

УДК 338.22.021.1 DOI: 10.14451/1.255.383

К основным аспектам показателей социальной ответственности и их влиянию на устойчивое развитие компании

© 2026 **Шнайдер Ольга Владимировна**

Кандидат экономических наук, доцент кафедры бизнес-аналитики. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: ovshnajder@fa.ru

© 2026 **Андрианова Виктория Евгеньевна**

Студент. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: 221049@edu.fa.ru

© 2026 **Баранов Денис Андреевич**

Студент. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: 244686@edu.fa.ru

Ключевые слова: бизнес, нефинансовые показатели, окружающая среда, система, социальная ответственность, экономическая эффективность.

Данная статья посвящена раскрытию современных условий ведения бизнеса, требующих от компаний не только высокой экономической эффективности, но и соблюдения принципов социальной ответственности. Социальная ответственность обуславливается соблюдением требований устойчивого развития через ряд нефинансовых показателей. Нефинансовые показатели помогают оценить устойчивость и успешность компании не только с точки зрения финансовых результатов, но и с учетом других важных аспектов деятельности. С их помощью можно выявить проблемные области и ресурсы для улучшения деятельности компании в целом. Система нефинансовых показателей социального аспекта позволяет компаниям измерять и отслеживать свое социальное воздействие на внутреннюю и внешнюю среду деятельности, помогает компаниям принимать обоснованные решения, направленные на повышение их социальной ответственности и создание долгосрочной ценности для всех заинтересованных сторон.

Введение

Внедрение системы нефинансовых показателей социального аспекта позволяет компаниям стремиться к устойчивому и ответственному росту. В современном обществе все большее внимание уделяется вопросам социальной ответственно-

сти бизнеса, необходимости разработки эффективных инструментов управленческого учета, а также потребности компаний в интеграции нефинансовых показателей в процессы принятия бизнес-решений.

Система нефинансовых показателей социально-го аспекта деятельности позволяет компаниям оценить свою социальную производительность и понимать, какие изменения необходимо внести в деятельность для достижения поставленных целей, в том числе и социальных. К показателям, имеющим социальную значимость, могут относиться процент рабочих мест, занимаемых местными жителями, показатели безопасности на рабочем месте, уровень образования и удовлетворенности сотрудников и другие.

Основу исследования составили работы таких авторов, как И. В. Алексеева, Т. В. Перепада [1], М. В. Боровицкая [3], М. А. Вахрушина [11], О. В. Вострикова, А. П. Мешкова [4], Т. М. Гололобова, Х. Мэнин, Ц. Жунчао [5], И. А. Капустина [8], А. М. Панкрухина [9].

Цель научного исследования обусловлена целесообразностью и необходимостью внедрения системы нефинансовых показателей для оценки выполнения социального аспекта компании.

Методы, которые были применены в данном исследовании, включают критический анализ научной литературы, сравнительно-аналитический анализ существующих подходов и методик, систематизацию критериев социальной ответственности и синтез собственных научных взглядов.

Результаты исследования и их обсуждение

В современных экономических условиях наблюдается тенденция к укрупнению бизнеса, что приводит к объединению компаний в многопрофильные холдинги с целью максимизации прибыли и консолидации капитала. В связи с этим возрастает потребность в разработке и внедрении современных управленческих технологий, позволяющих быстро адаптироваться к изменениям внешней среды и находить новые стратегические направления развития.

Эффективное управление такими бизнес-структурами в долгосрочной перспективе требует комплексного подхода, в основе которого лежит система управленческого учета как ключевой инструмент достижения стратегических целей менеджмента.

Кроме того, современные компании функционируют в условиях высокой конкуренции, цифровизации и необходимости устойчивого развития. В таких условиях оценка деятельности компании на основе исключительно финансовых показателей становится недостаточной. В дополнение к традиционным метрикам, таким как выручка, прибыль, рентабельность и ликвидность, все большее значение приобретают нефинансовые показатели, которые, в большей степени, должны быть учетными. В этой связи предпочтение отдается направлениям управленческого учета, обеспечивающего оперативность получения информационно-аналитической и учетной связи. В настоящее время в отечественных научных публикациях отражаются разные точки зрения на понимание сущности управленческого учета. Рассмотрим наиболее популярные среди них.

«Управленческий учет – система определения, измерения, накопления, анализа, подготовки и предоставления информации, необходимой управленческому персоналу для принятия обоснованных оперативных, тактических, стратегических решений, обеспечивающих эффективное функционирование организации во внешней среде» [6].

«Управленческий учет исторически является следствием производственного учета, включающего в себя в основном учетно-расчетные процедуры, главная цель которых состоит в определении затрат на производство и выручки на единицу продукции. Управленческий учет, по существу, тот же производственный, но применительно к современной терминологии» [7].

«Управленческий учет – это установленная организацией система сбора, регистрации, обобщения и представления информации о хозяйственной деятельности организации и ее структурных подразделениях для осуществления планирования, контроля и управления этой деятельностью» [12].

