

РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ О КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАК ДЕТЕРМИНАНТА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

И.Р. Бадькова

Казанский национальный исследовательский технологический университет,
idelya.nizamova@gmail.com

Социально ответственное поведение является важной характеристикой компаний в развитых и, во все большей степени, в развивающихся странах. Корпоративная социальная ответственность (далее – КСО) заключается в принятии компаниями во внимание интересов как можно большего количества групп стейкхолдеров. Безусловно, важной частью социально ответственного поведения является раскрытие информации о данном аспекте деятельности, так как открытое и прозрачное ведение бизнеса, в том числе в том, что касается социальной ответственности, является значимой составляющей политики компании по достижению устойчивого развития.

Исследования зарубежных ученых показывают, что, чем более социально ответственна компания, тем больше она раскрывает информацию о своей деятельности в этой области [3]. Помимо прочего, причина, вероятно, заключается в намерении организаций использовать КСО как инструмент повышения финансовой эффективности организаций.

Особый интерес представляют работы ученых, в которых исследуются характеристики компаний, которые повышают вероятность более полного раскрытия информации о КСО. К примеру, к таковым относится размер предприятия (чем больше организация, тем полнее раскрытие) [2; 4; 5; 10-12]; отраслевая принадлежность [2; 5; 7; 11] (к примеру, чем выше внимание общества к данному сектору, тем детальнее раскрытие [7, с.16.]), финансовая результативность организаций и т.д.

Тем не менее, когда речь идет о результативности компаний, выводы ученых являются неоднозначными. К примеру, С. Коуэн с соавт. [5], Дж. МакГвайр с соавт. [9, с.869] в своих эмпирических исследованиях показывают наличие положительной связи между уровнем раскрытия информации о КСО и прибыльностью организации. В то же время ряд работ говорит об отсутствии связи между финансовой результативностью и степенью раскрытия информации о КСО [2; 13]. Как правило, разброс в полученных результатах эмпирических исследований можно объяснить различиями в выборках и методах исследования. Кроме того, ученые, как правило, оговаривают ограниченность полученных результатов.

Имеется несколько теорий, которые пытаются объяснить стремление компаний участвовать в социально ответственных мероприятиях и раскрывать информацию о своей деятельности в данном направлении. К примеру, ресурсная теория предполагает, что чем больше ресурсов у компании, тем больше ее возможности в вопросе финансирования КСО и, соответственно, раскрытия информации по данному направлению.

В основе же сигнальной теории лежит идея о том, что, передавая аутсайдерам информацию о компании (в т.ч. об успешных социально ориентированных мероприятиях и проектах, что, как правило, воспринимается позитивно), компания сигнализирует о своей устойчивости и привлекает участников рынка [8].

Агентская теория также объясняет мотивы раскрытия КСО. А. Салама с соавт. [12] эмпирически подтверждают негативную связь между КСО и бета-коэффициентом. В результате, ученые

приходят к выводу о росте эффективности управления корпоративными рисками благодаря раскрытию информации о КСО.

Стейкхолдерская теория связывает причины раскрытия КСО со стремлением социально ответственных компаний исполнить перед стейкхолдерами обязательства по предоставлению всей важной информации [6]. По сути, они воспринимают раскрытие информации как часть КСО. Ряд ученых утверждает, что, раскрывая информацию, компании проявляют заботу об обществе в целом [10]. В рамках этой же теории, однако, есть иной подход к объяснению раскрытия КСО: компании раскрывают информацию не с целью исполнения обязательств, а под давлением заинтересованных лиц [11; 14].

Кроме того, для того чтобы получить максимальную финансовую эффективность от КСО, компаниям целесообразно раскрывать любые элементы проявления социальной ответственности [4].

