

УДК 655:061.12

Елена Кутузовна Булатова

Московский политехнический университет, Высшая школа печати и медиainдустрии, аспирант, Россия, Москва, e-mail: e.k.bulatova@utmn.ru

**Корпоративные отчёты:
теория и практика**

Аннотация. В статье анализируется понятие «корпоративный отчёт» с позиции книговедения и корпоративной социальной ответственности. Корпоративные отчёты рассматриваются на основе функционального подхода как подвид корпоративных изданий и часть корпоративной культуры. Корпоративные отчёты 20 крупнейших российских компаний за 2017 г. рассматриваются с точки зрения соответствия их структуры и тематики комплексу нормативных правовых актов, регулирующих их создание; характеризуются требованиями к их подготовке. **Ключевые слова:** Россия; корпоративный отчёт; корпоративное издание; корпоративная социальная ответственность.

Elena Kutuzovna Bulatova

Moscow Polytechnical University, High School of Printing and Mediaindstry, postgraduate student, Moscow, Russia, e-mail: e.k.bulatova@utmn.ru

Corporate reports: modern theory and practice

Abstract. The concept of a corporate report from the standpoint of bibliology and corporate social responsibility are analyzed. Corporate reports are considered as a subspecies of corporate publications and as part of a corporate culture, using a functional approach. The corporate reports of the twenty largest Russian companies for 2017 are reviewed in terms of their structure and subject matter to the complex of regulatory legal acts governing their creation; the requirements for their preparation are characterized.

Keywords: Russia; corporate report; corporate publication; corporate social responsibility.

Экономические и социально-политические процессы, влияющие на мировой и, в частности, на российский рынок, воздействуют и на сферу издательского дела. Ещё недавно такое понятие, как «корпоративный публичный отчёт», было прерогативой исключительно зарубежных компаний. Но начиная с 2000-х гг. можно говорить о появлении в России не только корпоративной



Е. К. Булатова

социальной ответственности (КСО), но и нового вида издания. Корпоративный отчёт в современной практике приобретает признаки рекламного корпоративного издания, становясь ещё одним каналом, позволяющим компании создавать положительную репутацию и укреплять корпоративную культуру. Традиционно корпоративные отчёты рассматриваются с позиции бизнеса: корпоративного управления [1; 2; 3], менеджмента и PR [4], бухгалтерского учёта [5; 6; 7] и юрис-

пруденции [8; 9]. Наиболее полная и специализированная информация представлена в аналитических обзорах, подготовленных работниками Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) [10; 11]. Мы считаем необходимым включить корпоративные отчёты в объектную область книговедения: рассмотреть историю возникновения и целевое назначение корпоративных отчётов; обосновать их принадлежность к корпоративному изданию, опираясь на функциональный подход; оценить современное состояние и тенденции их развития.

Корпоративные издания — относительно новый вид издания, в России получивший развитие с 1990-х гг., однако они продолжают изучаться с позиций журналистики как СМИ [12, с. 33]. По нашему мнению, это сужает понятие, исключая из системы корпоративных изданий книги, а также пограничные издания, такие как корпоративные отчёты, электронные книги (библиотеки), мелкопечатную продукцию, сайты компаний и пр. В категориально-понятийном аппарате книговедения нет закреплённого определения «корпоративного издания», оно не отражено в ГОСТ 7.60–2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения». С нашей точки зрения, корпоративное издание — это издание, формирующее и отражающее корпоративное сознание, содержащее сведения о деятельности организации с целью создания её позитивного образа. Функциональное назначение является критерием отнесения корпоративного отчёта к корпоративному изданию в целом, а также причиной его возникновения как вида издания. Вовлечённость бизнеса во взаимоотношения с внешней средой требовала налаживания каналов связи между ними, и таким связующим звеном стал корпоративный отчёт.

Эволюция философии и этики бизнеса во второй половине XX в. привела

к выработке принципов корпоративной социальной ответственности. Параллелизм происходящих во всем мире бизнес-процессов частично основан на качественном и количественном расширении сфер влияния современных компаний. У. Аги, Г. Кэмерон и Ф. Олт называют наше время «эрой гигантизма» и отмечают, что влияние корпораций ощущается во всех сферах деятельности. Авторы подчёркивают, что «гигантские размеры фирмы вызывают отчужденность» и приводят в пример «безликую корпорацию» [13, с. 338], которая отражает недоверие и страх, порождённые не столько негативным опытом взаимодействия с ней, сколько незнанием процессов, которые происходят внутри неё.

