УДК 657
DOI:

Ю.В. Новожилова
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова,
Ярославль, Россия

Информационно-аналитическое обеспечение интегрированной отчетности: оценка влияния стейкхолдеров на изменение создаваемой стоимости

Информационно-аналитическое обеспечение интегрированной отчётности нуждается в постоянном совершенствовании в зависимости от растущих потребностей заинтересованных лиц. Основная цель интегрированной отчетности – объяснить, как организация создает стоимость в течении долгого времени. В процессе создания стоимости значительную роль играют стейкхолдеры компании. Фирмы аккумулируют ресурсы стейкхолдеров и преобразуют их, тем самым удовлетворяя потребности сторон и добиваясь собственных целей. Организации, выстраивая взаимоотношения со своими заинтересованными лицами, налаживают рычаги влияния на создаваемую стоимость. Таким образом, от успешного взаимодействия с ними зависит величина данного показателя. В связи с этим статья посвящена проблеме информационно-аналитического обеспечения интегрированной отчетности для оценки стоимости компании, на которую оказывают влияние заинтересованные лица. В статье подчеркивается, что комплексное количественное измерение изменения ценности компании является сложной и нерешенной в настоящее время задачей. Комплексная оценка – это системное аналитическое исследование, в ходе которого дается обобщающая оценка эффективности. В условиях рынка такая оценка деятельности важна и имеет многоцелевую направленность. В годовых отчетах компаний практически отсутствуют комплексные индикаторы, характеризующие создаваемую стоимость. Автор полагает, что интегрированная отчетность должна стать платформой для реализации возможности комплексной оценки создаваемой стоимости. Результатами исследования стала разработка методики расчета «интегрированного показателя общего влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость компании» и апробация её на примере годовых отчетов организации, которая раскрывает информацию на уровне лучших международных практик. Методология проведенного исследования базируется на методах сравнения, анализа, синтеза, абстрагирования, моделирования, комплексного подхода к познанию, логических методах исследования. Частные показатели, необходимые для расчета интегрированного показателя, предложены по ключевым группам стейкхолдеров: акционеры, инвесторы, покупатели, поставщики, персонал, государственные органы, население регионов присутствия, научное сообщество, образовательные организации, СМИ. Выбор этих показателей основан на исследовании опыта формирования интегрированных отчетов в России, данных справочных международных документов, подготовленных такими ведущими организациями, как Международный совет по интегрированной отчетности (International Integrated Reporting Council, IIRC), Ассоциация дипломированных сертифицированных бухгалтеров (Association of Chartered Certified Accountants, ACCA), Глобальная инициатива по отчётности (Global Reporting Initiative, GRI), Проект Принца Уэльского «Отчетность для устойчивого развития» (The Prince's Accounting for Sustainability Project, A4S). Основным итогом исследования стало подтверждение состоятельности предложенного интегрального показателя для целей комплексной оценки влияния заинтересованных лиц на изменение стоимости компании с отражением вклада каждой группы. При использовании плановых значений исходных данных можно прогнозировать направления изменения комплексного показателя, что позволит принимать своевременные управленческие решения, направленные на увеличение создаваемой стоимости.

Ключевые слова: *интегрированная отчетность, стейкхолдеры, создаваемая стоимость, комплексный показатель.*

Yu. V. Novozhilova
P.G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia

Information and analytical support of integrated reporting: evaluation of the stakeholders' influence on the change of the created value

Information and analytical support of integrated reporting needs constant improvement, depending on the growing needs of the stakeholders. The main objective of integrated reporting is to explain how the organization creates value over time. The stakeholders play a key role in the process of value creation. Firms accumulate stakeholders' resources and transform them, thereby meeting the needs of the parties and achieving their own goals. Building relationships with their stakeholders, organization establishes impact leverage to create value. Thus, the created value depends on the successful interaction with stakeholders. Therefore, the article is devoted to problem of information and analytical support of integrated reporting to the evaluation of created value, which is influenced by the stakeholders. The article emphasizes that an integrated quantitative measurement of value change is a complex and unresolved currently task. Integrated evaluation - a systematic analytical study, in the course of which is given summarizing evaluation of the effectiveness company. Such assessment activity is important and has a multi-purpose orientation under market conditions. The annual reports of companies are practically no integrated indicators characterizing created value. The author believes that integrated reporting should become a platform for the realization of the possibility of an integrated assessment of the created value. The results of the study are the development the methods of computation the "integrated index overall impact by the stakeholders on the company's created value" and its testing on the example of the annual reports of the organization, which discloses information on the level of international best practice. The methodology of the research bases on such methods as analysis, synthesis, abstraction, simulation, comprehensive approach to knowledge, logical methods of research. Private indicators for the computation the integrated index are pro-

