

УДК 658.5

## Нефинансовая отчетность как коммуникативный инструмент корпоративной социальной ответственности

Т. Б. Заводчикова

Самарский национальный исследовательский университет имени академика  
С. П. Королева, Россия, 443086, Самара, Московское шоссе, 34.

### Аннотация

В статье показано возрастающее значение публичной нефинансовой отчетности как источника информации о результатах деятельности компаний в социальной, экономической, экологической сферах в условиях современной трансформации социально-экономической среды.

Для обоснования важности нефинансовой отчетности в разработке механизмов корпоративной социальной ответственности с учетом интересов стейкхолдеров проведен анализ основных тенденций практического применения нефинансовой отчетности российскими компаниями за период 2013–2024 гг.

На основе полученных аналитических данных за двенадцатилетний период выявлены особенности нефинансовой отчетности, связанные с динамикой представления ее компаниями, спецификой их отраслевой принадлежности, необходимостью повышения ее качества и уровня информативности, актуальностью применяемых форм отчетности.

Определены направления использования публичной нефинансовой отчетности, отражающие ее значимость как коммуникативного инструмента корпоративной социальной ответственности и необходимость ее эффективного применения в целях успешного развития корпоративной социальной деятельности.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность; стейкхолдеры; коммуникации; устойчивое развитие; нефинансовая отчетность.

Получение: 14 октября 2024 г. / Исправление: 13 ноября 2024 г. /

Принятие: 13 декабря 2024 г. / Публикация онлайн: 28 января 2025 г.

---

## Введение

### Менеджмент (научная статья)

© Коллектив авторов, 2024

© Самарский университет, 2024 (составление, дизайн, макет)

📄 ©️🌐 Контент публикуется на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

### Образец для цитирования:

Заводчикова Т. Б. Нефинансовая отчетность как коммуникативный инструмент корпоративной социальной ответственности // *Вестник Самарского университета. Экономика и управление*, 2024. Т. 15, № 4. С. 213–222. doi: <http://doi.org/10.18287/2542-0461-2024-15-4-213-222>.

### Сведения об авторе:

Тамара Борисовна Заводчикова  <http://orcid.org/0000-0002-1158-1803>

к.э.н., доцент; доцент кафедры общего и стратегического менеджмента; e-mail: [toma.zavod@gmail.com](mailto:toma.zavod@gmail.com)

Современное функционирование отечественных компаний осуществляется в условиях чрезвычайной нестабильности и неопределенности бизнес-среды, во многом определяемой геополитическими и геоэкономическими факторами. Это в значительной степени актуализирует проблематику экономически, социально и экологически ответственной деятельности компаний в целях устойчивого развития, отражающей современную парадигму корпоративной социальной ответственности (КСО).

Многочисленные профессиональные исследования свидетельствуют о научной и практической значимости вопросов, связанных с развитием и совершенствованием КСО.

Теоретико-методологический анализ концепции КСО, механизмов ее реализации отражает необходимость комплексного подхода к ее исследованию на основе системы взаимосвязанных критериев, таких как многоаспектность ответственности, интеграция в основные бизнес-процессы и стратегии, многоуровневость системы ценностей, соответствие нормативной базе, взаимодействие с заинтересованными сторонами, цифровизация, участие в достижении целей устойчивого развития [1]. Особое научное и практическое значение в разработке механизмов КСО имеет учет интересов всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров) компании в принятии решений и их реализации. Деятельность ведущих российских компаний демонстрирует понимание необходимости взаимодействия с заинтересованными сторонами, как фактора их устойчивого развития и успешного ведения бизнеса. Это обуславливает важность организации коммуникационных процессов КСО, совершенствования ее коммуникативных технологий. В связи с этим особое значение имеет анализ публичной нефинансовой отчетности как коммуникативного инструмента КСО, что определяет научную значимость проведенного исследования.