Сейчас человеческий фактор является основополагающим при оценке деятельности компании, поэтому «даже относительно небольшим фирмам требуются программы по связям с общественностью, показывающие, что они ведут свою политику — как внешнюю, так и внутреннюю — с осознанием полной ответственности перед обществом» [13, с. 339]. Ответом на государственное регулирование в сфере бизнеса и запросы общества стало то, что и Россия в начале 2000-х гг. вступила на путь корпоративной социальной ответственности и «корпоративного гражданства» [14], а западная традиция публиковать годовые отчёты прижилась и в России. Годовой отчёт (англ. *annual report*) — сводный документ, ежегодно предоставляемый общему собранию акционеров общества и включающий в себя информацию об основных результатах деятельности за истекший период [15; 16].

Корпоративный отчёт — собирательное название отчётов различных видов и тематики, чаще всего ежегодных, призванных продемонстрировать показатели устойчивого развития, а также соответствие деятельности компании международным стандартам и принци-

пам корпоративной социальной ответственности.

Корпоративные отчёты бывают двух видов: финансовые и нефинансовые.

Финансовые (бухгалтерские) отчёты составляются по российским стандартам бухгалтерского учёта, регулируются нормативно-правовыми и рекомендационными документами международного, федерального и организационного уровня. Информация в них в большинстве случаев закрытая и представляет интерес для кредитных, страховых организаций, некоммерческих пенсионных фондов и пр. Подобные отчёты представляют собой пакет документов, а не целостное издание, поэтому в рамках данной статьи не рассматриваются.

Публичная нефинансовая отчётность представляет собой «совокупность сведений и показателей, отражающих цели, подходы и результаты деятельности организаций по всем существенным вопросам социальной ответственности и устойчивого развития, включая минимальный перечень обязательно раскрываемых показателей» [17]. Иными словами, в нефинансовых отчётах содержится открытая финансовая информация, однако их функция в том числе имиджевая: презентация успешности компании; стимулирование потенциальных инвесторов; использование отчёта в качестве инструмента для рекрутирования новых работников.

Российский союз промышленников и предпринимателей, созданный в 1991 г., ведёт учёт нефинансовых отчётов и организаций, публикующих их, с 2000 г. Всего за это время зарегистрировано 176 организаций, к 31 января 2019 г. издавших 924 отчёта [18]. Среди них: экологические отчёты — 82, социальные отчёты — 326, отчёты в области устойчивого развития — 314, интегрированные отчёты — 174, отраслевые отчёты — 27. В 2017 г. было зарегистрировано 77 отчётов, в 2018 г. — 89 отчётов. С 2012 г. количество компаний, выпу-

скающих отчёты, стабилизировалось на уровне 80 отчитывающихся организаций в год. По мнению специалистов РСПП, «среди факторов, которые могли повлиять на такой результат, можно предположить замедление процессов поглощения или реорганизации крупных компаний и холдингов, а также ухода зарубежных фирм» [19, с. 44]. На сегодня в базе данных мирового проекта www.corporateregister.com зарегистрированы 16 403 компании, опубликовавшие 98 854 нефинансовых отчёта. Причём в 2017 г. было выпущено 11 000 отчётов, а в 2018 г. — 12 000.

