

УДК 657

*Д.М. Макушкина, О.В. Рожнова*

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва,  
email: daria.mackushkina@yandex.ru

## **ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ТРАНСПАРЕТНОСТЬ БИЗНЕСА**

**Ключевые слова:** прозрачность, принципы, конкурентные преимущества.

Рассматривается актуальная проблема определения прозрачности бизнеса. Особое внимание уделено разработке классификации для оценки прозрачности. Детально рассмотрены современные факторы, оказывающие прямое и косвенное влияние на показатель прозрачности, а также проанализированы риски и проблемы, связанные с открытостью организации. Результатом проведенного исследования является вывод о необходимости и важности формирования высокотранспарентной экономической инфраструктуры как для бизнеса, так и для внешних пользователей.

*D.M. Makushkina, O.V. Rozhnova*

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,  
email: daria.mackushkina@yandex.ru

## **FACTORS DETERMINING BUSINESS TRANSPARENCY**

**Keywords:** transparency, clarity, validity, competitive advantages.

The actual problem of defining business transparency is considered. Particular attention was paid to the compilation of a classification of transparency. The modern factors that have a direct and indirect impact on the transparency indicator are considered in detail, as well as the risks and problems associated with the openness of the organization are analyzed. The result of the study is the conclusion about the need and importance of forming a highly transparent economic infrastructure for both business and external users.

В современной рыночной ситуации информация является ключевым фактором производства. Грамотное использование данного ресурса влияет на прибыльность и успешность организации, а также на доверие и вовлеченность внешних пользователей.

Информационная открытость или прозрачность бизнеса может выступать в качестве инструмента развития и продвижения бизнеса, но в то же время может превратиться в источник формирования негативного мнения о компании и ее деятельности, особенно при отрицательной динамике прозрачности. В связи с этим, прозрачность бизнеса является актуальной областью для исследования учеными и освоения практиками менеджерами, и для целей планирования и регулирования экономической и информационной деятельности бизнеса государством. Но до сих пор прозрачность в достаточной степени не изучена и не подпадает под государственное регулирование, остаются законодательно неопределенными уровни прозрач-

ности. Это предоставляет менеджерам свободу в выборе степени самораскрытия, а исследователям в ее оценке.

Эффективным инструментом, служащим для целей информационной открытости бизнеса, является отчетность компаний, которая благодаря своей стандартизации становится наиболее удобным средством передачи сведений об экономическом субъекте участникам рынка. Однако, существенным недостатком отчетности часто бывает недостаточная актуальность данных и формальный подход организации к раскрытию информации в финансовой отчетности.

Исследование факторов, определяющих прозрачность бизнеса, весьма своевременно ввиду потребностей внутренних и внешних пользователей в достоверной, оперативной и доступной информации.

**Цель** исследования – определить факторы, оказывающие существенное влияние на прозрачность бизнеса, а также оценить риски недостаточного уровня открытости российских организаций.

### **Материал и методы исследования**

Объектом исследования выступает уровень прозрачности бизнеса. В ходе работы были использованы следующие методы исследования: анализ, сравнение, синтез, классификация и другие.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Понятие «транспарентность» образовано от латинского «trans» – прозрачный, насквозь, и «pareo» – быть очевидным. В русском языке употребляется чаще всего в значении «открытость» или «прозрачность» чего-либо. Исходя из этого «транспарентность» и «информационная прозрачность» используются как синонимичные термины во многих источниках литературы. Однако, существует и противоположное мнение, указывающее на отличие качественных характеристик понятий «прозрачность» и «транспарентность».

Согласно авторскому подходу, было предложено следующее определение понятия «транспарентность». Транспарентность – это политика организации в части раскрытия информации, заключающаяся в составлении и доведении до всех заинтересованных лиц всей значимой информации о ее деятельности. Транспарентность должна подкрепляться желанием компании не утаивать негативные факты и не акцентировать внимание на положительных, не использовать отчетность в виде рекламы.