Использование нефинансовой отчетности как источника информации о результатах экономически, социально и экологически ответственной деятельности предприятий с учетом интересов стейкхолдеров обуславливает необходимость ее эффективного применения в целях успешной реализации КСО и устойчивого развития отечественного бизнеса, что определяет практическую значимость исследования.

Целью данной статьи является исследование нефинансовой отчетности как коммуникативного инструмента корпоративной социальной ответственности. Реализация поставленной цели предполагает решение задач, связанных с анализом основных тенденций и особенностей практического применения нефинансовой отчетности за период 2013–2024 гг. с точки зрения степени вовлеченности российских компаний в эту работу, динамики представления ими нефинансовой отчетности, структуры нефинансовой отчетности, коммуникационной направленности ее использования.

## **Ход исследования**

При относительной новизне деловой практики КСО в отечественном бизнесе накоплен определенный опыт формирования и развития коммуникаций компаний с заинтересованными сторонами в решении экономических, социальных, экологических вопросов. В известной теории стейкхолдеров, родоначальником которой принято считать Р.Э. Фримена, разнообразие стейкхолдеров и увеличение их количества обуславливают необходимость исследования заинтересованных сторон, включающих «все группы и всех индивидуумов, играющих жизненно важную роль в успехе делового предприятия в современных условиях» [2, 3].

Современное толкование стейкхолдеров столь же широко. Так, в международном стандарте ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» заинтересованная сторона определяется как «лицо или группа, заинтересованные в каких-либо решени-

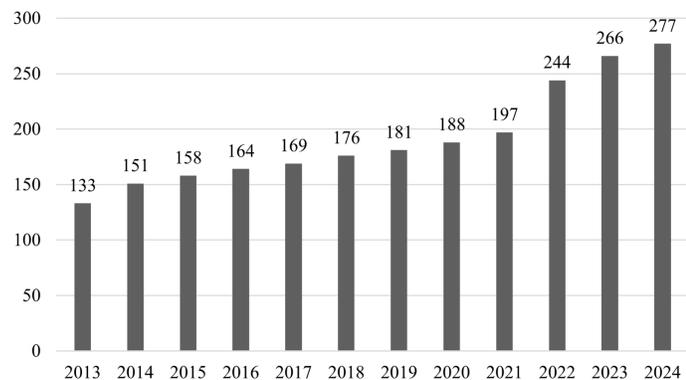
ях или деятельности организации» [4]. Такой подход обуславливает многоаспектность и сложность процесса коммуникаций современной компании с весьма обширным перечнем заинтересованных сторон. С учетом особенностей внутренней и внешней среды выделяют внутренние и внешние коммуникации с заинтересованными сторонами. В таблице 1 представлены основные субъекты внутренних и внешних коммуникаций с заинтересованными сторонами, а также цели и механизмы этих коммуникаций, приведенные на основе результатов исследований лучших практик КСО российских компаний, проведенных Ассоциацией менеджеров [5].

Особое место в числе коммуникативных технологий КСО занимает публичная нефинансовая отчетность, призванная повысить информационную открытость и прозрачность бизнеса. Нефинансовые отчеты компаний отражают результаты их деятельности в социальной, экономической, экологической сферах с учетом интересов стейкхолдеров.

Публикация первых нефинансовых отчетов российских компаний появилась в начале 2000-х годов. Актуальность этого коммуникативного инструмента во взаимодействии с заинтересованными сторонами находит подтверждение статистикой численного роста компаний, которые ежегодно публикуют нефинансовую отчетность. Данные Российского союза промышленников и предпринимателей за 2013–2024 гг., приведенные на рис. 1, отражают эту положительную динамику, состоящую в более чем двукратном увеличении количества компаний, публикующих нефинансовую отчетность [6, 7]. Сопоставимый тренд роста численности компаний, принимающих участие в подготовке публичной нефинансовой отчетности, отражен и в исследованиях Ассоциации менеджеров лучших практик КСО российского бизнеса.