Подготовкой подобных отчётов в России занимаются крупные компании. Как отмечается на сайте РСПП, «нефинансовый отчёт — это публичное доказательство эффективного управления репутацией и ответственной конкуренции». Издание публичных нефинансовых отчётов (социальных, экологических, интегрированных, устойчивого развития) — общемировая тенденция. Регулярные отчёты публикуют более 90% компаний [17] из списка FortuneGlobal 500 (рейтинг 500 крупнейших мировых компаний, критерием составления которого служит выручка компании. Рассчитан по методике американского делового журнала *Fortune*) и S&P 500 (индекс, включающий в себя акции 500 крупнейших компаний США. Главные факторы, по которым выбирают компании для этого индекса: доля на рынке, ликвидность и другие показатели). Возрастает внимание к экологической и социальной составляющим бизнеса со стороны не только инвесторов, акционеров и подрядчиков, но и потребителей и гражданского сообщества. Аргументом в пользу публикации подобных отчётов служит законодательное регулирование в этой сфере. Подготовка нефинансовых отчётов имеет серьёзную нормативную правовую базу. Именно официальные документы, регулирующие

социальную сферу бизнеса, влияют на тематику, структуру, наименование разделов и содержание отчётов о деятельности некоммерческих организаций.

В сентябре 2015 г. государства-члены ООН приняли документ «Меняя наш мир: Повестка дня в области устойчивого развития до 2030 года» [20]. Документ представляет собой коллективный план действий, содержит 17 целей устойчивого развития и 169 задач, а также 230 индикаторов. 1 января 2016 г. 17 целей [21] официально вступили в силу. Документ является международно признанным и определяет содержание нефинансовой отчётности.

К числу документов, повлиявших на развитие публичной нефинансовой отчётности, стоит отнести Директиву Европейского союза о раскрытии нефинансовой и диверсифицированной информации некоторыми крупными компаниями и группами [22] («Directive 2014/95/EU on disclosure of non-financial and diversity information»), которая вступила в силу 6 декабря 2014 г. В соответствии со статьёй 1 Директивы, новые требования по раскрытию информации применяются к крупным «предприятиям, представляющим интерес для общества», с более чем 500 сотрудниками.

Подобные инициативы реализуются в ряде стран БРИКС, куда входит и Россия. По оценкам РСПП, в России процесс нефинансовой отчётности развивается более медленными темпами, чем в мире (о чём свидетельствует динамика нефинансовых отчётов и отчитывающихся организаций, а также масштаб общественной активности в этой сфере) и сохраняет статус добровольной инициативы [23, с. 10]. Однако, по мнению Е. Я. Виттенберга, в России, с её неустоявшейся системой рыночных ценностей, специфика социальной ответственности бизнеса такова, что «в ряде аспектов носит добровольно-принудительный характер» [24,

с. 84]. Он отмечает, что бизнес испытывает на себе давление не только со стороны государства, но и со стороны властей, политических партий, СМИ, работников, акционеров и т. д. [24, с. 85]. Таким образом, отечественная практика публичной нефинансовой отчётности опирается на следующие нормативные правовые документы:

Социальная хартия российского бизнеса. Принята съездом РСПП в 2004 г., последняя редакция — в 2008 г. «Это свод основополагающих принципов ответственной деловой практики, в котором прописаны взаимоотношения работника с работодателем, институтами гражданского общества, властными структурами, местным сообществом, обозначены принципы, связанные с экологической безопасностью» [18]. На 31 октября 2017 г. к Социальной хартии присоединились 265 организаций (компании, отраслевые и региональные объединения бизнеса и другие НКО) с общей численностью более 6 млн работников [25].

Антикоррупционная хартия российского бизнеса. Принята 20 сентября 2012 г. Суть этого документа во внедрении компаниями специальных антикоррупционных программ и практик, которые коснутся не только ситуации внутри компаний, но и отношений с партнёрами по бизнесу и с государством. В частности, хартия предусматривает обучение и работу с персоналом. На данный момент к Антикоррупционной хартии российского бизнеса присоединились 3719 коммерческих и муниципальных организаций [26].

Концепция развития публичной нефинансовой отчётности. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 мая 2017 г. № 876-р. Концепция направлена на повышение информационной открытости и прозрачности результатов деятельности компаний; расширение возможностей для объективной оценки; укрепление

репутации и повышение доверия к российскому бизнесу; систематизацию процесса внедрения публичной нефинансовой отчётности в управленческую практику российских организаций; повышение осведомлённости о значении публичной нефинансовой отчётности для отчитывающихся российских организаций и для их внешнего окружения [17]. Особенно важной в данной концепции мы считаем задачу разработки минимальных требований к публичным НКО.