posed by key stakeholder groups: shareholders, investors, customers, suppliers, employees, public authorities, the region's population, the scientific community, educational institutions, media. The selection of these indicators is based on a research of the experience of the integrated reporting formation in Russia, the data international reference documents prepared by such leading organizations as International Integrated Reporting Council (IIRC), Association of Chartered Certified Accountants (ACCA), Global Reporting Initiative (GRI), and The Prince's Accounting for Sustainability Project (A4S). The main outcome of the study is to confirm the competence of the proposed integrated index for the purpose of integrated evaluation of stakeholders' influence on the change of the created value with reflection of the contribution of each group. Using the planned values of the original data one can predict the direction of change of the integrated index, which will make timely management decisions aimed at increasing the value creation.

Keywords: integrated reporting, stakeholders, created value, integrated index.

Введение

Грамотные взаимоотношения с заинтересованными лицами компании являются одним из ключевых факторов в процессе создания стоимости. Стейкхолдеры – это организации, индивидуумы и их группы, которые влияют на компанию и на которых она сама оказывает влияние. Фирма выступает центром синтеза разносторонних, нередко взаимоисключающих интересов участников, которые вносят свой вклад в её деятельность. В связи с этим компании определяют траекторию своего развития и выделяют группы стейкхолдеров, взаимодействие с которыми является более приоритетным.

Эффективное взаимодействие с заинтересованными сторонами влияет на построение устойчиво функционирующего бизнеса. Управление создаваемой стоимостью требует умения выполнять оценку вклада стейкхолдеров в её изменение. Комплексное количественное измерение последствий взаимоотношения компании с заинтересованными лицами является сложной и нерешенной в настоящее время задачей. Полагаем, что интегрированная отчетность должна стать платформой для реализации возможности комплексной оценки создаваемой стоимости.

В современной научной литературе в рамках стоимостных концепций доминирует стейкхолдеровский подход над акционерным. Его актуальность обусловлена пониманием существенной роли заинтересованных лиц в деятельности компаний и их влияния на создаваемую стоимость. Вопрос об измерении вклада стейхолдеров в развитие компаний является дискуссионным и актуальным в настоящее время.

Система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard, BSC), разработанная Р. Капланом и Д. Нортоном [1], стала классическим примером системы управления, которая включает в себя клиентскую составляющую и персонал. Однако, BSC не оценивает влияние на стоимость компании прочих стейкхолдеров (в частности, местного сообщества, государства, СМИ и др.). Существуют иные варианты решения данного вопроса. Например, И.В. Ивашковская предлагает подход к анализу устойчивости роста компании с учетом возросшей роли ее стейкхолдеров [2]. Автор вводит индекс устойчивости роста, индекс гармонизации интересов, матрицу устойчивости роста. Однако, данная система не предполагает оценки вклада в создание стоимости каждой группы заинтересованных лиц. Вследствие этого целью данного исследования является разработка методики формирования показателей, характеризующих стоимость, на которую влияют заинтересованные лица, с целью развития информационно-аналитических возможностей интегрированной отчетности.

Основная часть

В результате анализа научной литературы выявлены нерешенные вопросы, связанные с разработкой методики оценки влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость. В связи с этим, необходимо четко выделить критерии выбора метода оценки. Полагаем, что он должен давать возможность: а) осуществления комплексной оценки влияния на создаваемую стоимость всех стейкхолдеров компании; б) определения вклада каждой ключевой группы заинтересованных лиц и факторы, оказывающие на это влияние. Расчет должен быть основан на данных интегрированной отчетности для: а) повышения уровня практической реализации выбранного метода, проявляющейся в доступности информации, необходимой для расчета; б) развития аналитических способностей интегрированной отчетности. Выбранный показатель должен определять тенденции происходящих изменений и выполнять прогностическую функцию.