Рис. 1: Количество компаний, публикующих нефинансовую отчетность (2013–2024 гг.). Составлено автором по данным РСПП <https://www.rspp.ru/>

Fig. 1: Number of companies publishing non-financial statements (2013–2024). Compiled by the author based on data from the RUIE <https://www.rspp.ru/>



Изучение изменений количественных показателей публичной нефинансовой отчетности демонстрирует устойчивую тенденцию увеличения предоставляемых компаниями отчетов. Это подтверждается исследованиями количества нефинансовых отчетов, которые зарегистрированы в базе РСПП. Так, с 2013 г. по 2024 г. их число выросло более, чем в 3 раза и составило на конец 2024 г. 1600 отчетов. Анализ отраслевой принадлежности компаний, публикующих нефинансовую отчетность на протяжении исследуемого периода, демонстрирует сохраняющиеся лидерские позиции энергетики, металлургии, нефтегазовой отрасли [6, 7].

Заслуживают внимания изменения структурных элементов нефинансовой отчетности – экологических, социальных, интегрированных отчетов, а также отчетов в области устойчивого развития. Количественное соотношение их в изучаемый период варьировалось. В таблице 2 приведены расчеты количественного и процентного состава видов нефинансовых отчетов российских компаний в 2013 г. и в 2024 [6, 7].

Таблица 1: Коммуникации компании с заинтересованными сторонами.

Table 1: Company Communications with Stakeholders.

Виды коммуникаций и основные субъекты коммуникаций	Цели коммуникаций	Механизмы коммуникаций
<p>Внутренние:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– собственники;</li> <li>– сотрудники.</li> </ul> <p>Внешние:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– потребители;</li> <li>– поставщики;</li> <li>– бизнес-партнеры;</li> <li>– конкуренты;</li> <li>– инвесторы;</li> <li>– акционеры;</li> <li>– профессиональные организации и ассоциации;</li> <li>– органы государственной власти и управления;</li> <li>– местное сообщество;</li> <li>– общественные организации;</li> <li>– некоммерческие организации;</li> <li>– политструктурные образования;</li> <li>– средства массовой информации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поддержание репутации компании;</li> <li>– укрепление корпоративной культуры и лояльности сотрудников;</li> <li>– снижение рисков;</li> <li>– повышение конкурентоспособности компании;</li> <li>– привлечение партнеров для решения социальных или экологических проблем;</li> <li>– формирование базы потенциальных клиентов и сотрудников;</li> <li>– совершенствование профессиональных компетенций сотрудников;</li> <li>– получение конкурентных преимуществ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– участие в работе общественных палат;</li> <li>– участие в конференциях, «круглых столах», семинарах;</li> <li>– совместная экспертная работа;</li> <li>– участие в гражданских экспертизах и общественных слушаниях;</li> <li>– организация ярмарок социальных проектов;</li> <li>– корпоративный сайт;</li> <li>– выступления и публикации в СМИ;</li> <li>– социальная отчетность.</li> </ul>

Как видно из таблицы 2, преобладающим видом отчетов в 2013 г. являлись социальные отчеты. Их доля составляла 52.8 %. При сохранении положительной динамики роста социальных отчетов за двенадцатилетний период их доля в общем количестве отчетов заметно сократилась и составила в 2024 г. 24.2 %. При этом, произошло значительное увеличение удельного веса интегрированных отчетов – с 7.4 % в 2013 г. до 27.8 % в 2024 г., а также отчетов в области устойчивого развития – с 30.7 % до 40.7 % соответственно. Количественная динамика этих изменений представлена на рис. 2, который иллюстрирует общую тенденцию роста всех видов нефинансовых отчетов, а также их соотношение в исследуемый период.

Аналитические данные, полученные Ассоциацией менеджеров в 2019 г. в ходе исследо-

Таблица 2: Структура корпоративных нефинансовых отчетов.  
Составлено автором по данным РСПП <https://www.rspp.ru/>.

