

**Каспина Р.Г., д.э.н.
Бунчаева Е.А.**
rosakaspina@yandex.ru

Казанский (Приволжский)
федеральный университет
Казань, Россия

КАЧЕСТВО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПУБЛИЧНЫХ КОМПАНИЙ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Аннотация: На сегодняшний день нефинансовая отчетность служит в качестве наиболее совершенного инструмента взаимодействия со стейкхолдерами и рациональной корпоративной стратегии. Фокусирование на устойчивом развитии, подразумеваемом сочетании экономических, социальных и экологических факторов, позволяет компании снизить предпринимательские риски, укрепить конкурентоспособность, повысить эффективность персонала, лояльность потребителей, а также улучшить репутацию компаний и внести позитивный вклад предпринимательского сообщества в экономическое и социальное развитие территорий своего присутствия.

Ключевые слова: заинтересованные стороны, нефинансовая информация, нефинансовая отчетность.

В современном мире одним из основных аспектов деятельности любой компании является взаимодействие с заинтересованными сторонами. Современные стейкхолдеры являются активными полноправными участниками экономического обмена, которые готовы проявлять инициативу в отношении корпоративного управления. Руководствуясь своими интересами, они принимают активные действия по отношению к политике руководства, оказывают существенное влияние на процесс принятия важных корпоративных решений, тем самым воздействуя на деятельность компании в целом. Таким образом, между корпорацией и стейкхолдерами возникает важное взаимодействие и даже взаимозависимость, вызванные общностью интересов данных экономических субъектов [5].

С целью удовлетворения информационных потребностей стейкхолдеров большинство крупных успешных компаний регулярно формируют нефинансовые отчеты, позволяющие заинтересованным сторонам (в лице поставщиков, инвесторов, органов государственного управления, средств массовой информации, некоммерческого сектора, сотрудников предприятий) оценить процесс функционирования компании, эффективность предлагаемых ею социально значимых проектов, отследить динамику ее развития.

Многие менеджеры для создания эффективной системы управления репутацией используют в своей практике теорию стейкхолдеров корпорации, которая рассматривает систему взаимодействия заинтересованных лиц и

компании, при которой поведение последней рассматривается в качестве равнодействующей по отношению к разносторонне и даже противоположно направленным интересам стейкхолдеров (в случае, если между ними возникают отношения не кооперативного характера). В таком случае совокупность стейкхолдеров можно рассматривать в качестве противоречивого целого или, иначе говоря, назвать «коалицией влияния» компании [3, с. 138-143].

Целью данной работы является определение факторов, влияющих на качество взаимодействия публичных компаний со стейкхолдерами.

Чтобы стать успешными и конкурентоспособными участниками рынка компаниям необходимо удовлетворять интересам стейкхолдеров, учитывать высказанные участниками диалогов пожелания и предложения, а также наладить качественную систему взаимодействия с заинтересованными сторонами (посредством личных встреч, видео- и аудио-трансляции финансовой отчетности, публикации информационных продуктов в печатном и электронном виде, выступления топ-менеджмента на конференциях). Взаимодействие со стейкхолдерами зависит от ряда факторов, определив которые, компании смогут использовать наиболее рациональные инструменты и механизмы регулирования данного процесса.

Предположим, что качество взаимодействия компаний с заинтересованными сторонами зависит от нескольких факторов, таких, например, как гарантия безопасности деятельности компании, качество представленной на сайте компании информации, а также оценка качества представленной в нефинансовом отчете информации.

С целью подробного исследования влияния перечисленных факторов на качество взаимодействия со стейкхолдерами при использовании статистического пакета *gretl* была построена корреляционная матрица на основе 21-го наблюдения (для исследования степени корреляционной зависимости между переменными). Корреляционная матрица приведена в таблице 1.