Исходя из указанных критериев, предлагаем методику расчета интегрированного показателя общего влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость компании. Для его построения выбрана модель формирования комплексного показателя хозяйственной деятельности - метод сумм. Его адаптация к измерению влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость компании имеет следующий вид (1):

$$I_s = \sum_{i=1}^{n} * \frac{k_i^1}{k_i^0} b_i \text{ или } I_s = \sum_{i=1}^{n} K_i * b_i, \quad (1)$$

где I_s – интегрированный показатель общего влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость компаний; k_i^1 и k_i^0 – значение i-го частного показателя деятельности, характери-

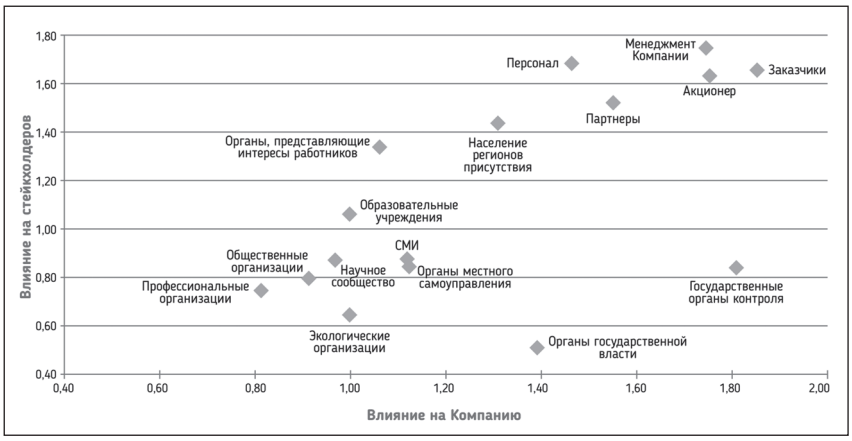

Рис. 1. Точечная ранговая карта заинтересованных сторон АО «НИАЭП» (источник: годовой отчет 2014 г. [3])

зующего влияние стейкхолдера на деятельность компании в отчетном и базисном периоде (или плановом периоде – $k_i^{пл}$); K_i – коэффициент динамики (выполнения плана) частного показателя; n – количество ключевых групп заинтересованных сторон, интересы которых учитываются при расчете комплексного показателя; b_i – значимость i-го частного показателя деятельности.

Построенная модель интегрированного показателя является инновационным применением метода сумм, поскольку он наполнен новым смысловым содержанием. Это проявляется в части выбора b_i степеней влияния и k_i частных показателей.

В качестве b_i предлагаем использовать значения степеней влияния стейкхолдеров на деятельность компании по ранговой карте заинтересованных сторон. Создание и её анализ позволяет глубже понять требования и запросы заинтересованных лиц, учесть их при разработке концепции отчета компании и его содержании. Ранговая карта включает в себя шкалы «индексов влияния стейкхолдеров на деятельность компании» и «индексов влияния компании на стейхолдеров». Отражает субъективное представление экономического субъекта об окружении бизнеса, о лицах, которые как положительно, так и отрицательно могут влиять на его ведение (рис. 1).

На рисунке приведен пример точечной ранговой карты. Наиболее приоритетные участники взаимодействия находятся в правом верхнем квадрате, наименее приоритетные – в левом нижнем. Карта отражает ранг стейкхолдеров, т.е. их место в общем ряду показывает степень влияния на организацию и зависимости от нее.

Значения b_i у компаний будут разными, поскольку в каждой конкретной организации степень влияния стейкхолдеров своя. Такая трактовка отличается от стандартного применения метода сумм, в которой значения b_i для каждого объекта оценивания одинаковое.

Ранговая карта помогает определить и наглядно показать ключевые группы заинтересованных сторон компании. Для их идентификации в целях построения интегрированного показателя, приближенного к реальной финансово-хозяйственной деятельности компаний, проанализированы лучшие годовые отчеты российских крупнейших организаций [4, 5]. В результате анализа установлено, что к ключевым стейкхолдерам относят: акционеров, инвесторов, покупателей (заказчиков, потребителей), поставщиков, персонал, государственные органы, население регионов присутствия, научное сообщество, образовательные организации, СМИ.

Интегрированный показатель учитывает интересы ключевых групп стейкхолдеров. Это проявляется в выборе частных показателей. Необходимым условием правильной оценки интегрального показателя является однонаправленность исследуемых показателей, т.е. увеличение (уменьшение) значения любого частного показателя расценивается как улучшение результатов хозяйственной деятельности. Таким образом, в случаях типа «чем меньше частный показатель, тем лучше результирующий» необходимо в комплексном показателе использовать соотношение $\frac{k_i^0}{k_i^1}\left(\frac{k_i^{пл}}{k_i^1}\right)$.