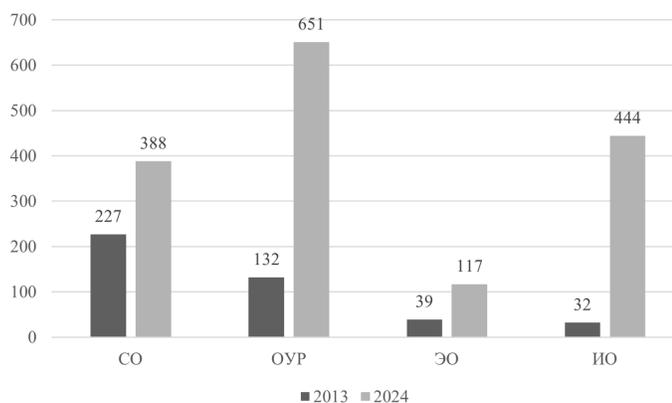
Table 2: Structure of corporate non-financial reports.  
Compiled by the author based on data from the RUE <https://www.rspp.ru/>.

Виды нефинансовых отчетов	2013г. количество	2013г. %	2024г. количество	2024г. %
Социальные отчеты (СО)	227	52.8	388	24.2
Отчеты в области устойчивого развития (ОУР)	132	30.7	651	40.7
Экологические отчеты (ЭО)	39	9.1	117	7.3
Интегрированные отчеты (ИО)	32	7.4	444	27.8

ваний лучших практик КСО отечественных компаний, отражают аналогичные тенденции и по актуальности используемых форм отчетности, и по их количественному соотношению. По результатам этих исследований отмечается также определенная зависимость акцента на отчеты в области устойчивого развития от отраслевой принадлежности компаний. Так, более половины участвовавших в исследованиях в 2019 г. компаний сырьевого сектора – «лидеров КСО», использовали эту форму отчетности [6, 7].

Рис. 2: Количественное соотношение видов корпоративных нефинансовых отчетов в 2013 г. и в 2024 г. Составлено автором по данным РСПП <https://www.rspp.ru/>

Fig. 2: Quantitative ratio of types of corporate non-financial reports in 2013 and in 2024. Compiled by the author based on data from the RUE <https://www.rspp.ru/>



На практике, по оценкам специалистов, возможны ситуации некорректного определения компаниями видов предоставляемых отчетов, особенно таких, как интегрированные отчеты, отчеты в области устойчивого развития. Имеет место также отнесение к социальным тех отчетов, которые содержат информацию не только о социальной, но и об экологической, управленческой деятельности компании.

При формировании нефинансовой отчетности компании ориентируются на принципы, рекомендации по ее составлению, которые определяются международными стандартами, а также зависят от отраслевых, региональных стандартов, особенностей функционирования компаний, ожиданий заинтересованных сторон. Используемая на практике подготовка нефинансовой отчетности в свободной форме сказывается на качестве отчетов, корректности содержащейся в них информации и соответственно на эффективности коммуникаций со стейкхолдерами. По данным исследований, проведенных Ассоциацией менеджеров, в последние годы наблюдается снижение количества компаний, отдающих предпочтение

свободной форме предоставления нефинансовой отчетности. Как показано на рис. 3, в 2019 г. их доля в общем числе анализируемых лучших практик КСО отечественных компаний составила 25 % [6, 7].



Рис. 3: Стандарты и принципы составления нефинансовой отчетности. Составлено автором по данным исследований Ассоциации менеджеров [6, 7].

Fig.3: Standards and principles for the preparation of non-financial reporting. Compiled by the author based on research by the Association of Managers [6, 7].