Так как бизнес-процесс включает в себя взаимодействие нескольких элементов, например, финансового, технологического и др., это дает возможность лицам, отвечающим за корпоративное управление, применять инструмент прозрачности для каждого элемента в отдельности. Таким образом, можно выделить несколько основных видов прозрачности по элементам раскрытия: финансовая, технологическая, социальная, прозрачность корпоративного управления.

Финансовая прозрачность – открытое представление финансовой отчетности для получения пользователями достоверной информации о текущем финансовом положении компании для принятия экономических решений.

Данная разновидность прозрачности является самой регулируемой со стороны государства.

Актуальная нормативно-правовая база для составления отчетности в России представлена в виде федеральных стандартов бухгалтерской отчетности (ФСБУ), а с 70-х годов прошлого столетия активно внедряются и применяются международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). Международные стандарты не только обеспечивают сопоставимость и качество финансовой информации на международном уровне, но и содержат положения, способствующие большей открытости компаний. Немаловажным шагом для популяризации прозрачности стала необходимость составления отчетности согласно МСФО для выхода на IPO. Таким образом международное сообщество диктует бизнесу правило: для достижения высоких показателей развития компания должна быть прозрачна.

Технологическая прозрачность – открытость в отношении применяемых в процессе производства технологий, материалов и т.д. Вид прозрачности, который вызывает спорные суждения. С одной стороны, важно раскрывать потребителям какие вещества и материалы используются при создании продуктов потребления с точки зрения безопасности и доверия. С другой стороны, раскрывая технологический процесс и состав продукта, компания рискует потерять уникальность и конкурентные преимущества, так как воспользоваться данной информацией могут не только пользователи, но и другие игроки-конкуренты. Однако, все в большей мере такая прозрачность становится востребованной обществом. Это во многом связано с угрозами эколого-климатического, биологического, психологического характеров.

Социальная прозрачность – прозрачность политики в отношении сотрудников и стратегии развития человеческого потенциала. Это активно развивающееся и набирающее популярность направление прозрачности. Раскрытие корпоративной политики в отношении сотрудников, социальных программ, как для сотрудников, так и для сторонних людей, и в целом

политики корпоративной социальной ответственности компании позволяет заработать лояльность сотрудников, потребителей, инвесторов и государства. Все чаще публикуются отчеты о КСО крупными компаниями. Ввиду того, что компании сами составляют эти отчеты, они имеют возможность представлять только выгодную для бизнеса информацию. Данный риск возрастает из-за неэффективных контрольных мер. Со стороны государства отсутствует реальный контроль за нефинансовой отчетностью компаний. Нефинансовый аудит также еще не получил значительной практики и сталкивается со многими трудностями при подтверждении нефинансовой информации самых различных видов.

Транспарентность корпоративного управления – открытость в отношении корпоративной культуры, структуры управления, функций сотрудников и зоны ответственности высшего руководства. Эта важная составляющая открытости компаний, направленная в большей степени на сотрудников и государство. При открытости корпоративного управления социум имеет информацию о распределении должностных обязанностей. Это позволяет, например, высшему руководству нести юридическую ответственность и принять на себя социальные санкции в виде формирования общественного суждения по его персоне.

Информационная транспарентность – наличие доступных каналов связи между всеми этапами производства, менеджерами разных уровней, элементами бизнес-процесса. От степени открытости данных каналов зависит скорость и эффективность принятия технологических и управленческих решений. Данная политика внутренней информационной открытости затрагивает вопрос доступа менеджеров разных уровней и сотрудников разных подразделений к корпоративной информации. Высокий уровень информационной транспарентности свидетельствует об эффективности организационной структуры компании [4].

По ориентированности транспарентность можно разделить на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя транспарентность ориентирована на менеджмент

и рядовых сотрудников и характеризует степень открытости информации внутри трудового коллектива. Внешняя транспарентность направлена на внешних пользователей: инвесторов, клиентов, поставщиков, органы государственной власти и других стейкхолдеров [5].

Существование разных видов транспарентности и недостаточность законодательного регулирования в данной сфере позволяет компаниям выстраивать свою уникальную политику открытости в отношении внутренних и внешних пользователей.

Принимая условия политики транспарентности, организация обязуется представлять финансовую и нефинансовую отчетность для всех заинтересованных сторон.