Выбор частных показателей имеет принципиальное значение. Они должны в наибольшей степени характеризовать влияние стейкхолдеров на стоимость компании. Она представляет собой сумму стоимостей, создаваемых (разрушаемых) компанией для всех сторон, и зависит от разносторонних интересов широкого круга участников. Следовательно, отбор частных показателей логично осуществлять с позиции факторов роста стоимости. Эти факторы и их влияние на создаваемую стоимость наглядно показывает известная модель Гордона (2).

$$V\frac{\mathrm{EBIT}_0 * (1-t) * (1-b)}{\mathrm{WACC} - g}, \qquad (2)$$

где V – истинная стоимость компании; EBIT – прибыль до уплаты процентов и налогов; t – ставка налога на прибыль в относительном выражении; NOPLAT = EBIT * (1 – t) – посленалоговая (чистая) операционная прибыль; WACC – средневзвешенная стоимость капитала; g – внутренние темпы роста; b – доля прибыли, направлен-

Таблица 1

Частные показатели интегрированного показателя общего влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость компаний

№ п/п	Наименование группы стейкхолдеров	Частный показатель влияния стейкхолдера на стоимость компании	Тип показателя по влиянию на стоимость ↑ / ↓	Значимость i-го показателя (bi)
1	Акционеры	Цена собственного капитала (K_s)	↓	b_{K_s}
2	Инвесторы	Цена заемного капитала (K_d)	↓	b_{K_d}
3	Покупатели (заказчики, потребители)	Выручка от продаж (R)	↑	b_R
4	Поставщики	Себестоимость продаж (C)	↓	b_C
5	Персонал	Производительность труда (W)	↑	b_W
6	Государственные органы	Объем налоговых отчислений (Tax)	↓	b_{Tax}
7	Население регионов присутствия	Производительность труда руководителей высшего ранга, нанятых из числа представителей местного населения ($W_н$)	↑	$b_{W_н}$
8	Научное сообщество, образовательные организации	Выручка, полученная от использования НИОКР ($R_н$)	↑	$b_{R_н}$
9	СМИ	Рыночная стоимость акции компании (P_p)	↑	b_{P_p}

ной на развитие, рассчитывается как частное от деления величины чистых инвестиций на величину посленалоговой операционной прибыли.

Факторами роста стоимости, в частности, являются: наращивание операционной прибыли, увеличение нормы накопления прибыли, снижение средневзвешенной цены капитала и др. На их основе осуществлен выбор ключевых показателей, характеризующих влияние стейкхолдеров на создаваемую стоимость (табл. 1). Также на их выбор повлияли данные справочных международных документов, подготовленных такими ведущими организациями, как Международный совет по интегрированной отчетности (International Integrated Reporting Council, IIRC) [6], Ассоциация дипломированных сертифицированных бухгалтеров (Association of Chartered Certified Accountants, ACCA) [7], Глобальная инициатива по отчётности (Global Reporting Initiative, GRI) [8], Проект Принца Уэльского «Отчетность для устойчивого развития» (The Prince's Accounting for Sustainability Project, A4S) [9].

Выбор частных показателей основан на следующем:

1. Показатель, характеризующий влияние акционеров – цена собственного капитала (K_s). Акционеры напрямую влияют на формирование собственного капитала компании. Рост стоимости компании в большей степени зависит от грамотной политики управления структурой капитала. Поэтому снижение цены собственного капитала (K_s) благоприятно влияет на величину стоимости компании. K_s можно представить, как частное от деления дивиденда на акцию к её рыночной стоимости. Акционеры могут влиять на величину выплачиваемых дивидендов (которые утверждаются на общем собрании акционеров), рыночный курс акций (при понижательной тенденции рыночной цены акции их выкуп по решению акционеров ведет к росту дивиденда на акцию и к корректировке курса акции на рынке).

2. Частный показатель, характеризующий влияние инвесторов – цена заемного капитала (K_d). В эту группу объединены все стейкхолдеры, которые формируют внешние инвестиции компании, в частности, заемные средства и кредиты банков; целевое финансирование; иностранные инвестиции и пр. Такие инвесторы (кредиторы, финансовые организации и т.п.) влияют на формирование заемного капитала компании. Потребность в нем и его структуру определяет сама организация, исходя из тщательного анализа и своей финансовой стратегии. Вместе с тем цена заемного капитала зависит от действий инвесторов и то, как они оценивают риски организации как заемщика. Чем ниже цена привлеченного капитала, тем выше стоимость компании.

3. Для характеристики влияния покупателей (заказчиков, потребителей) выбран частный показатель «выручка от продаж» (R). Покупатели напрямую влияют на показатель выручки компании, рост которой благоприятно сказывается на стоимости компании.

4. Влияние группы стейкхолдеров «поставщики» описывается частным показателем «себестоимость продаж» (C). Они влияют на её формирование через ценовую политику, структуру заказов, поставляемое количество и качество продаваемой продукции и т.д. Снижение значений данного показателя при прочих равных условиях благоприятно отражается на росте прибыли, и в дальнейшем на создаваемой стоимости.