5% критические значения (двухсторонние) = 0,4329 для $n = 21$

Таблица 1 - Корреляционная матрица

X1	X2	X3	Y	
1,0000	0,3725	-0,0461	0,6277	X1
	1,0000	0,0269	0,7186	X2
		1,0000	0,3141	X3
			1,0000	Y

В качестве зависимой переменной (y) было рассмотрено качество взаимодействия компаний с заинтересованными сторонами. В качестве факторов, влияющих на результирующую переменную: гарантия безопасности деятельности компании (x1), качество представленной на сайте компании информации (x2) и оценка качества представленной в нефинансовом отчете информации (x3).

Чем ближе коэффициент корреляции к единице, тем сильнее корреляционная зависимость между переменными. Наибольшее значение имеет коэффициент корреляции между x1 (гарантией безопасности деятельности компании) и x2 (качеством представленной на сайте компании информации).

При использовании пакета *gretl* с помощью классического метода наименьших квадратов мы оценили параметры модели «Взаимодействие компаний с заинтересованными сторонами». Результаты множественной регрессии в численном виде представлены в таблице 2 и таблице 3.

Таблица 2 - Результаты множественной регрессии

Переменная	Кэф-фициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	-1,59119	0,850371	-1,871	0,0786	*
X1	0,386784	0,110993	3,485	0,0028	***
X2	0,562115	0,129458	4,342	0,0004	***
X3	0,407048	0,148926	2,733	0,0142	**

Таблица 3 - Результаты множественной регрессии

Параметры модели	Значение	Параметры модели	Значение
Среднее зав. перемен	4,047619	Ст. откл. зав. перемен	0,589592
Сумма кв. остатков	1,608811	Ст. ошибка модели	0,307630
R-квадрат	0,768596	Испр. R-квадрат	0,727760
F(3, 17)	18,82150	P-значение (F)	0,000012
Лог. правдоподобие	-2,822922	Крит. Акаике	13,64584
Крит. Шварца	17,82393	Крит. Хеннана-Куинна	14,55260

Исключая константу, наибольшее р-значение получено для x3 (оценки качества представленной в нефинансовом отчете информации). Так как р-значение каждого из факторов меньше или равно 0,01, модель является значимой.

Коэффициент детерминации имеет высокое значение и составляет 0,768596.

Как следует из данных, полученных в *greftl*, многофакторная модель будет иметь вид:

$$y = -1,59 + 0,387*x_1 + 0,562*x_2 + 0,407*x_3$$

(0,850) (0,111) (0,129) (0,149)

$$n = 21, R\text{-квадрат} = 0,769$$

(в скобках указаны стандартные ошибки)

Все коэффициенты регрессии в полученном уравнении являются статистически значимыми.

Проверим наличие гетероскедастичности в модели, используя тест Вайта (White).

Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует

Тестовая статистика: LM = 21,

р-значение = P(Chi-квадрат(7) > 21) = 0,00377015

Результаты теста Вайта показывают отсутствие гетероскедастичности.

Полученную в ходе исследования модель целесообразно считать адекватной исходным данным, так как в модели все коэффициенты регрессии являются статистически значимыми, коэффициент детерминации имеет высокое значение. В модели отсутствует гетероскедастичность.

Выдвинутые гипотезы подтвердились результатами исследования. Качество взаимодействия компаний с заинтересованными сторонами зависит от нескольких факторов, таких как гарантия безопасности деятельности компании, качество представленной на сайте компании информации и оценка качества представленной в нефинансовом отчете информации.

В КСО содержится нефинансовая информация, доступно и достоверно отражающая все ключевые аспекты деятельности компаний, а также результаты, связанные с устойчивым развитием бизнеса. Нефинансовая информация содержит такие существенные элементы функционирования экономического субъекта как: экологическая безопасность, стратегия компании, кадровая политика, бизнес-модель, устойчивое развитие. Наличие нефинансовой информации позволяет заинтересованным сторонам увидеть пути функцио-

нирования интересующей их компании, отследить динамику ее развития и оценить эффективность социально значимых проектов [2].

