|  |
| --- |
| **Инвестиционно привлекательная отчетность** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | [http://im.kommersant.ru/Issues.photo/MONEY/2013/015/KMO_124829_00215_1_t206.jpg](http://www.kommersant.ru/gallery/pic/860781)  Елена Дубовицкая  Фото: PwC   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  | |

**В конце этого года ожидается принятие международных стандартов интегрированной отчетности компаний, которая будет включать и нефинансовую часть. И тем компаниям, которые заинтересованы в повышении эффективности взаимодействия с инвесторами и иностранными контрагентами, полезно присмотреться к новым тенденциям в мировой практике.**

ПЕТР РУШАЙЛО

**С чистого листа**

Понятие интегрированной отчетности, да и вообще нефинансовой отчетности,— относительно новое. Четкого единого понимания, как должна выглядеть такая отчетность, нет даже в экспертной среде. Однако общее представление о том, что должен представлять собой нефинансовый отчет организации, у консультантов имеется.

"Интегрированная отчетность — это отчетность, которая включает в себя как финансовую отчетность, так и нефинансовую — отчет об устойчивом развитии,— говорит заместитель гендиректора ГК "Нексиа Пачоли" Юлия Емельянова.— Компания отчитывается по всем аспектам своей деятельности, демонстрирует свои взаимоотношения со всеми заинтересованными сторонами, с так называемыми стейкхолдерами. Основными элементами этого отчета являются стратегия и бизнес-модель компании. По сути, компания описывает свое будущее и механизмы, которые станут работать на это будущее. Таким образом она демонстрирует не только свои достижения и результаты за отчетный период, но и всю совокупность процессов по созданию стоимости бизнеса в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе".

В список стейкхолдеров, взаимодействие с которыми может раскрываться в интегрированной отчетности, входят не только инвесторы и акционеры, но и контрагенты, менеджмент компании, профсоюзы, экологические и общественные организации, органы власти. Словом, все те люди и группы, взаимодействие с которыми влияет на деятельность компании.

"Идея создания интегрированной отчетности появилась из-за того, что той информации, которая содержится в финансовой отчетности, недостаточно для инвесторов, аналитиков, контрагентов и т. д.,&mdashmdash; рассказывает директор BDO в России Александр Ланцов.— Они хотели бы видеть и другие срезы деятельности компании, в том числе связанные с устойчивым развитием. Они хотели бы видеть не просто отдельные цифры, не просто раскрытие информации по отдельным направлениям, а взаимосвязь этих данных в привязке к стратегии компании".

Интегрированная отчетность нужна прежде всего компании для взаимодействия со стратегическими инвесторами. "Разработчики стандартов интегрированной отчетности отмечают, что основными пользователями такой отчетности являются провайдеры финансового капитала,— поясняет старший менеджер PwC Елена Дубовицкая.— При этом в первую очередь они ориентируются на долгосрочных инвесторов".

Наличие у компании интегрированной отчетности может иметь большое значение и для ее контрагентов, прежде всего для западных партнеров.

"Ни одна компания не может существовать сама по себе,— поясняет Юлия Емельянова.— Она, безусловно, взаимодействует с обществом. Поэтому если компания хочет показать, какое внимание уделяет вопросам устойчивого развития, то должна продемонстрировать, с одной стороны, свое воздействие на это общество, а с другой — зависимость от него. Прямого экономического эффекта это не дает, но часто бывает крайне важным с точки зрения партнеров. Приведу простой пример. Один наш клиент сейчас планирует выход на международный рынок, заключение долгосрочного контракта с западным покупателем. И этому западному покупателю крайне важно, чтобы у компании были надежные источники ресурсов — кадровых, материальных, чтобы не возникало проблем с экологическим воздействием на территории присутствия, чтобы уделялось внимание инновационному развитию, одним словом, чтобы были созданы все возможные предпосылки для долгосрочного и надежного сотрудничества. Проблемные поставщики никому не нужны".

