

*Алиева А.С.,
студент
4 курс, кафедра «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Севастопольский государственный университет
Россия, г. Севастополь*

*Одинцова Т.М.,
доцент
зав. кафедрой «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Севастопольский государственный университет
Россия, г. Севастополь*

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ КОМПАНИИ

***Аннотация:** Современные экономические условия постоянной турбулентности экономики вызывают необходимость устойчивого развития, основанного на стабильном функционировании предприятия. С этой целью предпринимательские сообщества стремятся обеспечить положительную репутацию посредством обеспечения максимальной открытости и прозрачности информации о корпоративном управлении, внутренних стандартах взаимодействия подразделений, социальной ответственности и охраны окружающей среды, которая позволяет всем заинтересованным пользователям получить представление о деятельности компании.*

***Ключевые слова:** нефинансовая отчетность, деловая репутация, интегрированная отчетность, нефинансовые показатели.*

***Abstract:** Modern economic conditions of the constant turbulence of the economy necessitate sustainable development based on the stable functioning of the enterprise. To this end, business communities strive to ensure a positive reputation*

by ensuring maximum openness and transparency of information about corporate governance, internal standards for the interaction of departments, social responsibility and environmental protection, which allows all interested users to get an idea of the company's activities.

Keywords: *non-financial reporting, corporate governance, sustainable development, social responsibility, environmental parameters.*

Современный крупный и средний бизнес функционирует в сложных экономических условиях, обусловленных как постоянными санкционными войнами, так и ужесточением конкуренции в связи с тем, что предприятия стремятся удержать свои финансовые показатели на стабильном уровне несмотря на негативное влияние рисков внешней среды.

Устойчивые позиции российских компаний в национальной и глобальной экономике могут быть обеспечены только посредством повышения эффективности деятельности и обеспечения конкурентных преимуществ, основываясь на ответственности современных предпринимательских структур перед обществом и государством, создавая таким образом, основу устойчивого развития страны [4].

Ответственность предпринимательских структур при ведении бизнеса заключается в соблюдении баланса интересов акционеров, трудового коллектива, покупателей продукции предприятия, партнеров по бизнесу, местных сообществ в регионах присутствия и ведения бизнеса [2]. Поэтому стратегия корпоративной социальной ответственности должна формироваться на перспективу, с учетом будущих целей и приоритетов деятельности предприятия и баланса интересов всех заинтересованных сторон. Стратегия корпоративной социальной ответственности должна обеспечивать не только экономическую устойчивость предприятия и стабильные перечисления налоговых обязательств в бюджеты всех уровней, но и обеспечивать сохранение условий честной конкуренции, качество производимой

продукции, создание безопасных условий на рабочих местах, повышение квалификации работников предприятия, содействовать развитию территорий присутствия компаний, создавать взаимовыгодные и устойчивые отношения со всеми заинтересованными сторонами [2].

Предпринимательский сектор является первичным источником экономического благополучия и обеспечения населения доходами в виде заработной платы. Являясь неотделимой частью общества, предпринимательский сектор несет ответственность перед ним наряду с другими членами общества. Устойчивое развитие предпринимательского сектора сочетает в себе экономические и социальные параметры качества жизни населения, обеспечивает снижение предпринимательских рисков и рост конкурентных преимуществ, повышает эффективность использования трудовых ресурсов и покупательскую способность населения, улучшает репутацию компаний [2]. Предпринимательское сообщество оказывает серьезное влияние на экономику и социальную сферу в регионах своего присутствия, что в свою очередь обеспечивает улучшение делового климата и обеспечивает благоприятные факторы для реализации долгосрочных стратегий развития бизнеса.

Неотъемлемым фактором успешности бизнеса является конструктивное сотрудничество с гражданским обществом, создание долгосрочных партнерских отношений со всеми заинтересованными сторонами, включая организации по защите прав потребителей, организации по защите экологии, профсоюзы и государственные учреждения.

В сфере корпоративной ответственности находятся экономическая, социальная и экологическая составляющая социально-экономического положения региона присутствия. Корпоративная ответственность бизнеса базируется на соблюдении законодательства, добровольных инициативах предпринимательских структур, вкладе в развитие общества [5].

Обеспечение прозрачности деятельности бизнеса, формирование полных и достоверных данных о вкладе предпринимательских структур в социально-экономическое развитие региона присутствия способствует укреплению доверия общества к бизнесу [5].