Финансовая (бухгалтерская) отчетность – информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями Федерального закона N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [2].

Ввиду недостаточного регулирования российским законодательством требований к прозрачности отчетностей компаний, а также активного процесса сближения российского законодательства в области бухгалтерского учета с международными стандартами, был проведен анализ зарубежного опыта в исследовании вопроса транспарентности.

Основой «внешней транспарентности» является раскрытие бухгалтерской отчетности в соответствии с международными стандартами (МСФО, ОПБУ США), которые гарантируют высокий уровень прозрачности информации.

Одним из принципов формирования транспарентности является раскрытие полного комплекта финансовой отчетности. В соответствии с Международным Стандартом Финансовой Отчетности (МСФО) комплект включает [3]: отчет о финансовом положении на дату окончания периода; отчет о совокупном доходе за период; отчет об изменениях в капитале за период; отчет о движении денежных средств; примечания, состоящие из краткого обзора основных

принципов учетной политики и прочей пояснительной информации; отчет о финансовом положении на начало самого раннего сравнительного периода в случае, если предприятие применяет учетную политику ретроспективно или осуществляет ретроспективный пересчет статей в своей финансовой отчетности, или если оно реклассифицирует статьи в своей финансовой отчетности.

Предоставлять финансовую отчетность организация должна минимум раз в год. При смене даты окончания отчетного периода и представлении отчетности сроком меньше или больше года, организация должна раскрыть причину данного решения, а также указать, что суммы, представленные в финансовой отчетности, не являются в полной мере сопоставимыми. Тем самым, выполняется принцип регулярности.

Для организации важно не только составить качественную и правдивую информацию о финансовом состоянии, но и осуществить эффективную коммуникацию с заинтересованными сторонами за счёт открытого доступа к отчетности. Обеспечить прозрачность позволит принцип доступности, достижение которого возможно посредством публикации отчетности в различных информационных источниках и интернет-ресурсах (система «СПАРК», Интерфакс и т.д.). Чтобы привлечь внимание к своей деятельности, нужно следить за актуальными источниками, которыми пользуется большинство заинтересованных лиц.

Организации, реализующие политику прозрачности, должны учитывать, насколько высока вероятность того, что затраты на предоставление отчетности будут покрыты выгодами, предоставленными заинтересованным лицам финансовой информации.

Важно, чтобы компания имела желание предоставлять достоверную отчетность, которая отражает реальное внутреннее положение дел компании и не завышает отчетные показатели в целях создания привлекательно-го имиджа.

Также при формировании «внешней прозрачности» большое значение имеет публикация нефинансовой информации, не регламентируемой

МСФО, такой как: экологический отчет, отчет о социальной ответственности, информация о приоритетных направлениях деятельности и перспективах развития компании, сведения о соблюдении обществом Кодекса корпоративного поведения [7] и т.д.

Публичная нефинансовая отчетность (ПНО) раскрывает информацию о деятельности организации в контексте социальной ответственности и устойчивого развития, отражает взаимодействие с заинтересованными сторонами, а также достигнутые результаты, включая экономические, экологические и социальные аспекты, рассматриваемые в их взаимосвязи [9].

В России данный вопрос недостаточно раскрыт на законодательном уровне, однако, в данный момент наблюдается интерес и первые шаги к урегулированию. Например, распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 мая 2017 г. №876-р утверждена Концепция развития публичной нефинансовой отчетности и план мероприятий по реализации Концепции.

Данные по динамике и состоянию нефинансовой отчетности в России содержатся в Национальном Регистре корпоративных нефинансовых отчетов, а также в Библиотеке корпоративных нефинансовых отчетов Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). По состоянию на июнь 2022 г., в Национальный Регистр внесены 197 компаний, зарегистрировано отчетов – 1163, которые выпущены в период начиная с 2000 г. В их числе: экологические отчеты (ЭО) – 101, социальные отчеты (СО) – 374, отчеты в области устойчивого развития (ОУР) – 415, интегрированные отчеты – 273 [10].