Еще одна сфера применения нефинансовой отчетности — это пиар-компании. При этом, по мнению экспертов, многие отечественные компании рассматривают данную функцию нефинансовой отчетности едва ли не как главную. "Сейчас стало модно готовить нефинансовую отчетность, многие компании раскрывают такую информацию,— говорит Александр Ланцов.— Но пока это все-таки больше работа над имиджем, нежели отражение четкой стратегии устойчивого развития и раскрытия элементов устойчивого развития. Дело в том, что стратегия устойчивого развития должна быть связана с бизнес-стратегией компании. На данный момент отечественные компании выделяют средства на благотворительные и филантропические мероприятия, но подходить к этому стратегически и увязывать данные акции с бизнесом готовы далеко не все. И все это они потом описывают в своем нефинансовом отчете. Кроме того, составление подобного рода отчетности — удобный способ ответить на типовые вопросы, поступающие от инвестиционных аналитиков, что, в принципе, также можно рассматривать как элемент пиара".

|  |
| --- |
| [http://im.kommersant.ru/Issues.photo/MONEY/2013/015/KMO_124829_00216_1_t206.jpg](http://www.kommersant.ru/dark-gallery.aspx?id=2161134&picsid=860782&stpid=21&l=1)  Александр Ланцов  Фото: BDO в России |

**Стандарты, которые мы выбираем**

На Западе интегрированную отчетность готовят многие компании, а вот в России этим занимается несколько десятков предприятий (значительная часть из которых, правда,— структуры "Росатома" и "Роснефти", занимающиеся этим по требованию правительства). И пока каждая компания выбирает форму подобной отчетности во многом произвольно. Причина — в отсутствии стандартов.

"Сейчас нет каких-то жестких стандартов подготовки интегрированной отчетности,— говорит Александр Ланцов.— Есть, правда, некоторые стандарты по нефинансовой отчетности, но они, в отличие от стандартов финансовой отчетности, не являются обязательными. Там есть определенные правила раскрытия информации, например выброс воды, текучесть кадров. Есть требования раскрытия информации по экономическим, социальным и экологическим вопросам, есть какое-то количество коэффициентов, есть описательная часть. Как правило, сейчас компании в свой годовой отчет включают как финансовую отчетность, так и нефинансовую. Некоторые называют это интегрированной отчетностью, а некоторые не называют".

"Признанных стандартов действительно нет,&mdashmdash; соглашается Юлия Емельянова.— Но есть Международный совет по интегрированной отчетности. 16 апреля эта организация опубликовала драфт Международного стандарта интегрированной отчетности для всеобщего обсуждения. В документе описаны ключевые концепции, основополагающие принципы и элементы содержания интегрированной отчетности. На мой взгляд, основой идеологии данной отчетности является выстраивание взаимоотношений компании с ключевыми стейкхолдерами, то есть определение взаимных интересов, реагирование на запросы и нужды заинтересованных сторон, оценка качества взаимодействия. Уже к концу года Международный совет по интегрированной отчетности планирует утвердить и выпустить данный стандарт, что послужит нормативной основой для подготовки такой отчетности".

Несмотря на то что признанных стандартов нет, сама процедура подготовки интегрированной отчетности уже проработана достаточно хорошо. Пожалуй, главным ее элементом является выстраивание диалога компании с заинтересованными сторонами.

"Существует такая форма работы, как комитет по публичной отчетности,— рассказывает Юлия Емельянова.— В этот комитет входят представители компании, а также стейкхолдеры. Кроме того, привлекается независимый консультант, который должен отличить объективную информацию от субъективной, а потом объединить всю собранную по компании информацию и представить комитету на рассмотрение отчет, в котором собраны все факты".