Таблица 2

Расчет значений интегрированного показателя общего влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость компании АО «НИАЭП» (абсолютные значения в млн. руб.)

Частный показатель	Отчетный год	K_s	R	C	W	Tax	P_p	I_s
Значения частных показателей по годам (k_i)	2010	27,6	41081	37623	18123	885,8	1	–
	2011	24,72	35305	33209	14492	5334	1	–
	2012	37,4	38512	35364	12580	2676	1	–
	2013	33,8	37518	33855	11143	3251	1	–
	2014	34,5	43000	38912	13100	1126	1	–
Коэффициент динамики (k_i) с учетом направленности влияния на стоимость	2011/ 2010	1,117	0,859	1,133	0,8	0,166	1	
	2012/ 2011	0,661	1,091	0,939	0,868	1,994	1	–
	2013/ 2012	1,107	0,974	1,045	0,886	0,823	1	–
	2014/ 2013	0,98	1,146	0,87	1,176	2,888	1	–
Значимость i-го показателя (b_i)	2013	1,95	1,95	1,7	1,75	1,8	1	–
	2014	1,75	1,85	1,55	1,5	1,4	1,15	–
Произведение коэффициента динамики и степени влияния ($k_i * b_i$)	2011 (по b_i 2014)	1,9539	1,5899	1,7561	1,1995	0,2325	1,15	7,8818
	2012 (по b_i 2014)	1,1567	2,0181	1,4556	1,3021	2,7908	1,15	9,8733
	2013 (по b_i 2014)	1,9364	1,8023	1,6191	1,3287	1,1523	1,15	8,9887
	2013 (по b_i 2013)	2,1577	1,8997	1,7758	1,5501	1,4816	1	9,8648
	2014 (по b_i 2014)	1,7145	2,1203	1,3486	1,7634	4,0426	1,15	12,1394

5. Производительность труда (W) характеризует влияние группы стейкхолдеров «персонал». Качество трудовых ресурсов (уровень образования, квалификации и т.д.) непосредственно влияют на рост производительности труда, который способствует повышению эффективности деятельности и росту операционной прибыли, а значит в итоге к росту стоимости компании.

6. Частный показатель, отражающий влияние государственных органов – объем налоговых отчислений (Tax). Государство через систему налогов и сборов оказывает влияет на создаваемую стоимость. Согласно формуле (2), величина NOPLAT зависит от размера налоговых отчислений. Для целей компании и создаваемой стоимости их величина тем лучше, чем ниже объем налоговых отчислений.

7. Для характеристики влияния населения регионов присутствия выбран частный показатель «производительность труда руководителей высшего ранга, нанятых из числа представителей местного населения» ($W_н$). Население регионов присутствия в значительной степени влияет на организацию через предоставление трудовых ресурсов, в первую очередь руководители высшего ранга, нанятых из числа представителей местного населения. Чем эффективнее они работают, тем больше влияния оказывает данная категория стейкхолдеров на создаваемую стоимость.

8. Влияние научного сообщества, образовательных организаций описывается частным показателем «выручка, полученная от использования НИОКР» ($R_н$). Вклад данной группы стейкхолдеоров в деятельность компании выражается в НИОКР и РИД. Их роль возрастет в результате смещения акцента с этапа производства на этап разработки при формировании добавленной стоимости. Результаты НИОКР являются ключевыми в высокотехнологичном бизнесе. Следовательно, рост выручки, полученной от использования НИОКР, будет благоприятно влиять на рост стоимости компании.

9. Частный показатель, характеризующий влияние СМИ – рыночная стоимость акции компании (P_p). Рыночная цена (курс) акции формируется на торгах на фондовой бирже. Котировка – это цена, которую объявляет продавец или покупатель и по которой они готовы совершить покупку или продажу. Неполная и ненадежная информация об организации может неблагоприятно отразиться на стоимости акции. Следовательно, СМИ показывает облик компании, что в общем виде влияет на представление о ней и отражается в изменении цены акции. Чем она выше, тем выше рыночная капитализация компании и ниже цена собственного капитала.

К недостаткам метода сумм следует отнести определенные ограничения в выборе частных показателей. Возможна ситуация, когда высокая оценка интегрального показателя сопровождается значительным отставанием по какому-либо частному показателю. Это происходит, когда высокие значения одних частных показателей покрывают низкие значения других. Полагаем, что данный недостаток устраняется в предложенном интегрированном

показателе. Это основано на том, что компании в большей степени нацелены на улучшение частных показателей с наибольшей степенью влияния ключевых стейкхолдеров. В тоже время одной из целей предложенного интегрированного показателя является ориентир на отражение общего влияния стейкхолдеров. Это означает, что итоговый результат представляет собой нивелирование значений частный показателей.