Сказывается также и отраслевая специфика. Так, в сырьевом секторе прослеживается нацеленность значительной части компаний-респондентов при предоставлении нефинансовой отчетности на международный стандарт GRI (85 %) и на Принципы Глобального договора ООН (38 %). Удельный вес таких компаний в перерабатывающем секторе значительно меньше – 30 % и 10 % соответственно. В сфере услуг доля компаний-респондентов, использующих при составлении нефинансовой отчетности Принципы Глобального договора ООН составила 54 % и международный стандарт GRI – 23 %. При этом, специфика и разнообразие бизнес-процессов компаний перерабатывающего сектора в определенной степени влияют на использование ими свободной формы предоставления нефинансовой отчетности, которую, согласно исследованиям Ассоциации менеджеров в 2019 г. предпочли 50 % компаний-респондентов [6, 7].

Важность нефинансовой отчетности как коммуникативного инструмента КСО подтверждается исследованиями направлений ее использования, отраженными в таблице 3.

Данные таблицы 3 отражают результаты анализа, проведенного Ассоциацией менеджеров, согласно которому 58 % компаний – «лидеров КСО», участвовавших в исследованиях в 2019 г., используют нефинансовую отчетность во внутренних коммуникациях с сотрудниками. Использование нефинансовой отчетности в коммуникациях со стейкхолдерами является преобладающей и составляет 76 %. Существенными являются также коммуникации с акционерами и инвесторами (67 %). Не менее значимым с точки зрения коммуникационных технологий КСО является использование нефинансовой отчетности в целях анализа социальной направленности инвестиционной деятельности компаний (33%) и развития социального инвестирования с учетом необходимых корректив (24%), что свидетельствует о качестве отчетов и уровне их информативности [6–8]. По оценкам экспертов, публикуемые сегодня отчеты существенно различаются по массиву отчетных данных, уровню их детализации и транспарентности [9]. Это предъявляет особые требования к качеству и

Таблица 3: Коммуникационная направленность использования нефинансовой отчетности. Составлено автором на основе исследований Ассоциации менеджеров (суммарный результат превышает 100% с учетом возможности выбора компаниями-респондентами более одного варианта) [6, 7].

Table 3: Communication orientation of the use of non-financial reporting. Compiled by the author on the basis of research of the Association of Managers (the total result exceeds 100%, taking into account the possibility of choosing more than one option by respondent companies) [6, 7].

Направления использования нефинансовой отчетности	%
Внутренние коммуникации с сотрудниками	58
Внешние коммуникации с заинтересованными сторонами	76
Коммуникации с акционерами и инвесторами	67
Анализ эффективности социальных инвестиций	33
Корректировки направлений и объема социального инвестирования	24

достоверности информации, содержащейся в нефинансовых отчетах, что оказывает непосредственное влияние на процесс взаимодействия с заинтересованными сторонами.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о возрастающем значении нефинансовой отчетности как источника информации о результатах деятельности компаний в социальной, экономической, экологической сферах с учетом интересов стейкхолдеров. Способствуя информационной открытости и прозрачности бизнеса, публичная нефинансовая отчетность тем самым повышает степень доверия к нему. Это обуславливает особую важность нефинансовой отчетности как коммуникативного инструмента КСО и необходимость ее эффективного применения в целях успешного развития корпоративной социальной деятельности.

## Заключение

1. Обосновано значение публичной нефинансовой отчетности в разработке механизмов КСО с учетом интересов всех заинтересованных сторон компании в принятии решений и их реализации.
2. Проанализированы основные тенденции практического применения нефинансовой отчетности за период 2013–2024 гг. с точки зрения степени вовлеченности российских компаний в эту работу.
3. Определены особенности нефинансовой отчетности за двенадцатилетний период, связанные с динамикой представления ее компаниями, спецификой их отраслевой принадлежности, необходимостью повышения ее качества и уровня информативности.
4. Выявлена структура нефинансовой отчетности с учетом актуальности используемых форм отчетности и их соотношения в исследуемый период.
5. Установлена коммуникационная направленность использования нефинансовой отчетности как источника информации о результатах экономической, социально и экологически ответственной деятельности предприятий.