Осознав, что отсутствие нефинансовой информации в отчетности может привести к негативным последствиям (ведь ее недостаток может повлиять на репутацию, а испорченная репутация грозит потерей конкурентоспособности), компании приходят к выводу о необходимости составления Отчета о социальном развитии. Лидеры экономических субъектов приходят к мысли, что для повышения инвестиционной привлекательности и формирования определенного статуса, для детального отражения их позиции в отношении устойчивого развития общества и лиц, на которых эти организации оказывают влияние, уже не недостаточно участия в благотворительной и спонсорской деятельности. Этот момент можно назвать ключевым в переходе компании на качественно новый виток развития корпоративного управления. Ведь теперь корпоративная социальная ответственность осознанно рассматривается менеджментом как основополагающий принцип корпоративного управления.

В России первый нефинансовый (экологический) отчет был сформирован в 2001 году. За 15 лет использования российскими компаниями данной отчетности был пройден путь от единичных корпораций-пионеров, взявших на себя инициативу применения на практике новых идей, до 158 компаний (на 2015 год), которые на сегодняшний день включены в Национальный регистр Российского союза промышленников и предпринимателей [4].

За 15 лет формирования нефинансовой отчетности в России накоплен колоссальный опыт сбора и раскрытия информации, ориентированной на различные группы стейкхолдеров и общественные запросы. Теперь компании наиболее полно представляют системы управления и управленческие подходы; осуществляют документальное оформление подходов в области корпоративной социальной ответственности, устойчивого развития и взаимодействия с заинтересованными сторонами.

В последние годы в России нефинансовой информации стало уделяться гораздо больше внимания, нежели до этого, поскольку в современных условиях раскрытие в отчетности компаний данной информа-

ции является одним из важных факторов социально-экономического развития. На рисунке 1 отражено количество компаний России, публикующих нефинансовые отчеты в разбивке по годам выпуска (с 2001 года по 2014 год) [1].

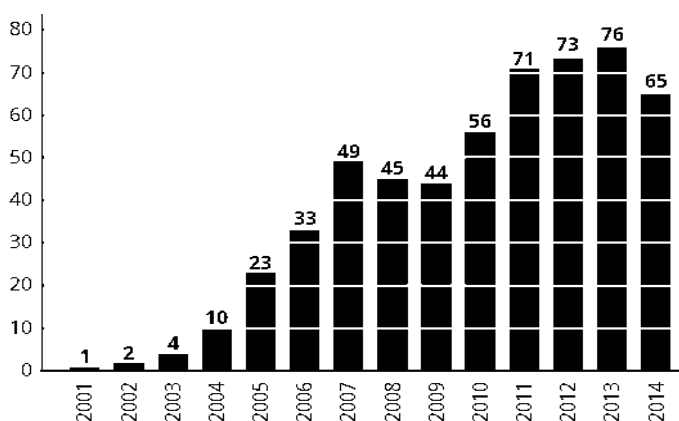


Рисунок 1. Количество компаний России, публикующих нефинансовые отчеты в разбивке по годам выпуска (2001-2014 гг.)

В соответствии с рисунком 1 можно сделать вывод, что количество нефинансовых отчетов в России в целом имеет положительную динамику (с 2001 года количество таких отчетов выросло в разы). Объясняется это заметно возросшей ролью бизнеса в общественном развитии, а также повышением требований к его открытости и прозрачности предоставляемой стейкхолдерам информации. Однако следует отметить, что в России наблюдается та же тенденция, что и в мире – темпы прироста отчитывающихся компаний в последнее время сокращаются. Стабильный рост наблюдался лишь до 2007 года, далее ситуация не отличалась стабильностью (рецессия в 2008 и 2009 гг., далее прирост с 2010 по 2013 г., и резкое сокращение количества компаний в 2014 году). Объяснение этому, судя по всему, соответствует международной закономерности. Крупнейшие российские компании регулярно публикуют нефинансовые отчеты, в то время как средние и особенно малые предприятия проявляют невысокую активность в этой области. Лидирующие позиции по-прежнему занимают нефтегазовая, энергетическая, химическая, металлургическая и финансовая отрасли. За 6 последних лет темпы роста в каждой из них составили в среднем 50 % [1].