Для обеспечения сопоставимости значений предложенного показателя особое внимание следует уделить унификации методики определения индексов влияния и расчета частных показателей по каждой группе стейкхолдеров.

Предложенный интегрированный показатель может оказать ценную помощь в процессе разработки стратегии организации и анализа влияния заинтересованных лиц на стоимость компании. Результаты оценки динамики и степени выполнения прогнозных значений данного показателя позволят принять решение о том, в каком году деятельность организации следует считать лучшим с точки зрения качества взаимоотношений со стейкхолдерами. Чем выше значение показателя комплексной оценки, тем лучше рейтинг организации в данном году. Таким образом, чем лучше и гармоничнее выстроены такие отношения, тем выше оцениваются частные показатели и больший рост показывает интегральный показатель, и наоборот.

Предложенная методика апробирована на основе данных годовых отчетов АО «НИАЭП» за период 2011-2014 гг. [3]. Фирма занимает первое место в рейтинге исследования корпоративной прозрачности российских компаний [4, 5]. Это значит, что она раскрывает информацию на уровне лучших международных практик. Расчет значений предложенного интегрированного показателя приведен в таблице 2.

Значения интегрированного показателя I_s для компании АО «НИАЭП» рассчитаны на основе частных показателях шести групп ключевых стейкхолдеров. В расчете не учтены показатели, характеризующие взаимоотношения с инвесторами (K_d), местным населением ($W_н$) и научным сообществом ($R_н$). Это связано с невозможностью самостоятельно рассчитать значения данных показателей на основе имеющейся в свободном доступе информации.

Значения I_s по годам составили (по b_i 2014): в 2011 г. – 7,88, 2012 г. – 9,87, 2013 г. – 8,99, 2014 г. – 12,14. Таким образом, 2014 г. стал наилучшим с точки зрения взаимодействия со стейкхолдерами, поскольку значение I_s в этом году наибольшее. АО «НИАЭП» в 2014 году имеет наиболее высокие показатели ($K_i * b_i$), характеризующие влияние государства (Tax), покупателей (R) и персонала (W), но отличается более низкими показателями, отражающими взаимодействие с акционерами (K_s) и поставщиками (C) по сравнению с 2013 г.

Показателем, характеризующим влияние акционеров, является цена собственного капитала (K_s). Существуют разные варианты её расчета. Наиболее часто используется в практике модель CAPM (Capital Assets Pricing Model). Полагаем, что целесообразно применять её для расчета K_s. Однако, в связи с ограниченностью исходных данных для применения модели CAPM, использован упрощенный подход расчета K_s, который имеет место в практике. В качестве значений K_s взяты значения рентабельности собственного капитала (ROE). Однако, ROE не учитывает риски бизнеса и дает менее точную оценку собственного капитала.

Таким образом, влияние акционеров на деятельность компании оценивается по годам следующим образом ($K_i * b_i$): в 2011 г. – 1,9539, 2012 г. – 1,1567, 2013 г. – 1,9364, 2014 г. – 1,7145. Интересы акционеров связаны с осуществлением деятельности компании в соответствии с их стратегией в рамках корпоративных процедур. В 2014 г. осуществлены дополнительные расходы, связанные с централизацией в АО «НИАЭП» функции управляющей компании Дивизиона «Инжиниринг и сооружение». Поэтому обоснованы ожидания акционеров в росте их доходов, что привело к росту цены собственного капитала.

Влияние покупателей на деятельность компании оценивается ($K_i * b_i$): в 2011 г. – 1,5899, 2012 г. – 2,0181, 2013 г. – 1,8023, 2014 г. – 2,1203. Заказчики компании заинтересованы в выполнении тематических планов и сроков строительства, сокращении стоимости строительства, повышении качества работ. Динамика выручки АО «НИАЭП» в 2014 г. отражает её рост, который обеспечен по всем бизнес-процессам. Поэтому обосновано увеличилось значение компоненты I_s в 2014 г. до 2,1203, что является наибольшим значением в анализируемом периоде.

Влияние поставщиков и подрядчиков описывается следующими значениями: 2011 г. – 1,7561, 2012 г. – 1,4556, 2013 г. – 1,6191, 2014 г. – 1,3486. В 2014 г. себестоимость от реализации выросла, но это обусловлено в том числе ростом объемов введенных в эксплуатацию энергоблоков. Прирост выручки в 2014 г. составил 14,61%, а себестоимости – 14,94%. Это подчеркивает однонаправленность и согласованность их роста.