**Конкурирующие интересы:** Конкурирующих интересов нет.

### Библиографический список

1. Заводчикова Т.Б. Корпоративная социальная ответственность как интегральная составляющая российского бизнеса // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2024. – Т. 15. – № 3. – С. 102–112. EDN: TYGGAZ.
2. Благов Ю.Е. Р. Эдвард Фримен и концепция заинтересованных сторон (предисловие к разделу) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2012. – № 1. – С. 109–116. EDN: OXQQBT.
3. Freeman R. E. Stakeholder Management: A Stakeholder Approach. Marshfield, MA: Pitman Publishing, 1984. – 292 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://books.google.ru/books?id=DcxVAgAAQBAJ&hl=ru> (дата обращения: 01.12.2024).
4. Руководство по социальной ответственности. Международный стандарт ISO 26000:2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://smartcons.org/photoz/downloadfiles/ISO\\_26000\\_\(Rus\)-draft.pdf](https://smartcons.org/photoz/downloadfiles/ISO_26000_(Rus)-draft.pdf) (дата обращения: 03.12.2024).
5. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества. / Ю.Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю.Е. Благова, И.С. Соболева. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014. – 144 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studfile.net/preview/6338110/> (дата обращения: 19.01.2024).
6. Доклад о социальных инвестициях в России – 2019: к трансформации бизнеса в интересах устойчивого развития / Ю.Е. Благов, А.А. Петрова–Савченко; под общ.ред. Ю.Е. Благова. М.: Ассоциация Менеджеров, 2020. – 74 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://amr.ru/upload/iblock/435/4356def1f8d2cbeb228da1e761fec5ee.pdf> (дата обращения: 19.01.2024)..
7. Российский союз промышленников и предпринимателей. Национальный регистр корпоративных нефинансовых отчетов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://rspp.ru/sustainable\\_development/registr/?ysclid=m4e0jwdiv4423114626](https://rspp.ru/sustainable_development/registr/?ysclid=m4e0jwdiv4423114626) (дата обращения: 07.12.2024).
8. Российский союз промышленников и предпринимателей. ESG отчетность – корпоративная отчетность по устойчивому развитию в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://amr.ru/upload/iblock/8f0/8f0b59a284a7d8d823be3c8e082edafd.pdf> (дата обращения: 17.11.2024).
9. Кожухова В.В. Анализ, оценка и мониторинг нефинансовых рисков по данным корпоративной отчетности предприятий // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2024. – № 5 (235). – С. 75–83. EDN: XZTKSH.

## Non-financial reporting as a communicative tool for corporate social responsibility

T. B. Zavodchikova

Samara National Research University, 34,  
Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russia.

### Abstract

The article shows the growing importance of public non-financial reporting as a source of information on the performance of companies in the social, economic, and environmental spheres in the context of the current transformation of the socio-economic environment.

To substantiate the importance of non-financial reporting in the development of corporate social responsibility mechanisms taking into account the interests of stakeholders, an analysis of the main trends in the practical application of non-financial reporting by Russian companies for the period 2013–2024 was conducted.

Based on the analytical data obtained over a twelve-year period, the features of non-financial reporting related to the dynamics of its presentation by companies, the specifics of their industry affiliation, the need to improve its quality and level of information content, and the relevance of the reporting forms used were identified.

The directions of using public non-financial reporting are determined, reflecting its importance as a communicative tool for corporate social responsibility and the need for its effective application for the successful development of corporate social activity.

**Keywords:** corporate social responsibility; stakeholders; communications; sustainable development; non-financial reporting.