"В процессе подготовки интегрированной отчетности очень важно выстроить эффективное взаимодействие со стейкхолдерами и определить, раскрытие какой именно информации их интересует — экологической, социальной и т. п.,— говорит Елена Дубовицкая.— Существует много способов выявить ожидания заинтересованных сторон — от анкетирования на сайте компании до проведения тематических встреч с обсуждением наиболее интересующих стейкхолдеров вопросов".

При этом для того, чтобы поднять уровень доверия к нефинансовой части отчетности, для ее заверения может привлекаться независимый аудитор.

|  |  |
| --- | --- |
|  | [http://im.kommersant.ru/Issues.photo/MONEY/2013/015/KMO_128559_00118_1_t206.jpg](http://www.kommersant.ru/dark-gallery.aspx?id=2161134&picsid=860783&stpid=21&l=1)  Юлия Емельянова  Фото: Глеб Щелкунов, Коммерсантъ |

"Обычно аудит финансовой отчетности не совпадает с аудитом нефинансовой отчетности,— говорит Александр Ланцов.— И консалтинговая компания, которая готовит нефинансовую отчетность, не совпадает с аудитором этой нефинансовой отчетности, чтобы была независимая экспертиза и консультанты не перепроверяли сами себя. С точки зрения процедуры подготовка нефинансового отчета во многом аналогична, например, подготовке финансовой отчетности по МСФО. И аудит нефинансовой отчетности совпадает с аудитом финансовой отчетности по принципам организации процесса".

При этом, по мнению Александра Ланцова, стоимость подготовки нефинансовой отчетности сравнима со стоимостью подготовки отчетности по МСФО. "Судя по тем тендерам, которые были в начале этого года, для крупных холдингов подготовка нефинансовой отчетности стоит 2-3 млн руб.,— говорит он.— Что касается аудита нефинансовой отчетности, то эта услуга дешевле, чем подготовка такой отчетности. И дешевле, чемаудит финансовой отчетности".

Впрочем, поскольку жестких требований относительно необходимости заверения отчетности пока нет, удостоверить нефинансовую отчетность можно и иными путями, без проведения аудита. При этом внешнее заверение может быть организовано разными способами. Например, существует практика, когда менеджмент компании предоставляет отчет своим стейкхолдерам. Они высказывают свое мнение, и эти комментарии фиксируются в отчете. Также заверение может проводить общественная организация, например Российский союз промышленников и предпринимателей такое заверение проводит. Правда, такие организации не подтверждают достоверность данных, а скорее дают общие рекомендации или высказывают общее мнение относительно отчета. Если же нужно именно заверить достоверность отчета, все-таки лучше привлекать независимого аудитора, который проводит достаточно тщательный анализ информации, раскрытой в отчете: запрашивает подтверждающую документацию, проводит интервью с менеджментом и т. п., то есть точечно проверяет информацию.

Говоря о перспективах рынка подготовки интегрированной отчетности, эксперты сходятся во мнении, что пока в России он невелик, но обязательно будет расти.

"Все равно мы рано или поздно к этому придем,— полагает Александр Ланцов.— И те компании, которые осознают это сейчас, выиграют в любом случае. Достаточно посмотреть на Запад: там компании, которые занимаются устойчивым развитием, лидируют. Без этого уже невозможно представить себе крупную компанию, работающую в США или Европе".

"Результаты исследований показали, что социально ответственные компании, эффективно взаимодействующие с широким кругом заинтересованных сторон на регулярной основе, а также инвестирующие в социальные и экологические проекты, как правило, демонстрируют более стабильный рост капитализации в долгосрочной перспективе. Согласно общемировым тенденциям, с каждым годом все большее число компаний заверяет не только финансовую, но и экологическую и социальную информацию. Привлечение профессионального аудитора, подтверждающего достоверность как финансовых, так и нефинансовых данных, повышает степень доверия к отчетности компании со стороны всех ее стейкхолдеров",— добавляет Елена Дубовицкая.

[Журнал "Коммерсантъ Деньги", №15 (923), 22.04.2013](http://www.kommersant.ru/money/74571)