Влияние персонала на деятельность компании является ключевым и характеризуется следующим: 2011 г. – 1,1995,

2012 г. – 1,3021, 2013 г. – 1,3287, 2014 г. – 1,7634. Компания прилагает большие усилия в поднятии уровня производительности труда. Политика управления предполагает прирост человеческого капитала не только за счет роста численности персонала, но и компетентностный, карьерный и профессиональный рост, повышение качества условий труда. Такое грамотное взаимодействие с персоналом отражается на уровне их влияния на деятельность компании.

Влияние государственных органов на деятельность компании является значимым: 2011 г. – 0,2325, 2012 г. – 2,7908, 2013 г. – 1,1523, 2014 г. – 4,0426. Степень влияния оценена как 1,15. В тоже время компания практически не оказывает существенного влияния на них: в 2014 г. степень влияния компании на органы власти равна 0,5. В 2014 г. достигнуто существенное сокращение валовых налогов, что влияет положительно на рост стоимости компании (2).

В годовом отчете 2013 г., в рамках диалогов со стейкхолдерами было предложено «сделать в отчете акцент в раскрытии информации на учет интересов инвесторов, как если бы компания готовилась к IPO» [3]. Данное предложение не учтено, поскольку ОАО «НИАЭП» не планирует публичной продажи акций. Все акции размещены путем закрытой подписки. Вследствие этого для характеристики взаимодействия непубличных организаций со СМИ рыночная цена акции (P_p) не является показательной. В таблице 2 в качестве данной цены взята номинальная их стоимость. Это сделано с целью наглядно показать влияние изменения значимости i-го показателя (b_i) на значение интегрированного индекса.

В 2014 г. по сравнению с 2013 г. степень влияния практически всех групп заинтересованных сторон снизилась в среднем на 0,22 пункта и только для группы стейкхолдеров «СМИ» увеличилась на 0,15. Значение I_s в 2013 г., рассчитанное с учетом b_i уровня 2014 г., составило 8,9887, а при b_i уровня 2013 г. – 9,8648 (больше на 0,8761). Данное обстоятельство подчеркивает значимость оценки степеней влияния для расчета интегрированного показателя общего влияния стейкхолдеров на стоимость компании.

Заключение

Интегрированный показатель общего влияния стейкхолдеров на стоимость компании представляет собой информационно-аналитический инструментарий реализации подхода к формированию интегрированной отчетности с позиции построения устойчивого бизнеса [10]. Теоретическая модель комплексного показателя отражает влияние ключевых групп стейкхолдеров на стоимость компании. Включает частные показатели, которые характеризуют основные элементы стоимости компании (NOPLAT и WACC). Он позволяет охарактеризовать общее изменение стоимости фирмы, выявить факторы её роста, служит индикатором работы с заинтересованными сторонами.

Выбор подходящего частного показателя, который наиболее полно отражает влияние стейкхолдеров на стоимость компании, является достаточно сложной задачей. Не все многогранные связи могут быть достоверно выражены количественно. Характеристики взаимодействия с одним стейкхолдером пересекаются в определенной мере с вкладом других. Многие действия, ведущие к изменению стоимости компании, нередко осуществляются совместными усилиями участников, что проявляется в пересечении выбранных частных показателей. Данная проблема, на наш взгляд, может быть решена путем более глубокого изучения складывающихся взаимосвязей между компанией и стейкхолдерами, более четкого выделения результатов от взаимодействия с каждой стороной. Вместе с тем сам подход к построению I_s является новым и позволяет количественно оценить общее влияние стейкхолдеров на деятельность фирмы и вклад каждого из них.

Анализ значений интегрированного показателя общего влияния стейкхолдеров на создаваемую стоимость компании, рассчитанных на примере АО «НИАЭП», подтвердил его состоятельность для целей комплексной оценки влияния заинтересованных лиц на изменение стоимости компании с отражением вклада каждой группы. Выявлена потребность в адаптации модели для непубличных обществ. В связи с этим предлагается в дальнейшем применять косвенный показатель, используемый для характеристики влияния СМИ, а именно процент положительной и нейтральной тональности упоминаний в СМИ.

Литература

1. *Каплан Р., Нортон Д.* Сбалансированная Система Показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. / Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.

2. *Ивашковская И.В.* Оценка устойчивости роста компании: стейкхолдеровский подход // *Финансы и кредит.* – 2010. – № 43. – С. 14–18.

3. Годовые отчеты АО «НИАЭП». Электронный ресурс: http://www.niaep.ru/information_disclosure/Annual_reports/ (дата обращения: 04.01.2017).