Received: Monday 14<sup>th</sup> October, 2024 / Revised: Wednesday 13<sup>th</sup> November, 2024 /  
Accepted: Friday 13<sup>th</sup> December, 2024 / First online: Tuesday 28<sup>th</sup> January, 2025

**Competing interests:** No competing interests.

### References

#### Management (Research Article)

© Authors, 2024

© Samara University, 2024 (Compilation, Design, and Layout)

Ⓜ Ⓞ ⓘ The content is published under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

#### Please cite this article in press as:

Zavodchikova T. B. Non-financial reporting as a communicative tool for corporate social responsibility, *Vestnik Samarskogo Universiteta. Ekonomika i Upravlenie = Vestnik of Samara University. Economics and Management*, 2024, vol. 15, no. 4, pp. 213–222. doi:<http://doi.org/10.18287/2542-0461-2024-15-4-213-222> (In Russian).

#### Author's Details:

Tamara B. Zavodchikova  <http://orcid.org/0000-0002-1158-1803>

Ph.D. in Economics, Associate Professor; Associate Professor of the Department of General and Strategic Management;

e-mail: [toma.zavod@gmail.com](mailto:toma.zavod@gmail.com)

1. Zavodchikova T.B. Corporate social responsibility as an integral component of Russian business // Bulletin of Samara University. Economics and Management. – 2024. – Vol. 15. – No. 3. – pp. 102–112. EDN: TYGGAZ. (In Russ.).
2. Blagov Yu.E. R. Edward Freeman and the concept of stakeholders (preface to the section) // Bulletin of St. Petersburg University. Management. – 2012. – No. 1. – pp. 109–116. EDN: OXQQBT (In Russ.).
3. Freeman R. E. Stakeholder Management: A Stakeholder Approach. Marshfield, MA: Pitman Publishing, 1984. – 292 p. [Electronic resource]. Access mode: <https://books.google.ru/books?id=DcxVAgAAQBAJ&hl=ru> (accessed: 01.12.2024).
4. Social Responsibility Guidelines. International Standard ISO 26000:2010. [Electronic resource]. Access mode: [https://smartcons.org/photoz/downloadfiles/ISO\\_26000\\_\(Rus\)-draft.pdf](https://smartcons.org/photoz/downloadfiles/ISO_26000_(Rus)-draft.pdf) (accessed: 03.12.2024) (In Russ.).
5. Report on social investments in Russia – 2014: to create value for business and society. / Yu.E. Blagov (et al.); under the general editorship of Yu.E. Blagov, I.S. Sobolev. St. Petersburg: Author's creative workshop (ATM Book), 2014. – 144 p. [Electronic resource]. Access mode: <https://studfile.net/preview/6338110/> (accessed: 19.01.2024) (In Russ.).
6. Report on social investments in Russia – 2019: towards business transformation in the interests of sustainable development / Yu.E. Blagov, A.A. Petrova–Savchenko; under the general editorship of Yu.E. Blagov. Moscow: Association of Managers, 2020. – 74 p. [Electronic resource]. Access mode: <https://amr.ru/upload/iblock/435/4356def1f8d2cbeb228da1e761fec5ee.pdf> (accessed: 19.01.2024) (In Russ.).
7. Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs. National Register of Corporate Non–Financial Reports. [Electronic resource]. Access mode: [https://rspp.ru/sustainable\\_development/registr/?ysclid=m4e0jwdiv4423114626](https://rspp.ru/sustainable_development/registr/?ysclid=m4e0jwdiv4423114626) (accessed: 07.12.2024) (In Russ.).
8. Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs. ESG reporting – corporate reporting on sustainable development in Russia. [Electronic resource]. Access mode: <https://amr.ru/upload/iblock/8f0/8f0b59a284a7d8d823be3c8e082edafd.pdf> (accessed: 17.11.2024) (In Russ.).
9. Kozhukhova V.V. Analysis, assessment and monitoring of non–financial risks based on corporate reporting data of enterprises // Bulletin of the Samara State University of Economics. – 2024. – No. 5 (235). – pp. 75–83. EDN: XZTKSH. (In Russ.)