ГОСТ Р ИСО 26000–2012 «Руководство по социальной ответственности». Идентичен международному стандарту ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» (ISO 26000:2010 «Guidance on social responsibility»). Предназначен для организаций частного, государственного и общественного секторов (больших и малых), функционирующих как в развитых, так и развивающихся странах [27].

Стандарт Торгово-промышленной палаты РФ «Социальная отчетность предприятий и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации. Основные положения». Стандарт подготовлен с учётом базовых принципов международных стандартов корпоративной социальной отчётности AA 1000 и рекомендован для подготовки всех форм социальной отчётности [28].

Базовые индикаторы результативности. Документ разработан РСПП на базе GRI с учётом российского законодательства, практики российских и международных компаний по отражению результатов деятельности и специфики развития бизнеса в России в целом и принят в 2008 г [29]. Несмотря на то что с каждым годом количество платформ и методик отчётности растёт, GRI остаётся наиболее используемой платформой нефинансовой отчётности.

Пункт 3 главы 70 Положения Центрального банка Российской Федерации о раскрытии информации эмитентами

эмиссионных ценных бумаг от 30 декабря 2014 года №454-П [30].

Каждый из приведённых выше документов содержит темы и вопросы, которые должны быть отражены в публичном нефинансовом отчёте. Для выявления реальной типичной структуры отчёта нами проанализировано 20 публичных нефинансовых отчётов разных видов (социальных, интегрированных, экологических, устойчивого развития) крупнейших компаний из разных секторов экономики за 2017 г., опубликованных на сайте РСПП: Публичных акционерных обществ (ПАО) «Ростелеком», «Нестле Россия», «Аэрофлот», «Сибур Холдинг», «Газпром нефть», АО «Уральский электрохимический комбинат», госкорпорация «Росатом», «Ашан Ритейл» и др. Примером общей структуры всех отчётов может служить социальный отчёт компаний «PWC» и «ВТБ», в названиях рубрик которых отражено пять общих тем: «О компании», «Рыночная среда», «Внутренняя среда», «Социальная среда», «Природная среда». В каждой рубрике раскрываются следующие аспекты: «О компании» — обращение директора, общая информация о компании, основные результаты и достижения за прошедший период (год), система корпоративного управления и др.; «Рыночная среда» — взаимодействие с акционерами, инвесторами, клиентами, управление рисками, ключевые бизнес-показатели, стратегии развития и др.; «Внутренняя среда» — взаимодействие с персоналом, корпоративная культура и др.; «Социальная среда» — благотворительность, вклад в культуру и др.; «Природная среда» — экология и охрана окружающей среды и др.

В зависимости от вида отчёта акцент и разработка темы могут меняться, например, в экологическом отчёте основное внимание будет уделено взаимодействию с окружающей средой и экологической безопасности, а в со-

шальном — влиянию компании на культуру и общество, но общая структура отчёта отвечает российским и международным стандартам в сфере корпоративной социальной ответственности. Таким образом, нормативными правовыми актами регулируется система рубрикации корпоративного отчёта. Поэтому внутренняя структура, раскрытие тех или иных аспектов должны подвергаться усиленному вниманию со стороны авторов и редакторов подобного отчёта.

Корпоративный отчёт — сложный по характеру информации вид документа, поэтому в работе выявлены основные принципы подготовки к изданию публичного НКО с опорой на пункты 7.5.3 «Типы обмена информацией о социальной ответственности» и 7.6.2 «Повышение доверия к отчётам и заявлениям о социальной ответственности» ГОСТ Р ИСО 26000–2012: *отбор и проверка фактического материала* (честность и полнота картины результатов в отношении социальной ответственности, включая достижения, неудачи и механизмы принятия решений по проблемам), *соотнесение информации с целями и задачами отчёта* (включение в отчёт информации о целях и результатах деятельности организации, её продуктах и услугах в контексте устойчивого развития; о результатах относительно основных тем и проблем социальной ответственности), *внутреннее и внешнее рецензирование* (аудит, использование при подготовке отчёта помощи лиц, независимых от процесса подготовки отчёта, внутри организации или вне её), *периодичность* (публикация отчёта о результатах через соответствующие интервалы времени).