Регулярное представление общественности нефинансовой отчетности позволяет компаниям повысить уровень доверия при взаимодействии со стейкхолде-

рами и, тем самым, сформировать безупречную деловую репутацию. Периодичность представления российскими компаниями нефинансовой отчетности на 2014 год представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Периодичность представления нефинансовой отчетности российскими компаниями на 2014 год

В соответствии с рисунком 2 можно сделать вывод, что на 2014 год: 35% компаний регулярно (с периодичностью 1-2 года) выпускают нефинансовые отчеты; 38% компаний прекратили выпуск нефинансовой отчетности; 27% компаний нерегулярно (с различной периодичностью) выпускают отчеты в области устойчивого развития или начали их формирование последние 1-2 года (рано делать вывод об устойчивости данного процесса). Прекращение выпуска нефинансовой отчетности может быть обусловлено несколькими факторами: компания прекратила свое существование (была реорганизована или поглощена другой компанией) либо в компании произошла смена собственника (основного акционера), что зачастую сопровождается сменой менеджмента. Количество российских компаний, прекративших выпуск нефинансовых отчетов по состоянию на 2014 год, представлено на рисунке 3.



Рисунок 3. Количество российских компаний, прекративших выпускать нефинансовые отчеты (2005-2013 гг.)

Исходя из рисунка 3, можно сделать вывод, что с 2005 по 2013 год наблюдается значительное сокращение количества российских компаний, прекративших выпуск нефинансовой отчетности, что является положительной тенденцией.

Соотношение нефинансовых отчетов, выпускаемых российскими предприятиями на 2015 год (выборка из 608 отчетов) в соответствии с данными Российского союза промышленников и предпринимателей представлено на рисунке 4.



Рис. 4 - Соотношение нефинансовых отчетов, выпускаемых российскими предприятиями на 2015 год

На сегодняшний день наибольшее количество нефинансовых отчетов, формируемых российскими предприятиями, приходится на долю Социальных отчетов (42% или 258 шт.). Отчеты в области устойчивого развития также занимают немалую долю среди нефинансовых отчетов в России (33% или 200 шт.); интегрированные и экологические отчеты (86 шт. и 52 шт., соответственно). Количество отраслевых отчетов составляет 23 шт. – это всего лишь 3% от общего числа нефинансовой отчетности. Наличие стольких нефинансовых отчетов в целом свидетельствует о том, что подобная отчетность выгодна как стейкхолдерам, так и предприятиям, т. к. служит инструментом, доступно и достоверно отражающим общественное лицо российского бизнеса [13].

В современной России составление нефинансовых отчетов является добровольной инициативой. Перспективы введения формализованных правил по формированию нефинансовой отчетности для российских компаний пока не очевидны и компании самостоятельно определяют, какие системы отчетности и показатели использовать. Однако эта тема становится все более актуальной и активно обсуждается на государствен-

ном уровне. Еще в 2012 г. были выпущены Директивы Председателя Правительства РФ, в которых была отмечена необходимость принятия решения об обязательной регулярной публикации нефинансовых отчетов для государственных компаний. В приложении к Директивам содержится перечень из 22 крупнейших государственных компаний и госкорпораций, которым в первую очередь адресованы данные меры.

В тот же период Минэкономразвития России приступило к разработке Концепции развития публичной нефинансовой отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу (период до 2020 г.). Сформированный проект данной концепции проходил активное обсуждение в экспертной среде в 2012–2014 гг. Преимущества принятия данного проекта заключаются в стимулировании повышения информационной открытости и ответственности компаний. Стейкхолдеры смогут осознать вклад компаний в развитие страны, получив комплексную сбалансированную информацию о социальных, экономических и экологических результатах деятельности. Концепция была представлена в Правительство РФ, сегодня работа над ним продолжается.

