Александра Валерьевна Борзёнкова

Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева

aperren@bk.ru

**Нефинансовая отчетность как форма стратегических коммуникаций**

Рассматривается практическая сущность нефинансовой отчетности в деятельности современных компаний. Исследована возможность определения нефинансовой отчетности как формы стратегических коммуникаций, а также роль нефинансовой отчетности в деятельности современных коммерческих организаций.

Ключевые слова: стратегические коммуникации, нефинансовая отчетность, коммуникации, PR.

В современную эпоху свободной конкуренции и активного распространения коммуникационных технологий особую важность приобретает информационная открытость бизнеса и развитие передовых структур корпоративного управления. Одним из способов повышения прозрачности деятельности коммерческих структур сегодня является публикация нефинансовой отчетности. Нефинансовая отчетность представляет собой совокупность экологических, социальных и экономических аспектов деятельности компаний.

Сегодня нефинансовая отчетность, которая раскрывает информацию о деятельности компаний, является обычно PR-инструментом. Используемая преимущественно крупными компаниями, она признана повысить привлекательность компании перед зарубежными инвесторами, а также сформировать положительный имидж компании перед клиентами и партнерами.

Под «стратегическими коммуникациями» в современной науке подразумеваются все возможные формы коммуникационной деятельности компании, такие как реклама, маркетинговые услуги, связи с общественностью, внутренние коммуникации. При этом стратегические коммуникации обязательно соответствуют таким принципам, как массовость, объективность, гибкость, проактивность, простота, безопасность и единство управления [2: 822].

Если же говорить о принципах подготовки нефинансовой отчетности, здесь выделяются такие принципы, как сбалансированность, сопоставимость, точность, своевременность, ясность и надежность [3: 104].

При соотнесении данных принципов с принципами подготовки нефинансовой отчетности можно сделать вывод, что они не только не противоречат друг другу, но и имеют множество точек соприкосновения. Так, например, принцип сбалансированности, означающий раскрытие как положительных, так и отрицательных сторон деятельности корпораций, по своей сути соотносится с принципом объективности, принцип простоты – с принципом ясности и т.д.

Таким образом, можно сформулировать вывод, что нефинансовая отчетность может рассматриваться как форма стратегических коммуникаций.
Исходя из классификации стратегических коммуникаций по С. М. Емельянову, они подразделяются в зависимости от характера коммуникационного воздействия, охвата целевой аудитории, прогнозируемого результата, временных параметров и количества целей [1: 11].

Исследуя нефинансовую отчетность сс точки зрения обозначенных критериев, можно сделать следующие выводы:

1. Нефинансовая отчетность относится к стратегии последовательных действий, то есть является полноценной частью коммуникационной стратегии.

2. Нефинансовая отчетность является частью стратегии широкого охвата целевых аудиторий.

3. Нефинансовая отчетность представляет собой форму коммуникаций с неполным достижением стратегических целей.

4. Ежегодная публикация нефинансовой отчетности является долгосрочной формой коммуникации.

5. По количеству целей нефинансовая отчетность относится к многоцелевым коммуникациям.

Нефинансовая отчетность – это не просто свод показателей. Это полноценная система информации, отражающая не только благотворительные и спонсорские программы компании, но и любые другие социально значимые аспекты её деятельности [4]. Данная форма стратегических коммуникаций нацелена не только на улучшение имиджа компании, но и на поддержку тенденции роста прозрачности бизнеса, что особенно важно в современном мире.

Литература

1. Емельянов С. М. К вопросу о типологии стратегических коммуникаций и сферах их применения // Петербургская школа PR: от теории к практике. 2018. С. 9–18.

2. Митрофанова Д. В. Стратегические коммуникации: определение и принципы // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2022. Т. 3. С. 822–824.

3. Сапожникова Н. Г. Принципы формирования отчетности в области устойчивого развития // Современная экономика: проблемы и решения. 2019. № 8(116). С. 102–109.

4. Фатеева Т. Н., Лесина Т. В. Нефинансовая отчетность как инструмент формирования положительного имиджа организации // Вестник евразийской науки. 2015. Т. 7. № 4. С. 52.