Большинство компаний, раскрывающих и предоставляющих нефинансовую отчетность, заняты в энергетике, нефтегазовой и горнодобывающей промышленности и металлургии. В то время как по состоянию на июнь 2022 года на сайте CorporateRegister, являющемся глобальным онлайн-реестром корпоративной отчетности, зарегистрировано порядка 159 737 публикаций нефинансовой отчетности [11].

Пользуясь информацией из нефинансовых отчетов, заинтересованное

лицо может столкнуться с тем, что у каждой компании социальный отчет оформлен в индивидуальном формате с уникальной структурой, что вызывает затруднения в процессе сравнения деятельности компаний. Именно поэтому важно обеспечить сопоставимость нефинансовой информации.

Польза от отчетности во многом связана с возможностью стейкхолдеров интегрировать полученную информацию в свой процесс принятия решений, в котором сроки раскрытия играют важную роль.

Несмотря на то, что с определённой точки зрения постоянная публикация информации может показаться оптимальным решением, компании следует предоставлять консолидированную информацию о своих экономических, социальных и экологических результатах деятельности в определенный момент времени. Решение о периодичности и продолжительности периода представления информации позволяет обеспечить временную сопоставимость информации. Заинтересованным лицам удобно пользоваться финансовой и нефинансовой отчетностью, представленной в фиксированные сроки. Однако, не стоит забывать о балансе своевременности представления и достоверности публикуемой отчетности.

В современных рыночных отношениях все большее значение приобретает положение компании и ее имидж в отрасли. В условиях цифровизации также важно сохранять положительное отношение со стороны не только клиентов, но и контрагентов и персонала, так как порой достаточно ложного инфополюса, чтобы подорвать стратегию компании и существенно ухудшить ее экономическое положение. Именно поэтому большинство компаний, независимо от их организационно-правовой формы, а также размера, стараются обращать внимание и развивать свои конкурентные преимущества, которые позволят им надежно и надолго занять определенную нишу на рынке.

Стратегическое планирование в России еще недостаточно развито. Чаще всего компании начинают оценивать свой конкурентный потенциал и принимать меры по его развитию только

в предкризисных случаях или наоборот, когда компанию ожидает быстрый существенный подъем. Однако, при наличии развитой системы стратегического управления, которая будет в постоянном режиме оценивать тренды отрасли и положение организации на рынке, организация получает реальный шанс избежать резких потерь преимуществ на рынке.

Необходимо также правильно оценить конкурентные преимущества. Ж. Ж. Ламбен определяет их как характеристики, свойства товара или марки, которые создают для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. То есть фактически конкурентные преимущества образуют систему экономических, технологических, организационных, информационных и иных уникальных и присущих исключительно конкретной организации позиций или стратегий, которые позволяют ей занять определенное положение на рынке, а также способствуют созданию ее имиджа.

В качестве конкурентного преимущества выступает, в первую очередь, транспарентная отчетность. В основном это связано с финансовым позиционированием компании, которое является производным инструментом от финансовой отчетности. Так, например, частью финансового позиционирования, которое позволяет повысить конкурентоспособность организации, является рейтинговая оценка независимого агентства по уровню прозрачности бизнеса, кредитной надежности, финансовой устойчивости, степени социальной ответственности бизнеса. Все данные для расчета находятся в промежуточной и годовой отчетности компаний. Если же информация в отчетности раскрыта ненадлежащим образом или политика компании не соответствует политике транспарентности, данные рейтинга будут низкими. Грамотная транспарентная финансовая отчетность позволяет формировать отчеты с учетом целевой аудитории, на которую они направлены (контрагенты, поставщики, инвесторы и т.д.), что также создает положительное отношение к компании.

Не только финансовая отчетность позволяет вовремя обнаружить конку-

рентные преимущества и воспользоваться ими. Чаще всего более эффективна управленческая отчетность, ее пользователями являются представители топ-менеджмента и собственники организации, это позволяет им оперативно принимать решения в области стратегического управления, а также анализировать положительные и отрицательные эффекты принятого ранее решения. Преимущество управленческой отчетности перед финансовой (бухгалтерской) прежде всего заключается в сроках ее формирования – информация поступает оперативно и нет необходимости ждать ее публикации. Также управленческая отчетность может готовиться с необходимой для организации регулярностью и в требующихся объемах с заданными акцентами. Для инвесторов и кредиторов управленческая отчетность является порой более актуальной для анализа возможных рисков, так как бухгалтерская отчетность иногда в большей мере отражает результаты прошедших событий, поэтому пользователи дополняют ее анализ более подробной управленческой информацией. Хотя в последние годы финансовая отчетность все более ориентирована в будущее.