Целостную информацию об экономических, социальных и экологических аспектах деятельности компании предоставляют посредством формирования нефинансовой отчетности. Такая отчетность является добровольной, а четких правил ее составления не существует. Однако крупные компании заинтересованы в ее составлении, поскольку она позволяет обеспечить устойчивую положительную репутацию и предоставить инвесторам максимально возможную полезную информацию для принятия решений о финансовых вложениях [5].

Расширение практики добровольной нефинансовой отчетности способствует развитию диалога с социальными партнерами и обществом и служит одновременно инструментом совершенствования систем внутрифирменного управления устойчивым развитием.

Стабильность финансовых показателей крупных и средних предприятий, их способность привлекать инвестиции, устанавливать тесное сотрудничество с партнерами, поставщиками и покупателями, во многом зависит от деловой репутации, которая определяется множеством факторов – экономико-финансовыми показателями, влиянием предприятия на экологию и социальную среду, внедрение и развитие новых технологий, уровень корпоративной этики, социальная ответственность перед обществом и работниками предприятия.

Вся эта информация содержится в нефинансовой отчетности, раскрытие которой позволяет укрепить позиции в рейтингах, улучшить деловую репутацию, и, таким образом, достичь конкурентных преимуществ на рынке функционирования.

На сегодняшний день все более актуальными для крупных промышленных холдингов становится не только их успешность ведения бизнеса, но и соблюдение экологических норм, социальная ответственность предприятия при ведении бизнеса.

В нефинансовой отчетности отражены сведения как об экономических результатах деятельности, так и результативность деятельности в сфере экологии и социальных параметров деятельности.

Согласно с Глобальной инициативой по отчетности (Global Reporting Initiative), под нефинансовой отчетностью понимают раскрытие информации и отчетности о результатах деятельности компании в области устойчивого развития перед внутренними и внешними заинтересованными лицами (стейкхолдерами) [3].

Ключевой целью формирования нефинансовой отчетности является предоставление данных об экономических показателях деятельности, экологических и социальных последствиях ведения бизнеса. Кроме того, нефинансовая отчетность содержит информацию о параметрах ценности самой компании, ее модели корпоративного управления, о степени взаимосвязки между задекларированной стратегией и стремлением к устойчивому развитию.

Посредством предоставления нефинансовой отчетности заинтересованные пользователи получают возможность сделать выводы об экономической, экологической, социальной и корпоративной деятельности, выступая, таким образом, основным каналом для демонстрации результатов устойчивого развития и информации о ключевых факторах, оказывающих влияние на бизнес [5].

Информация, отраженная в нефинансовой отчетности, позволяет показать, как миссия и стратегические цели предприятия, декларируемые компанией, реализуются в практической деятельности, и какую

ответственность несет компания за результаты своей работы в социальном и экологическом аспектах.

Посредством изучения данных из нефинансовой отчетности, заинтересованные пользователи получают уверенность в дальнейшей успешности бизнеса компании.

Нефинансовая отчетность является инструментом социальной ответственности бизнеса. В свою очередь, социальная ответственность бизнеса – это концепция, согласно которой компании добровольно интегрируют социальные и экологические аспекты в свою коммерческую деятельность и взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Данные нефинансовой отчетности позволяют сформировать имидж компании, раскрывая как данные финансовой отчетности, так и внутренние процессы, происходящие в компании, и основные направления ее развития. Это позволяет внешним пользователям получить наиболее полное представление не только в ретроспективном аспекте о результатах деятельности компании, но и оценить ее будущие перспективы, что является важным для инвесторов, кредитных институтов и партнеров [5].

Посредством раскрытия нефинансовой информации крупные российские компании стремятся улучшить свою деловую репутацию и сформировать привлекательный имидж. Таким образом, нефинансовая отчетность является для крупных компаний своеобразным PR-инструментом, который посредством предоставления правильно сформированной и сгруппированной по различным аспектам деятельности предприятия данным способен упрочить конкурентное положение компании на рынке [4].

Предоставление нефинансовой информации позволяет создать крупным компаниям ощущение открытости для всех заинтересованных пользователей, и, таким образом, заполучить доверие и поддержку со стороны общества и государства.

Кроме того, данные, содержащиеся в нефинансовой отчетности, позволяют как менеджменту компании, так и инвесторам дать более достоверную оценку рисков бизнеса, что позволяет более адекватно оценить перспективы инвестиционных вложений и перспектив экономического развития компании.

