

Чудинов Олег Олегович

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

Красноярский финансово-экономический колледж – филиал ФГОБУ ВО

«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

г. Красноярск, Красноярский край

ОСОБЕННОСТИ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ НЕФИНАНСОВЫХ ОТЧЕТОВ

***Аннотация:** статья посвящена вопросам подготовки нефинансовых (социальных, экологических и об устойчивом развитии) отчетов. Раскрываются основные принципы подготовки и ведения соответствующих документов. Автором анализируются факторы повышения уровня конкурентоспособности и возможностей выхода на международные рынки компаний, ведущих такую отчётность.*

***Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, ESG, общество, экология, отчет.*

Одной из современных форм отчётности, которые ведут корпорации и бизнес-структуры различной формы собственности, является нефинансовая. Она представляет собой документ, который отражает воздействие компании на социальные и экологические процессы в обществе и на территории своего влияния. Ведение этой работы имеет свои особенности. Так для того, чтобы такой документ представлял собой не только лишь красочный буклет, но и содержал в себе информацию необходимую для анализа и хозяйственного планирования необходимо, чтобы:

1) в процесс подготовки и заверения отчета были вовлечены представители всех заинтересованных сторон;

2) отчетность велась на регулярной основе, охватывала все соответствующие вопросы, отражала сведения о достижении целевых показателей, установленных на уровне мировых стандартов и дополнительных корпоративных норм, а их результаты были сопоставлены с отчетными периодами предыдущих лет;

3) работу над отчётом вела постоянно действующая рабочая группа, включающая как представителей различных уровней управления, так и внешних стейкхолдеров.

Общий алгоритм указанной работы в доступной форме изложен в работе Внешэкономбанка «Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса». Он включает в себя несколько основных этапов.

1. Планирование процесса подготовки отчетности, включающего формирование рабочей группы, разработку концепции отчёта и плана-графика работы.

2. Корректировку содержания и наполнения документов, отражающих результаты социальной и экологической деятельности, с учетом взаимодействия с заинтересованными сторонами.

3. Сбор необходимой для работы информации из внутренних и внешних источников.

4. Подготовку рабочей версии отчета и её рассылку с целью сбора замечаний и устранения недочетов.

5. Подготовку финальной версии отчета с учетом собранных предложений и недостатков.

6. Формирование дизайн-концепции, проведение внутренней проверки и утверждение уполномоченными должностными лицами.

7. Издание и распространение нефинансового отчета [1, с. 28–29].

Помимо перечисленного, одним из ключевых требований является проведение внутреннего нефинансового аудита. Эта процедура направлена на проверку представленной в отчете информации, а проводить её должна уполномоченная организация. После проверки документа, отражающего вопросы социальной и экологической деятельности бизнеса, она выдает аудиторское заключение о подлинности информации, тем самым подтверждая, что процедура подготовки отчета проходила как с учетом достижения реальных показателей, так и оценки результатов этой работы заинтересованными сторонами, а не носила субъективный или маркетинговый характер. В настоящее время одной из самых крупных компаний, занимающейся заверением отчетов является «ПрайсвотерхаусКуперс Аудит».

Подтверждением успехов в социальной деятельности могут являться также победы в различных конкурсах. Различного рода премии для социально ответственных корпораций вручают сегодня в странах Азии и Европы, в том числе государствах постсоветского пространства.

В Российской Федерации одним из первых таких конкурсов стал «Лидеры российского бизнеса: динамика и ответственность», проводимый Российским союзом промышленников и предпринимателей. Изначально (в 2013 году) конкурс состоял из 2 номинаций. Интересно, что 2021 году он уже включал в себя 12 номинаций («Лучший проект по импортозамещению», «За проект в сфере энергоэффективности», «За климатический проект», «За экологически ответственный бизнес» и другие), Гран-при и две специальных номинации, одна из которых имела название «За обеспечение безопасности работников и популяризацию вакцинации от COVID-19 в трудовых коллективах» [2].

Можно также отметить конкурс «Российская организация высокой социальной эффективности», который проводится Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации с 2000 года.

Подобные мероприятия проводятся у нас и на региональном уровне. Так, например, в Иркутске вручается премия «За высокую социальную эффективность и развитие социального партнерства», ставящий во главу угла деятельность предприятий в обеспечении достойной заработной платы, медицинском обслуживании и пенсионном обеспечении персонала [3].

Однако современный и качественный нефинансовый отчет нужен не только для получения компанией престижного приза. Прежде всего, он является документом, подтверждающим достижение заявленных показателей, позволяет определить перспективы развития, нефинансовые факторы создания ценностей, а также оценить способность предприятия достигать целей устойчивого развития.

Соответственно, проведение работы по подготовке нефинансового отчета, распространение информации о его результатах и участие в конкурсах дает бизнесу следующие преимущества:

- повышается репутация предприятия среди стейкхолдеров;
- выявляются недостатки в работе и вырабатываются способы их решения;
- совершенствуются методы управления и стратегия корпорации;
- повышается уровень лояльности сотрудников к своей организации;
- открываются новые способы снижения расходов;
- выявляются скрытые краткосрочные и долгосрочные риски;
- улучшаются отношения с представителями международного сообщества и органами публичной власти;
- в организации распространяется положительный опыт работы.

Таким образом, нефинансовая отчетность не является только лишь способом передачи информации о социальной и экологической деятельности компании. В настоящее время, в основе такой работы лежит взаимодействие руководства организации со своими сотрудниками и обществом в целом. Кроме того, нефинансовые отчеты предназначены для широкого круга заинтересованных лиц, а значит носят публичный характер. Отсюда, подготовка и выпуск отчетности подобного типа позволяет корпорациям еще и позиционировать себя как ответственного участника рынка, формировать и улучшать свой международный имидж, параллельно повышая инвестиционную привлекательность, формировать новые партнерские связи, укрепляя уже имеющиеся, выявлять и предупреждать возможные, даже скрытые, риски, а главное, улучшать качество корпоративного управления.

Список литературы

1. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса: учебное пособие / под ред. ОАО «АСИ-Консалтинг». – М.: Внешэкономбанк, 2011. – 56 с.
2. Победители Всероссийского конкурса РСПП «Лидеры российского бизнеса: динамика, ответственность, устойчивость - 2021» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rspp.ru/events/news/pobediteli-vserossiyskogo-konkursa-rspp-lidery-rossiyskogo-biznesa-dinamika-otvetstvennost-ustoychiv-62a0c5680a3e5/> (дата обращения: 01.10.2023).
3. Конкурс «За высокую социальную эффективность и развитие социального партнерства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.irkzan.ru/News/Detail/?id=087da9a4-314a-4648-ace6-d6a317d984e1> (дата обращения: 15.09.2023).