Таким образом, сегодня в России тенденция формализации требований в области ответственной деловой практики и установления понятных для всех стейкхолдеров универсальных правил активного развития пока не получила, но этот вопрос становится все более актуальным. За 15 лет формирования нефинансовой отчетности в России накоплен колоссальный опыт сбора и раскрытия информации, ориентированной на различные группы стейкхолдеров и общественные запросы. Теперь компании наиболее полно представляют системы управления и управленческие подходы; осуществляют документальное оформление подходов в области корпоративной социальной ответственности, устойчивого развития и взаимодействия с заинтересованными сторонами.

Качество взаимодействия со стейкхолдерами определяет деловую репутацию компании, формирует ее имидж, потому компаниям важно знать, какие факторы оказывают существенное влияние на результирующий показатель. В нашем случае, качество взаимодействия компаний с заинтересованными сторонами зависит от таких факторов как гарантия безопасности

деятельности компании, качество представленной на сайте компании информации и оценка качества представленной в нефинансовом отчете информации. Следовательно, компаниям в первую очередь необходимо обращать внимание на данные показатели. Уделив особое внимание развитию связей со стейкхолдерами компании смогут добиться повышения качества управления, уменьшения рисков деятельности и, следовательно, улучшить репутацию компании, что гарантирует ей повышение результативности.

**Kaspina R.G.
Bunchaeva E.A.**

THE QUALITY OF INTERACTION BETWEEN PUBLIC COMPANIES WITH STAKEHOLDERS IN THE FORMATION OF NON-FINANCIAL REPORTING

Currently, non-financial reporting is an excellent tool for stakeholder engagement, as well as a rational method of corporate strategy. Focusing on sustainable development, which combines economic, social and environmental factors, allows the company to reduce business risks, strengthen competitiveness, improve staff efficiency and reputation of the company and make a positive contribution to the world economy.

Keywords: stakeholders, non-financial information, non-financial reporting.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аленичева Л.В., Феоктистова Е.Н., Хонякова Н.В., Озерянская М.Н., Копылова Г.А. Ответственная деловая практика в зеркале отчетности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов: 2012–2014 годы выпуска. – М.: РСПП, 2015. - 136 с.
2. Арустамян Г. С. Роль и значение стейкхолдеров в корпоративном поведении. URL: <http://econf.rae.ru/pdf/2014/06/3504.pdf> (дата обращения: 10.12.2015).
3. Вахрушина М. А. Бухгалтерское дело: Уч., 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М. - 2015. - 376 с.
4. Гондарев Р.С., Разнова Н.В. Построение модели развития бизнеса на основе интеграции концепции организационных изменений и инструментов стейкхолдер-менеджмента - Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. - 2014. - № 14. - С. 7-15.
5. Kaspina R. G. Practical application the theory of constrains: experience and Challenges of Russian companies. Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2015. - Т. 6. - № 1S3. - С. 365-369.
6. Kaspina, R., Interrelation of Company's Business Model Structure and Information Disclosed in Management Reporting / R. G. Kaspina, L. S. Khapugina, E. A. Zakirov // Life Science Journal. – № 11 (12), (2014) – pp.778-780.
7. Kaspina, R., Practical application the theory of constrains: experience and Challenges of Russian companies//Mediterranean Journal of Social Sciences. - Vol. 6. № 1S3 (2015) - pp. 365-369.
8. Морозов В. О. Определение стратегических позиций стейкхолдер-организации: Территория новых возможностей, - Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. - 2013. - № 1 (19). - С. 138-143.
9. Солодухин К.С. Проблемы применения теории заинтересованных сторон в стратегическом управлении организацией - Проблемы современной экономики : журнал. - 2007. - №4 (24).
10. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2012-2014 годы выпуска «Ответственная деловая практика в зеркале отчетности». URL: <http://media.rspp.ru/document/1/f/c/fc84b1337dbdd2411f73f3ca3f1bd173.pdf> (дата обращения: 16.12.2015).
11. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей. URL: <http://рспп.рф/simplepage/475> (дата обращения: 18.12.2015).