«Процесс управленческого учета - это сбор, обработка и анализ информации о финансово-экономической и хозяйственной сферах деятельности хозяйствующего субъекта, а также

ее систематизация и выявление недостатков с целью использования ее для разработки эффективных управленческих проектов и решения актуальных стратегических задач» [10].

Отметим, что большая часть ведущих специалистов в области управленческого учета определяют данный вид учета как подсистему бухгалтерского учета. Единое мнение исследователей прослеживается и в определении обеспечивающей информационной функции управленческого учета, используемой в планировании, управлении и контроле за всеми процессами деятельности компании. Мы совершенно согласны с вышеперечисленными дефинициями и с тем, что управленческий учет представляет собой «систему определения, измерения, накопления, анализа, подготовки и предоставления информации, необходимой управленческому персоналу для принятия обоснованных оперативных, тактических и стратегических бизнес-решений» [2].

Нефинансовые показатели представляют собой метрики, которые отражают нематериальные аспекты деятельности компании, охватывая широкий спектр факторов, включая качество продукции и услуг, удовлетворенность клиентов, уровень вовлеченности персонала, инновационность, степень цифровизации, уровень корпоративной социальной ответственности (КСО), влияние на окружающую среду и другие аспекты, не имеющие прямого денежного выражения, но оказывающие значительное влияние на финансовые результаты.

«Нефинансовые показатели деятельности экономических субъектов являются важными элементами финансово-хозяйственной деятельности при принятии управленческих решений. В настоящее время все в большей степени обращается внимание на возможные направления устойчивого развития» [13].

Стоит отметить, что нефинансовые показатели играют решающую роль в оценке социального воздействия компаний и видов деятельности. В то время как финансовые показатели дают ценную информацию об экономических показателях бизнеса, нефинансовые показатели

направлены на измерение социальных аспектов их деятельности. Эти показатели помогают оценить эффективность социальных программ, инициатив и проектов, оценивая их влияние на общество, окружающую среду и заинтересованные стороны. Отслеживая нефинансовые показатели, такие как вовлеченность сообщества, удовлетворенность сотрудников, экологическая устойчивость и интеграция многообразия, организации могут получить всестороннее представление о своей социальной эффективности.

В целом можно отметить, что нефинансовые показатели – это совокупность качественных и количественных характеристик, отражающих ключевые аспекты деятельности компании, не выраженные напрямую в денежном эквиваленте, но при этом дающие расширенную качественную характеристику деятельности компании. Нефинансовые показатели охватывают такие области, как инновационный потенциал, удовлетворённость клиентов, вовлечённость персонала, экологическая и социальная ответственность, что позволяет оценивать стратегическую эффективность и устойчивость бизнеса в долгосрочной перспективе.

В современных условиях нефинансовые показатели играют важную роль в обеспечении долгосрочной устойчивости компании. Их значение можно выделить в следующих ключевых аспектах:

- Дополнение и усиление финансовых показателей. Нефинансовые показатели помогают более полно оценивать текущее состояние компании, выявлять тенденции и факторы, влияющие на будущие финансовые результаты. Например, высокий уровень удовлетворенности клиентов напрямую влияет на рост выручки и увеличение доли рынка.
- Формирование конкурентных преимуществ. Компании, инвестирующие в инновации, экологическую устойчивость и качество продукции, имеют более устойчивую рыночную позицию.
- Повышение инвестиционной привлекательности. Для инвесторов важны не только финансовые результаты, но и нефинансовые

факторы, такие как социальная ответственность и ESG-практики (Environmental, Social, Governance) Повышение операционной эффективности. Вовлеченность персонала и высокий уровень корпоративной культуры способствуют снижению текучести кадров, росту производительности и повышению инновационного потенциала компании.

Нефинансовые показатели играют ключевую роль в стратегическом управлении компанией:

1. Оценивать и корректировать стратегию развития, ориентируясь не только на краткосрочную прибыльность, но и на долгосрочное устойчивое развитие.
2. Развивать корпоративную культуру и укреплять внутренние бизнес-процессы.
3. Выстраивать репутацию бренда и повышать доверие со стороны клиентов, инвесторов и партнеров.
4. Выявлять потенциальные риски и возможности для роста, недоступные при традиционном анализе финансовых данных.

Стоит отметить, что нефинансовые показатели становятся неотъемлемой частью комплексной оценки деятельности современных компаний, нацеленных на долгосрочный успешный бизнес. Интеграция нефинансовых показателей, а особенно социальных, в управленческие процессы позволяет формировать устойчивые конкурентные преимущества и обеспечивать долгосрочное развитие бизнеса в динамичных условиях современного рынка.

В 2026 году наблюдается продолжение тенденции роста числа компаний, публикующих нефинансовую отчетность. Согласно данным исследования АКРА в прошлых периодах 89% опрошенных компаний опубликовали или планируют опубликовать такую отчетность, что на 4 процентных пункта превышает показатель предыдущего года.