Тем не менее корпоративный отчёт — это не формализованный документ с «полями, обязательными для заполнения», а издание, выполняющее имиджевые функции, к реализации ко-

торых компании подходят творчески. Большинство проанализированных отчётов имеют индивидуальное название, в котором компания стремится отразить её философию и ценности: «Приоритет в развитии» (Аэрофлот), «Расчет. Решимость. Результат. Вектор на удвоение» (Альфа-Банк), «Задавая высокие стандарты» (ВТБ), «Мы строим цифровую Россию» (Ростелеком) и др. Например, стремясь создать позитивный образ, компании используют местоимение «мы», врезки с прямой речью, эмоционально окрашенные заголовки: «“Линия жизни” — протаяни руку помощи», «Кто, если не мы? Волонтерские инициативы в Альфа-Банке» (Альфа-Банк), «Забота о сотрудниках» (Нестле), «Люди нового качества в эффективных командах» (Сбербанк) и др. В случае с НКО компании делают ставку на нефинансовую информацию, расширяя круг читателей отчёта. М. С. Санталова в статье «Годовой отчет компании как эффективное средство коммуникации с инвесторами» отмечает, что «при современном уровне законодательного регулирования качество финансовой информации достаточно высоко, тогда как нефинансовые показатели иногда невозможно найти и оценить» [31].

Какой бы вид корпоративного отчёта ни выбрала организация, его двойственная природа остаётся неизменной: с одной стороны, в отчётах отражается фактическая информация о результатах деятельности компании, повышается социальная ответственность бизнеса; с другой — представление красочных, качественно сделанных изданий создаёт положительный имидж компании и выполняет функции корпоративной рекламы. И именно эта «тенева» сторона корпоративных отчётов в конечном итоге является важнейшей.

Таким образом, корпоративным отчётам как виду корпоративного издания свойственны следующие функции.

Информативная функция — информирование заинтересованных лиц о том, что происходит в компании, о её политике, экономическом состоянии и тенденциях развития. Все отчёты содержат проверенную аудиторами финансовую и нефинансовую информацию. Именно эта функция является основополагающей для корпоративного отчёта.

Имиджевая функция. Усиление значимости деятельности организации. Отчёт, по мнению А. Орловой, «становится инструментом создания деловой репутации и привлечения ресурсов (например, потенциальные доноры используют его при оценке деятельности организации и проведении сравнительного анализа)» [32]. Это показатель стабильности организации, важности деятельности компании для общества. Он создаёт имидж профессиональной, современной и открытой организации. Например, в годовом отчёте компании «Газпром нефть» (2017) делается акцент, что «отчет подготовлен с использованием базовой версии Стандартов отчетности GRI с учетом положений Стандарта ISO 26000:2010 (Руководства по социальной ответственности)» и «прошел независимое общественное заверение в Совете по нефинансовой отчетности Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП)». В отчетах компании подчёркивают собственную значимость для общего благополучия рынка и страны в целом: «Социальная деятельность ВТБ способствует повышению благосостояния регионов присутствия компаний Группы» (ВТБ), «Наши обязательства в мире и в России» (Нестле), «Газпром нефть» входит в число лучших работодателей страны» (Газпром), «Мы видим себя в качестве международной нефтегазовой компании, деятельность которой способствует экономическому развитию стран присутствия и повышению качества жизни людей и характеризуется стремлением к технологическому

лидерству и экологическому равновесию ради нашего общего благополучного будущего» (Лукойл) и др.

Функция формирования корпоративной культуры. Отчёт — важный элемент корпоративной культуры. Он благоприятно воздействует на мотивацию работников организации, а также акционеров, партнёров, инвесторов и пр., подчёркивая стиль управления, транслируя ценности организации. Социальные отчёты, делаящие акцент на взаимодействии с обществом, благотворительность, заботу о потребителях, лучше всего отражают эту функцию. Как правило, их публикуют компании, предоставляющие услуги и заинтересованные в лояльном отношении к ним потенциальных клиентов и общества в целом («Альфа-Банк», «ВТБ», «Ашан», «Нестле» и др.). В таких отчётах часто используются местоимение «мы», обращение к читателю, риторические вопросы: «Мы заботимся о том, чтобы наши клиенты получали только свежие продукты», «А как же быть нашим маленьким клиентам? Где им передохнуть и немного развлечься, пока родители заняты покупками?» («Ашан»).

