, источники формирования / М.А. Вахрушина // Актуальные проблемы теории и практики бухгалтерского учета и экономического анализа в условиях перехода России на инновационный путь развития : материалы научно-практической конференции кафедры бухгалтерского учета и анализа хозяйственной деятельности ВЗФЭИ (27 января 2009 г.) / под ред. М.А. Вахрушиной, М.И. Сидоровой. – М. : Компания Спутник+, 2009.

8. Левичева, С.В. Роль стейкхолдер-менеджмента в формировании показателей корпоративной социальной отчетности компаний / С.В. Левичева, Н.В. Пислгина // Экономика и общество: проблемы и перспективы модернизации России : монография / под общ. ред. В.В. Бондаренко. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2013. – 652 с.

9. Большаков, С. Социальная ответственность бизнеса: методы оценки / С. Большаков, Ю. Большакова // Человек и труд. – 2012. – №8.

10. Дворцов Ю.В. Методические подходы к формированию культуры предпринимательства : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Ю.В. Дворцов. – Владивосток, 2012.

11. Тимофеева, С.А. Оценка основных результатов формирования социальной отчетности в России / С.А. Тимофеева // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – №12.

References

1. Prokopov, F. Bazovyye indikatoryi rezultativnosti. Rekomendatsii po ispolzovaniyu v praktike upravleniya i korporativnoy nefinansovoy otchetnosti / F. Prokopov, E. Feoktistova i dr. ; pod obsch. red. A. Shohina. – M. : RSPP, 2008.

2. Generalova, N.V. Sovremennyye tendentsii v predstavlenii finansovoy otchetnosti rossiyskimi kompaniyami / N.V. Generalova, N.A. Sokolova // Mejdunarodnyiy ekonomicheskij simpozium – 2015 : materialy III Mejdunarodnoy nauchnoy konferentsii – Sokolovskie chteniya «Buhgalterskiy uchët: vzglyad iz proshlogo v budushee», 22–25 aprelya 2015 g. / red. koll.: O.L. Marganiya, S.A. Belozerova [i dr.]. – SPb. : Izd-vo Skifiya-print, 2015. – 634 s.

3. Kogdenko, V.G. Integrirovannaya otchetnost: voprosy formirovaniya i analiza / V.G. Kogdenko, M.V. Melnik // Mejdunarodnyiy buhgalterskiy uchët. – 2014. – №10.

4. Efimova, O.V. Integrirovannaya otchetnost kak novaya forma otchetnosti dlya zainteresovannyih storon i biznesa / O.V. Efimova // Mejdunarodnyiy ekonomicheskij simpozium – 2015 : materialy III Mejdunarodnoy nauchnoy konferentsii – Sokolovskie chteniya «Buhgalterskiy uchët: vzglyad iz proshlogo v budushee», 22–25 aprelya 2015 g. / red. koll.: O.L. Marganiya, S.A. Belozerova [i dr.]. – SPb. : Izd-vo Skifiya-print, 2015. – 634 s.

5. Krasnova, M.V. Buhgalterskoe obespechenie podgotovki sotsialnoy otchetnosti / M.V. Krasnova // Mejdunarodnyiy buhgalterskiy uchët. – 2012. – №9.

6. Bahturina, Yu.I. Sotsialnaya otchetnost korporatsiy: aktualnyie problemy / Yu.I. Bahturina // Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya. – 2010. – №6.

7. Vahrushina, M.A. Kontsepsiya sotsialnoy otchetnosti kompaniy: tseli sostavleniya, istochniki formirovaniya / M.A. Vahrushina // Aktualnyie problemy teorii i praktiki buhgalterskogo ucheta i ekonomicheskogo analiza v usloviyah perehoda Rossii na innovatsionnyiy put razvitiya : materialy nauchno-

prakticheskoy konferentsii kafedryi buhgalterskogo ucheta i analiza hozyaystvennoy deyatel'nosti VZFEI (27 yanvarya 2009 g.) / pod red. M.A. Vahrushinoy, M.I. Sidorovoy. – M. : Kompaniya Sputnik+, 2009.

8. Levicheva, S.V. Rol steykholder-menedjmenta v formirovaniy pokazateley korporativnoy sotsialnoy otchetnosti kompaniy / S.V. Levicheva, N.V. Pislegina // Ekonomika i obschestvo: problemy i perspektivy modernizatsii Rossii : monografiya / pod obsch. red. V.V. Bondarenko. – Penza : Izd-vo PGU, 2013. – 652 s.

9. Bolshakov, S. Sotsialnaya otvetstvennost biznesa: metodyi otsenki / S. Bolshakov, Yu. Bolshakova // Chelovek i trud. – 2012. – №8.

10. Dvortsov Yu.V. Metodicheskie podhodyi k formirovaniyu kulturyi predprinimatelstva : avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk / Yu.V. Dvortsov. – Vladivostok, 2012.

11. Timofeeva, S.A. Otsenka osnovnyih rezultatov formirovaniya sotsialnoy otchetnosti v Rossii / S.A. Timofeeva // Mejdunarodnyiy buhgalterskiy uchet. – 2012. – №12.