Стоит отметить, что сочетание финансовых и нефинансовых показателей обеспечивает комплексный подход к оценке эффективности деятельности компании. Большинство социальных

аспектов имеют нематериальную природу, что усложняет их учет и анализ, однако они дают расширенную и прозрачную характеристику деятельности компании, несмотря на то, что их сложно выразить в цифрах. Показатели, такие как доверие общества к компании, уровень социальной вовлеченности сотрудников или удовлетворенность условиями труда не имеют цифровых параметров. Например, оценить, насколько улучшилось доверие местного сообщества к компании после реализации социального проекта, можно только через сложные и дорогие исследования (опросы, интервью).

Для ведения учета социальных показателей требуются специалисты с междисциплинарными знаниями в области бухгалтерии, экономики, экологии и социальных наук. В управленческом учете часто не хватает специалистов, которые могут не только фиксировать социальные показатели, но и правильно интерпретировать их влияние на общую стратегию компании. Например, учет затрат на программы корпоративного обучения требует анализа их влияния на производительность труда, но такие аналитики редко встречаются на рынке.

Для эффективного управления социальной деятельностью компаниям необходимо внедрять методы учета и отчетности, которые учитывают как финансовые, так и социальные затраты. В отрасли социальные задачи часто решаются через корпоративные социальные программы и благотворительные фонды, финансируемые компаниями, активно инвестирующие в развитие регионов, реализуя проекты в различных сферах:

- Образования (поддержка вузов, программ переподготовки, стипендии для студентов).
- Здравоохранения (строительство и модернизация медучреждений, профилактика профзаболеваний).
- Экологии (снижение выбросов, модернизация очистных сооружений, восстановление природных зон).
- Инфраструктуры (улучшение дорожной сети, строительство социальных объектов).

Большинство современных компаний стремятся к разделению расходов на социальные и коммерческие для рационального и эффективного решения социальных инициатив. Проведенное исследование ещё раз подтверждает важность отражения показателей социальной ответственности для устойчивого развития современных компаний.

Вывод

Соблюдение принципов социальной ответственности компаний будет способствовать высокой экономической эффективности, т.к. социальная

ответственность, через ряд нефинансовых показателей, повышает прозрачность ведения бизнеса и тем самым способствует притоку инвестиционного капитала. Показатели социального аспекта позволяют компаниям измерять и отслеживать свое социальное воздействие на внутреннюю и внешнюю среду деятельности, способствуют принятию обоснованных бизнес-решений, направленных на повышение социальной ответственности перед обществом и созданию долгосрочной ценности для всех заинтересованных сторон.

Библиографический список

1. *Алексеева И. В., Перепада Т. В.* Современная парадигма нефинансовой управленческой отчетности в Российской Федерации // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2025. – № 1. – С. 5–12.
2. *Богатый Д. В.* Развитие методики управленческого учета и контроля в коммерческих организациях : дис. ... канд. экономических наук : 08.00.12 / Богатый Дмитрий Витальевич. – М., 2014. – 287 с.
3. *Боровицкая М. В.* К вопросу о формировании социальных показателей в управленческом учете // Научен вектор на Балканите. – 2021. – 1(11).
4. *Вострикова О. В., Мешкова А. П.* ESG-критерии в инвестировании: зарубежный и отечественный опыт // Финансовый журнал. – 2020. – № 4. – С. 117–129.
5. *Гололобова Т. М., Х. Мэнин Ц. Ж.* Корпоративная нефинансовая отчетность как индикатор социальной ответственности // Экономика космоса. – 2023. – Т. 2, 2(4). – С. 46–52.
6. *Горелик О. М., Парамонова Л. А., Низамова Э. Ш.* Управленческий учет и анализ : учебное пособие. – М. : КноРус, 2020. – 252 с.
7. *Демина И. Д., Сорокина В. В.* Управленческий учет : учебное пособие. – М. : КноРус, 2021. – 175 с.
8. *Капустина И. А.* Аспекты социальной категории отчетности об устойчивом развитии // Современная экономика: проблемы и решения. – 2022. – 2(146). – С. 136–147.
9. *Панкрухина А. М.* Корпоративная социальная (нефинансовая) отчетность: теория и практика // Хроноэкономика. – 2021. – 2(30). – С. 57–62.
10. *Татаровская Т. Е.* Нефинансовые показатели в контексте принятия управленческих решений // Вопросы развития современной науки и техники. – 2021. – С. 80–84.
11. *Управленческий учет в контексте устойчивого развития: возможности и перспективы : монография / под ред. М. А. Вахрушиной.* – М. : Инфра-М, 2023. – 250 с.
12. *Хазгалиева Н. Р., Сафина З. З.* Сущность, роль и значение управленческого учета // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 26. – С. 25–27.
13. *Шнайдер О. В., Шнайдер В. В.* Управленческий анализ : учебник. – М. : КноРус, 2024. – 170 с.