Презентационная (функция корпоративной рекламы). Отчёт играет роль эффективного и эффективного презентационного материала, давая исчерпывающую информацию о деятельности компании, в том числе подчёркивающую её сильные стороны. Например, корпоративные отчёты отличаются внешним оформлением: им присуща качественная вёрстка, использование цветовой схемы бренда, обилие фотографий и инфографики. Отчёты проходят редакционно-издательскую подготовку и оформляются как электронный макет печатного издания: сохраняется традиционный книжный формат с разделением на страницы, пагинация, несколько видов колонтитулов, содержание, развитая рубрикация, а также, в некоторых случаях есть страницы

для заметок («Аэрофлот», «Альфа-Банк») и пр. Для создания отчёта в основном используется настольная издательская система «Adobe InDesign» (другое программное обеспечение, например, «CorelDraw» или «PowerPoint», является редким исключением). Некоторые компании («Аэрофлот», «Газпром») публикуют на своём сайте отчёт в формате pdf, а также интерактивную версию отчёта, которая является презентационным материалом, жгато и красочно представляя основную информацию.

Корпоративная социальная ответственность бизнеса — «добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума» [33, с. 24]. По мнению Р. Куринько, специалиста в области КСО, результаты этой деятельности содействуют развитию компании, «улучшению репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями» [34]. Иными словами, корпоративный отчёт можно рассматривать как часть корпоративной культуры, которая «встраивается в систему визуальной и вербальной идентификации бренда наряду с фирменным стилем (логотип, цвет, типографика и др.), стилем текстовых коммуникаций и пр.» [12]. Комплекс корпоративных изданий, включая периодику, книги, сетевые издания, создаёт эффект «прозрачности» бизнеса, социальной ответственности и успешности, будучи одним из способов корпоративной рекламы. В свою очередь, *корпоративные отчёты как вид издания являются непосредственным итогом деятельности по ответственности компании требованиям КСО.*

Поскольку требование составления годового отчёта отражено в Федеральном законе «Об акционерных обществах», все российские акционерные общества становятся потенциальными издателями годового отчёта. Рост числа компаний, зарегистрированных в РСФС, подкреплённый распоряжением Правительства РФ, влияет и на сферу книгоиздания, что, разумеется, нельзя игнорировать. На отечественном рынке появляются компании, осуществляющие не только печать и редакционную подготовку корпоративных отчётов, но и их создание (разработку концепции, сбор и систематизацию информации, исследование запросов и ожиданий заинтересованных сторон), макетирование, печать и последующую презентацию отчёта: например, коммуникационное агентство «Приоритет», корпоративное издательство «Деловая пресса», коммуникационная группа «MediaLine», фотоагентство и издательство «Gelio Vostok», издательство «ДПК Пресс» и др. Корпоративные отчёты выпускаются в печатном виде небольшим тиражом как презентационный материал для акционеров, совета директоров и т. д. и публикуются на сайтах компаний, одновременно выполняя требование закона и охватывая более широкую аудиторию.

Таким образом, практика издания корпоративных отчётов в России берёт начало с 2000-х гг., следуя западной традиции и выработанным за рубежом нормам корпоративной социальной ответственности. С позиции книговедения корпоративный отчёт — это вид корпоративного издания, отражающий взаимодействие компании с внешней средой, подготовленный исходя из требований корпоративной социальной ответственности, выполняющий информативную, имиджевую, презентационную функции и функцию формирования корпоративной культуры. Нормативные правовые до-

кументы регламентируют список тем и вопросов, которые должны раскрываться в отчёте, что придаёт ему узнаваемую, лаконичную форму, оставляя при этом компании «поле для действий». Правовые инициативы стиму-

лируют развитие корпоративных отчётов, что приводит к увеличению числа компаний, публикующих корпоративные отчёты и появлению издательств, специализирующихся на их подготовке «с нуля».