Кельчевская и соавт., проведя эмпирическое исследование по данным российского рынка, показывают, что раскрытие информации о КСО оказывает умеренное позитивное воздействие на стоимость акционерного капитала. Следует заметить, что разные аспекты раскрытия информации оказывают различное влияние на инвестиционную привлекательность компании [1]. Когда речь идет о развивающихся рынках с недостаточным распространением КСО, подобная реакция является вполне предсказуемой.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в развитых странах раскрытие КСО является важным аспектом деятельности компаний. Такие факторы, как размер компании, ее отраслевая принадлежность, финансовая результативность и т.д. оказывают влияние на степень раскрытия. Для того, чтобы объяснить мотивы компаний к раскрытию, ученые обращаются к ресурсной, сигнальной, стейкхолдерской, агентской теориям и т.д. В любом случае организации раскрывают информацию с целью достижения позитивного воздействия на деятельность компании. Как правило, это положительное отношение со стороны стейкхолдеров, благодаря которому формируются конкурентные преимущества, а следовательно, и растет финансовая результативность. На российском рынке также все больше компаний раскрывают информацию о социально направленной деятельности, так как предприятия начинают осознавать значимость влияния КСО и раскрытия релевантной информации на потенциальную эффективность компании.

Список использованных источников:

1. Кельчевская Н.Р., Черненко И.М., Попова Е.В. Влияние корпоративной социальной ответственности на инвестиционную привлекательность российских компаний // Экономика региона. – 2017. – Т. 13, вып. 1. – С. 157-169.
2. Ahmed, K. And Courtis, J.K. Associations between corporate characteristics and disclosure levels in annual reports: A meta- analysis // British Accounting Review. – 1999. – № 31. – С. 35-61.
3. Beck C., Frost G., Jones S. CSR disclosure and financial performance revisited: A cross-country analysis // Australian Journal of Management. – 2018. – № 43. – С. 517-537.
4. Belkaoui, A. And Karpik, P.G. Determinants of the corporate decision to disclose social information // Accounting, Auditing and Accountability Journal. – 1989. – № 2(1). – С. 36-51.
5. Cowen, S.S., Ferreri, L.B. and Parker, L.D. The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: A typology and frequency- based analysis // Accounting Organizations and Society. – 1987. – № 12(2). – С. 111-122.
6. Gelb, D.S., Strawser, J.A. Corporate social responsibility and financial disclosures: an alternative explanation for increased disclosure // Journal of Business Ethics. – 2001. – № 33(1). – С. 1-13.
7. Hasseldine, J., Salama, A. And Toms, S. Quantity versus Quality: The Impact of Environmental Disclosures on the Reputations of UK Plcs // The British Accounting Review. – 2005. – № 37. – С. 231-248.
8. Lys T., Naughton J.P., Wang C. Signaling through corporate accountability reporting // Journal of Accounting and Economics. – 2015. – № 60. – С. 56–72.
9. McGuire, J., Schneeweiss, T. And Branch, B. Perceptions of firm quality: A cause or result of firm performance // Journal of Management. – 1990. – № 16. – С. 167-180.
10. Neu, D., Warsame, H. And Pedwell, K. Managing public impressions: Environmental disclosures in annual reports // Accounting, Organizations and Society. – 1998. – № 23(3). – С. 265-282.
11. Roberts, R.W. Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory // Accounting, Organizations and Society. – 1992. – № 17(6). – С. 595-612.

12. Salama, A., Anderson, K. And Toms, J.S. Does community and environmental responsibility affect firm risk? Evidence from UK panel data 1994-2006 // *Business Ethics: A European Review*. – 2011. – № 20(2). – C. 192-204.

13. Sun, N., Salama A., Hussainey, K. And Habbash, M. Corporate environmental disclosure, corporate governance and earning management // *Managerial Auditing Journal*. – 2010. – № 25(7). – C. 679-700.

14. Wuttichindanon S. Corporate social responsibility disclosure choices of report and its determinants: Empirical evidence from firms listed on the Stock Exchange of Thailand // *Kasetsart Journal of Social Sciences*. – 2017. – № 38. – C.156-162.