В России рассмотренная форма воздействия на конкурентоспособность на рынке практически не востребована, далеко не все организации ведут управленческий учет в соответствии с политикой прозрачности, а некоторые совсем не предусматривают подобный учет в своей деятельности. Согласно законодательству Российской Федерации, ведение управленческого учета является выбором компании. Кроме того, российские организации редко предоставляют доступ к своей управленческой отчетности не только в открытых источниках, но и по запросам пользователей.

Проведенный анализ эффективности и полезности управленческой отчетности для аналитики возможных конкурентных преимуществ, позволил сделать вывод о необходимости настройки организаций на раскрытие и предоставление прозрачной информации о себе, в противном случае, это может отрицательно повлиять на нее. И конечно, при отсутствии прозрачной управленческой отчетности самим

менеджерам и собственникам организации будет весьма сложно принимать правильные решения.

Нефинансовая отчетность также становится инструментом создания конкурентоспособных преимуществ. На мировой арене наиболее перспективной для компании является экологическая отчетность, ввиду актуальности проблемы создания зеленой экономики. В результате, компании, предоставляющие и реализующие политику транспарентной экологической отчетности, пользуются большим уважением со стороны клиентов и крупных инвесторов.

Медленное развитие нефинансовой отчетности в России – одна из ключевых проблем, причиной и последствием которой является низкий уровень прозрачности. Ключевой целью публичной нефинансовой отчетности является анализ и оценка результатов деятельности организации в части снижения или предотвращения социальных и экологических негативных последствий для общества. В России степень ответственности в данных областях еще крайне низкая, особенно в регионах, ввиду чего необходимы меры обязательной публикации нефинансовой отчетности [7].

Преимуществом транспарентной нефинансовой отчетности является ее доступность не только внутренним пользователям, но и инвесторам, что привлекательно, прежде всего для крупных компаний, имеющих выход на международные рынки. Это преимущество способствует привлечению инвестиций фондов и других социально-ответственных организаций, укреплению связи с контрагентами и созданию положительного образа организации.

Соккрытие экономическими субъектами результатов своей экологической и социальной деятельности способствует снижению рисков создания негативного имиджа на рынке [8]. Однако, на мировой арене наблюдается активная популяризация социальной и экологической ответственности бизнеса. В настоящее время от компании требуется (и выгоднее для нее самой) признать несовершенство своей деятельности, приведя пояснения последующего планируемого усовершенствования и потенциальной работы для снижения угроз

обществу. Именно поэтому транспарентность в части нефинансовой отчетности становится перспективным инструментом для повышения конкурентоспособности на рынке. Публикация подробной отчетности демонстрирует соответствие стратегических целей положениям социальной ответственности бизнеса.

Таким образом, транспарентная отчетность является одним из эффективных инструментов оценки конкурентных преимуществ, а также позволяет анализировать потенциальные сферы роста и усиления конкурентоспособности организации в отрасли и на мировой арене.

Реализация компанией политики транспарентности сопутствуют различные риски, которые могут выступать причиной нежелания некоторых компаний раскрывать данные о своей деятельности в объемах, сверх регламентируемых государством.

Во-первых, компания несет риск потери деловой репутации. Репутационные риски – это возможность потери доли прибыли компании из-за неблагоприятного восприятия ее имиджа потребителями, контрагентами, сотрудниками, акционерами, государственными регуляторами – пользователями информации. Если компания позиционирует себя как транспарентную, она обязуется раскрывать реальные сведения вне зависимости от их привлекательности. И если представленные факты хозяйственной деятельности не удовлетворительны для стейкхолдера, имидж и репутация компании, вероятно, снижаются.