Библиографический список

- Бафлет У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями. — М.: Альпина Паблишер, 2010. 266 с.
- Рошкетаяева У. Ю. Интегрированная отчетность как новый уровень развития корпоративной отчетности // Науч. вестн. ЮИМ. 2016. № 1. С. 40–44
- Воеводкин Н. Ю. Социальная ответственность в системе корпоративного управления // Ars Administrandi. 2011. С. 45–55.
- Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. СПб.: ИД «Питер», 2008. 330 с.
- Ковалев В. В., Ковалев Вит. В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели: учеб. пособие. 3-е изд. М.: Проспект, 2015. 955 с.
- Вахрушина М. А., Краснова М. В. Современные тенденции представления корпоративной социальной отчетности // Междунар. бухгалт. учет. 2012. № 19. С. 23–27.
- Карагод В. С. Принципы и стандарты корпоративного социального учета и отчетности // Междунар. бухгалт. учет. 2007. № 9. С. 16–23.
- Шиткина И. С. Корпоративное право: учеб. для вузов по специальности «Юриспруденция». М.: Wolters Kluwer Russia, 2007. 603 с.
- Дементьева А. Г., Соколова М. И. Международное регулирование корпоративного управления // Право и управление. XXI век. 2017. № 4. С. 47–58.
- Отчетная деловая практика в зеркале отчетности: настоящее и будущее: анализ обзор корпорат. нефинансовых отчетов 2015–2016 годы выпуска / рук проекта А. Н. Шохин. М.: РСФС, 2017. 140 с.
- Нефинансовая отчетность в России и мире: цели устойчивого развития — в фокусе внимания: аналит. обзор за 2017–2018 гг. / рук проекта А. Н. Шохин. М.: РСФС, 2017. 108 с.
- Булатова Е. К. Книжные корпоративные издания в системе корпоративной культуры // Библиосфера. 2018. № 4. С. 32–37.
- Аги У., Кэмерон Г., Олт Ф. Самое главное в PR. СПб.: Питер, 2004. 560 с.
- Кузьмин А. В. Формирование концепции корпоративного гражданства в России // Рос. предпринимательство. 2013. № 21. С. 108–115.
- Годовой отчет [Электронный ресурс] // Финансовый словарь Финам. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/21626.
- Годовой отчет [Электронный ресурс] // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%BE%D1%82%D1%87%D1%91%D1%82.
- Концепция развития публичной нефинансовой отчетности: распоряжения Правительства Рос. Федерации от 5 мая 2017 г. № 876-р.
- Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс] // Официальный сайт. URL: <http://www.rsprru/simplepage/475>.
- Нефинансовая отчетность в России и мире: цели устойчивого развития — в фокусе внимания: аналитический обзор за 2017–2018 гг. / рук проекта А. Н. Шохин. М.: РСФС, 2017. 108 с.
- Доклад Комиссии по инвестициям, предпринимательству и развитию о работе ее восьмой сессии, проходившей во Дворце Наций в Женеве 16 ноября 2016 года [Электронный ресурс]. URL: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ciid33_ru.pdf.
- Цели в области устойчивого развития [Электронный ресурс] // ООН: Цели в области устойчивого развития. URL: <http://www.un>

org/sustainabledevelopment/
ru/sustainable-development-
goals/.

22. DIRECTIVE 2014/95/
EU OF THE EUROPEAN
PARLIAMENT AND OF THE
COUNCIL [Электронный ре-
сурс] // Eur-Lex. Access to
European Union Law. URL:
[http://eur-lex.europa.eu/legal-
content/EN/TXT/?uri=CELEX:
32014L0095/](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014L0095/).

23. Ответственная дело-
вая практика в зеркале отчет-
ности: настоящее и будущее:
аналит. обзор: 2015–2016 годы
выпуска / Е. Н. Феоктистова,
Л. В. Аленичева, Е. И. Долгих
[и др.]. М.: РСПП, 2017. 136 с.

24. Виттенберг Е. Я. Соци-
альная ответственность биз-
неса в России: вопросы тео-
рии // Социол. наука и со-
циальная практика. 2015. № 4.
С. 74–98.

25. Статистика Реестра
участников социальной хар-
тии российского бизнеса
(на 31.10.2017) [Электрон-
ный ресурс] // Официальный
сайт РСПП. URL: [http://
media.rspp.ru/document/1/0/](http://media.rspp.ru/document/1/0/)

2/0247fb0c780fa7ac0daf3a526
9b27656.pdf.