Нефинансовая отчетность также служит инструментом повышения узнаваемости компании на рынке, и повышению устойчивости ее как бренда.

Согласно российской Концепции развития непубличной финансовой отчетности, отечественные компании могут формировать несколько видов нефинансовой отчетности:

- отчет о деятельности в области устойчивого развития, в котором широкий круг заинтересованных пользователей может получить сведения о подходах и результатах деятельности компании по наиболее актуальным вопросам устойчивого развития и социальной ответственности. В таком отчете проводится обобщение данных о результатах работы по обеспечению устойчивого развития, дается характеристика деловой практики компании относительно экономических, экологических и социальных аспектов и систем управления. Подготовка таких отчетов осуществляется на основе норм международных стандартов, таких как руководство GRI, положения принципов ООН, стандарт ГОСТ Р ИСО 26000-2012 и Социальная хартия российского бизнеса;

- годовой отчет, основной целью которого является информирование акционеров о результатах деятельности компании за отчетный год, и в котором отражается расширенная информация о корпоративном управлении, состоянии ценных бумаг компании на рынке, регулирующих деятельность компании нормативно-правовых актах, а также раскрываются основные положения Кодекса корпоративного управления. Годовой отчет также может включать в себя информацию по вопросам устойчивого развития, социальной

ответственности, и вопросам управления экологией в рамках действующего производства;

- интегрированный отчет, в котором отражается информация о сформированной бизнес-модели в рамках деятельности компании. Такой отчет формируется с целью удовлетворения потребностей инвесторов в финансовой и нефинансовой информации о деятельности компании для принятия решений об инвестиционных вложениях [1].

Концепция развития непубличной финансовой отчетности позволяет компаниям формировать несколько видов нефинансовой отчетности, при этом такая отчетность может формироваться за разные периоды времени в зависимости от потребностей пользователей информации и задач компании. Для российских компаний предоставлена возможность формировать тематические отчеты – экологические, социальные, экономические, в которых содержится информация по отдельным направлениям деловой практики. Например, отчет может содержать сведения о деятельности компании относительно охраны окружающей среды, выбросах парниковых газов, корпоративной социальной политике и т.д. Тематические отчеты могут формироваться как в свободной форме, так и придерживаясь международных стандартов для раскрытия отдельных показателей [1].

Такие отчеты не заменяют публичной нефинансовой отчетности, при этом они служат, при условии их публикации в открытом доступе, дополнительным источником более подробных сведений по отдельным вопросам, ссылки на них могут включаться в публичную нефинансовую отчетность.

Итак, проведенный анализ показал, что нефинансовая отчетность для российских компаний является инструментом создания положительного делового имиджа, укрепления конкурентных позиций и обеспечения взаимосвязи между бизнесом, обществом и государством. Современные предпринимательские структуры являются основой социально-

экономического развития как государства в целом, так и региона присутствия. Поэтому именно на них ложиться ответственность за многие экономические, социальные и экологические процессы, происходящие на определённой территории. Последствия промышленного производства, эффективность корпоративного управления, работа по созданию безопасных условий труда в комплексе создают репутацию стабильного и надежного предприятия, обеспечивая тем самым лояльное отношение к предприятию со стороны государства, общества, партнеров и инвесторов. Поэтому информация, которая отражается в нефинансовой отчетности по вопросам экономики, социальной деятельности и обеспечения экологии является важной для любого крупного предприятия.

Использованные источники:

1. Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2017 N 876-р «Об утверждении Концепции развития публичной нефинансовой отчетности и плана мероприятий по ее реализации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216631/a419657b8ce6c193f73e26d7ffb6ecac947c8520/
2. Об ответственной деловой практике и нефинансовой отчетности // Российский союз промышленников и предпринимателей. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rspp.ru/activity/position/ob-otvetstvennoy-delovoy-praktike-i-nefinansovoy-otchetnosti/>
3. Нефинансовая информация: регулирование, анализ, аудит / под ред. д-ра экон. наук, проф. М.А. Осипова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 209 с.
4. Зуева И.А. Развитие системы раскрытия информации о результатах деятельности участников бизнеса // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2020. – № 1(32). – С. 46-54.

5. Поташева О.Н., Корнеева Т.А. Формирование нефинансовой отчетности: международная и российская практика // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2020. – № 5(187). – С. 97-105