Во-вторых, компания подвержена правовым рискам. Доступ органов государственного регулирования к финансовой и нефинансовой отчетности дает им возможность в соответствии с действующими нормами выявить нарушения при представлении компаниями сознательно искаженной информации. В соответствии с КоАП РФ за грубое нарушение требований к составлению бухгалтерской отчетности наступает административная ответственность и налагается штраф на должностных лиц в размере от 5000 до 10000 рублей, при повторном нарушении от 10000 до 20000 рублей или дисквалификация на 1–2 года [1].

В-третьих, существует риск возникновения неоправданных затрат на составление и публикацию отчетности. Так как работа грамотных и опытных специалистов является высокооплачиваемой, публикация финансовой отчетности сопровождается высокими затратами на оплату труда специалистов по ее составлению и прохождению ей аудита. При составлении финансовой и нефинансовой отчетности задействованы бухгалтеры, аналитики, привлечены эксперты, графические дизайнеры, копирайтеры и т.д. Чтобы затраты не превышали эффект, полученный от создания и публикации отчетности, менеджерам необходимо планировать затраты в соответствии с возможностями компании. То есть применять принцип рациональности.

В-четвертых, присутствует риск недобросовестного использования публикуемых данных против интересов организации. Именно наличие данного риска влечет нежелание компаний публиковать специфическую информацию, например, подробностей вознаграждения высшего менеджмента и процедур работы совета директоров. Не раскрывая подобные сведения руководство компании старается избежать совершения правонарушений против нее и ее сотрудников, в-частности, угрозы рейдерского захвата [6].

Пользователи отчетности также подвержены определенным рискам и проблемам.

Существует риск дезинформации пользователей отчетности ввиду неверного её толкования из-за недостатка знаний в финансовой области. Ошибочная оценка отчетности приводит к принятию неверных решений, что может существенно сказаться на финансовом положении пользователя. Данному риску подвержены начинающие участники финансового сектора. Однако, к дезинформации также может привести и некорректное применение правовых норм в области бухгалтерского учета составителями отчетности. Законы и нормативно-правовые акты, которыми они руководствуются, представлены Федеральным законом N 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», федеральными стандартами бухгалтерского учета

и разъяснительными письмами Минфина, которые постоянно обновляются и уточняются. Также существуют явные расхождения между бухгалтерским и налоговым учетом. Это влечет за собой риск публикации искаженной финансовой отчетности, составленной некомпетентными специалистами. Ещё один путь к дезинформации пользователей – намеренное искажение и неполное раскрытие данных составителями. Эффективным методом пресечения публикации недостоверных данных является проведение аудита – независимой проверки бухгалтерской отчетности.

Отмечена проблема поиска необходимой для принятия экономического решения информации. Существует несколько способов размещения отчетности для общей доступности. Некоторые крупные компании размещают отчетность, организационную структуру, годовые отчеты на своих веб-сайтах, создавая удобную инфраструктуру для поиска необходимой информации. Однако, сведения большинства компаний размещены на сервис-платформах, таких как Интерфакс, системы «СПАРК», и других базах данных, раскрывающих сведения на платной основе. Некоторые пользователи не имеют доступа к подобным сервисам или не обладают навыками их использования – происходит ограничение доступа к информации, что снижает прозрачность организаций.

Снизить для компаний последствия рисков и обеспечить безопасное раскрытие можно путём составления отчетов в соответствии с законодательно закреплёнными регламентами, а также с помощью построения руководством грамотной политики прозрачности.

### Выводы

В условиях современной массовой дезинформации, особенно в экономической среде, актуальность прозрачной информации очень быстро растёт, поэтому российским организациям важно переориентировать политику ведения бизнеса и сделать ее более прозрачной. Для этого необходимо, прежде всего, точно определить понятие прозрачности, полагаем, что в качестве такого определения может ис-

пользоваться предложенная в статье авторская дефиниция прозрачности. Для более детальной разработки направлений построения прозрачной отчетности (и бизнеса в целом) целесообразно применение представленной авторами статьи классификации видов прозрачности.

Полагаем важным воспринимать отчетность организации (и менеджменту, и стейкхолдерам) как инструмент прозрачности бизнеса, позволяющий пользователям анализировать информацию для принятия решений из официальных источников самого экономического субъекта.