26. Реестр участников Анти-
коррупционной хартии россий-
ского бизнеса от РСПП [Элек-
тронный ресурс] // Антикорруп-
ционная хартия российского
бизнеса. URL: [http://against-
corruption.ru/ru/reestr.html](http://against-corruption.ru/ru/reestr.html).

27. ГОСТ Р ИСО 26000–
2012 Руководство по социаль-
ной ответственности [Элект-
ронный ресурс] // Консорциум
Кодекс. Электронный фонд
правовой и нормативно-тех-
нической документации. URL:
[http://docs.cntd.ru/document/
gost-r-iso-26000-2012](http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-26000-2012).

28. Стандарт ТПП РФ
«Социальная отчетность пред-
приятий и организаций, заре-
гистрированных в Россий-
ской Федерации. Основные
положения». 8 с.

29. GRI: official site [Элект-
ронный ресурс]. URL: [https://
www.globalreporting.org/Pages/
default.aspx](https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx).

30. О раскрытии инфор-
мации эмитентами эмиссион-
ных ценных бумаг: положе-
ние Центрального банка Рос-

Федерации от 30 дек. 2014 года
№ 454-П. URL: [http://base.
garant.ru/70872238/494aaa06
d4c44abfe2c3686dec40ded0/#
ixzz54MrJ3Uow](http://base.garant.ru/70872238/494aaa06d4c44abfe2c3686dec40ded0/#ixzz54MrJ3Uow).

31. Санталова М. С. Годо-
вой отчет компании как эф-
фективное средство коммуни-
кации с инвесторами // Вопр.
экономики и управления.
2015. № 2. С. 70–76.

32. Орлова А. Годовой от-
чет НКО как инструмент
для получения широкой обще-
ственной поддержки [Элек-
тронный ресурс] // Центр
развития некоммерческих ор-
ганизаций (Санкт-Петербург).
URL: [https://www.oprf.ru/ru/
about/structure/structurenews/
newsistem/13596.33](https://www.oprf.ru/ru/about/structure/structurenews/newsistem/13596.33). Китчин Т.
Корпоративная социальная
ответственность: в фокусе –
бренд // Менеджмент сегод-
ня. 2003. № 5. С. 20–35.

34. Куринько Р. Термин
социальная ответственность
бизнеса и его определение?
[Электронный ресурс] //
Rostislav Kurinko. URL:
[http://kurinko.com/ru/chto-
takoe-sob/](http://kurinko.com/ru/chto-takoe-sob/).

Вышли в свет

Монографии

Нефедов А. В. Жизнь во бла-
го Отечества: к 200-летию па-
мяти книгоиздателя Н. Нови-
кова / Александр Нефедов. –
Тамбов: Тамбов. полигр. союз,
2018. – 303 с.: ил. – Библиогр.:
с. 283–293 (130 назв.). – 1000 экз.

Леонов В. П. Библиогра-
фическое мышление. На пути
к единству книжного мира /
В. П. Леонов; Б-ка Рос. акад.
наук. – СПб.: БАН, 2018. –

116 с. – Имен. указ.: с. 113–
116. – 120 экз.

Указатели содержания журналов

«Морской журнал», 1928–
1942 [Прага]: библиогр. указ. / со-
ставитель Т. В. Акулова; [вступ.
ст. Т. В. Акуловой, Н. А. Куз-
нецова, с. 3–36]. – М.: Рус-
ский путь, 2018. – 492 с., [4] л. ил.:
ил., факс. – В кн. также: Плава-
ние наливного парохода «Вен-

тор» под английским и Андреев-
ским флагами в 1918–1920 гг. /
М. С. Стахевич. – 1000 экз.

Сборники научных статей

100 проектов про чтение –
2018. Молодежные инициати-
вы: атлас культурно-образова-
тельный / Фонд президентских
грантов; [ред.-сост. Р. В. Рап-
порт]. – СПб.: Изд-во РГПУ,
2018. – 243 с., [3] л. цв. ил.:
ил. – 1000 экз.