4. Исследование корпоративной прозрачности российских компаний 2014 // Российская региональная сеть по интегрированной отчетности. Электронный ресурс: http://transparency2014.downstream.ru/#/ru (дата обращения: 04.01.2017).

5. Исследование корпоративной прозрачности российских компаний 2015 // Российская региональная сеть по интегрированной отчетности. Электронный ресурс: http://transparency2015.downstream.ru/#/ru (дата обращения: 04.01.2017).

6. Международный стандарт <ИО>. Электронный ресурс: http://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx_en-US_ru-RU.pdf (дата обращения – 04.01.2017).

7. From Share Value to Shared Value: Exploring the Role of Accountants in Developing Integrated Reporting in Practice. IMA-ACCA Joint Research, January 2016. Электронный ресурс: http://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/Technical/integrate/acca-ima-report-from-share-value-to-shared-value.pdf (дата обращения – 04.01.2017).

8. G4 Sustainability Reporting Guidelines, Global Reporting Initiative. Электронный ресурс: https://www.globalreporting.org/information/g4/Pages/default.aspx (дата обращения – 04.01.2017).

9. The Prince's Accounting for Sustainability Project. Электронный ресурс: https://www.accountingforsustainability.org/ (дата обращения – 04.01.2017).

10. Kurochkina, I., Shuvalova, E. and Novozhilova, J. Integrated reporting as a tool of sustainable business development in Russia: problems of establishment and formation. In: 2nd International multidisciplinary scientific conference on social sciences & arts SGEM 2015. September 2015, Bulgaria: STEF92 Technology Ltd, Book 2, Volum 2, pp. 237–244. DOI: 10.5593/sgemsocial2015B22.

References

1. *Kaplan R., Norton D.* Sbalansirovannaya Sistema Pokazateley. Ot strategii k deystviyu. 2 vol., ispr. i dop. / Per. s angl. M.: ZAO «Olimp-Biznes», 2006. (in Russ.)

2. *Ivashkovskaya I.V.* Otsenka ustoychivosti rosta kompanii: steykkholderovskiy podkhod // Finansy i kredit. – 2010. – № 43. – Pp. 14–18. (in Russ.)

3. Godovye otchety AO «NIAEP». [Electronic resource]: Available at: http://www.niaep.ru/information_disclosure/Annual_reports/ (Accessed: 04.01.2017). (in Russ.)

4. Issledovanie korporativnoy prozrachnosti rossiyskikh kompaniy 2014 // Rossiyskaya regional'naya set' po integrirovannoy otchetnosti. [Electronic resource]: Available at: http://transparency2014.downstream.ru/#/ru (Accessed: 04.01.2017). (in Russ.)

5. Issledovanie korporativnoy prozrachnosti rossiyskikh kompaniy 2015 // Rossiyskaya regional'naya set' po integrirovannoy otchetnosti. [Electronic resource]: Available at: http://transparency2015.downstream.ru/#/ru (Accessed: 04.01.2017). (in Russ.)

6. Mezhdunarodnyy standart <IO>. [Electronic resource]: Available at: http://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK.docx_en-US_ru-RU.pdf (Accessed: 04.01.2017). (in Russ.)

7. From Share Value to Shared Value: Exploring the Role of Accountants in Developing Integrated Reporting in Practice. IMA-ACCA Joint Research, January 2016. [Electronic resource]: Available at: http://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/Technical/integrate/acca-ima-report-from-share-value-to-shared-value.pdf (Accessed: 04.01.2017).

8. G4 Sustainability Reporting Guidelines, Global Reporting Initiative. [Electronic resource]: Available at: https://www.globalreporting.org/information/g4/Pages/default.aspx (Accessed: – 04.01.2017).

9. The Prince's Accounting for Sustainability Project. [Electronic resource]: Available at: https://www.accountingforsustainability.org/ (Accessed: 04.01.2017).

10. Kurochkina, I., Shuvalova, E. and Novozhilova, J. Integrated reporting as a tool of sustainable business development in Russia: problems of establishment and formation. In: 2nd International multidisciplinary scientific conference on social sciences & arts SGEM 2015. September 2015, Bulgaria: STEF92 Technology Ltd, Book 2, Volum 2, Pp. 237–244. DOI: 10.5593/sgemsocial2015B22.

Сведения об авторе

Юлия Валерьевна Новожилова,
аспирант, Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль, Россия
Эл. почта: bakevnl@mail.ru
Тел.: 8 (915) 971-27-85

Information about the author

Yuliya V. Novozhilova,
Graduate student
P.G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russia
E-mail: bakevnl@mail.ru
Tel.: 8 (915) 971-27-85