Авторы считают необходимым учитывать при реализации курса на прозрачность отмеченные в статье следующие мировые тенденции: формирование наглядной отчетности; формирование не только финансовой, но и нефинансовой отчетности; предоставление свободного доступа ко многим данным управленческого учета внешним пользователям; регулярность публикации отчетности при соблюдении в ней принципа сопоставимости информации; возможность запроса стейкхолдерами внутренней и промежуточной отчетности.

Соблюдение принципа прозрачности отчетности способствует достижению конкурентных преимуществ организацией на рынке и формированию ее благоприятного экономического имиджа. Однако, прозрачность связана со многими рисками, и нивелируя одни риски, она может вызвать другие, например такие как риски: потери деловой репутации; возникновения судебных исков; увеличения затрат на отчетность (создание удобной инфографики, публикацию отчетности, обратную связь с ее пользователями и т.п.); убытков от недобросовестного использования информации. Поэтому направленность на прозрачность требует одновременно реализации соответствующих мер для повышения безопасности бизнеса посредством разработки политики управления рисками.

Материал подготовлен по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансовому университету при Правительстве РФ.

*Библиографический список*

1. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 11.06.2022). [Электронный ресурс]. URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&ts=fhiZD9TMlt897krj1&cacheid=8EBC8921CEAB57E83A29B14220DF9D10&mode=splus&rnd=vSeeA&base=LAW&n=419255#МуjZD9TzKLslMNLO> (дата обращения: 10.06.2022).
2. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 30.12.2021) «О бухгалтерском учете» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022). [Электронный ресурс]. URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&ts=fhiZD9TMlt897krj1&cacheid=B319E28A69DFE5A3804AA63667BBB14A&mode=splus&rnd=vSeeA&base=LAW&n=389500#0ахаD9Tlhwe5IaBL1> (дата обращения: 10.06.2022).
3. Приказ Минфина России от 30.12.2021 N 229н «О введении документов Международных стандартов финансовой отчетности «Раскрытие информации об учетной политике (Поправки к МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» и Практическим рекомендациям N 2 по применению МСФО «Формирование суждений о существенности»)» и «Отложенный налог, связанный с активами и обязательствами, которые возникают в результате одной операции (Поправки к МСФО (IAS) 12)» в действие на территории Российской Федерации» (Зарегистрировано в Минюсте России 03.02.2022 N 67141). [Электронный ресурс]. URL: <https://cloud.consultant.ru/cloud/cgi/online.cgi?req=doc&rnd=vSeeA&base=LAW&n=408534#qrObD9TqygPTeAlH1> (дата обращения: 10.06.2022).
4. Голушко Т.К., Горбунова О.Н. Транспарентность российского бизнеса как характеристика его развития // Социально-экономические явления и процессы. 2016. № 6. С. 10-19.
5. Игумнов В.М. Основные направления исследования транспарентности // Международный бухгалтерский учет. 2011. № 41. С. 47-53.
6. Нуридджанян Е.С. Сущность понятия транспарентность организаций // Формула менеджмента. 2018. № 4. С. 13-16.
7. Рожнова О.В., Формирование транспарентной финансовой отчетности организации: монография. М.: Русайнс, 2021. 136 с.
8. Фатеева Т.Н., Лесина Т.В. Нефинансовая отчетность как инструмент формирования положительного имиджа организации // Вестник евразийской науки. 2015. № 4 (29). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nefinansovaya-otchetnost-kak-instrument-formirovaniya-polozhitelnogo-imidzha-organizatsii> (дата обращения: 10.06.2022).
9. Чалдаева Л.А., Красикова А.С., Федчин И.Н. Нефинансовая отчетность в России: проблемы становления и развития // Финансы и кредит. 2015. №13 (637). С. 21-31.
10. Российский союз промышленников и предпринимателей. [Электронный ресурс] URL: <https://rspp.ru> (дата обращения: 03.06.2022).
11. CorporateRegister. [Электронный ресурс] URL: <https://corporateregister.com> (дата обращения: 03.06.2022).