

DOI: 10.29141/2218-5003-2024-15-5-4

EDN: GXKFBA

JEL Classification: C38, M19, M41

Обеспечение результативности внешних корпоративных коммуникаций: неформальная классификация аудитории

М.В. Родченков

Высшая школа управления (ЦКО), г. Москва, РФ

Аннотация. Значимое влияние развивающегося инвестиционного сообщества на устойчивость бизнеса требует ясного понимания и верного сегментирования этой аудитории. Исследование направлено на выявление устойчивых критериев внутригрупповой дифференциации оценок и восприятия качественных характеристик финансовой отчетности представителями различных функциональных групп ее пользователей для повышения результативности управления внешними коммуникациями. Методологической основой работы послужила теория стейкхолдеров. Применены методы экспертных оценок, структурно-логического и многомерного дискриминантного анализа. Информационную базу составили аутентичные данные опроса 52 представителей российской бизнес-среды о качестве корпоративной отчетной информации, проведенного в IV квартале 2020 г. В результате исследования установлены имеющие мотивационную природу статистически значимые расхождения вероятности соотнесения части участников опроса со своей функциональной группой, сформированной по формальному признаку. Определены актуальные критерии неформального деления респондентов по группам, базирующиеся на оценочных суждениях о качественных характеристиках корпоративной финансовой отчетности, включающие различия в оценках сложности стандартов отчетности и функциональности стоимостных показателей на основе концепции справедливой рыночной стоимости. Выявление критериев мотивационно-функциональной идентификации устойчивых подгрупп пользователей финансовой отчетности, образованных внутри функциональных групп, определяет научную новизну работы. Итоги исследования вносят вклад в понимание актуальных критериев групповой структуры инвестиционного сообщества как целевой аудитории корпоративной отчетности и могут использоваться для уточнения формальной функциональной классификации пользователей отчетной информации и корректировки других элементов корпоративных систем управления с целью повышения эффективности внешних коммуникаций.

Ключевые слова: IR-менеджмент; внешние коммуникации; неформальная классификация; мотивационно-функциональная идентификация; отчетная информация; дискриминантный анализ; МСФО.

Благодарности: Автор признателен Анушке Ферлигой (Anuška Ferligoj), Люблянскому университету (University of Ljubljana) и Международной лаборатории прикладных сетевых исследований НИУ ВШЭ за полезные комментарии; благодарен Виктору П. Суйцу и всем коллегам кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова за помощь в получении данных опроса и усовершенствовании методологии. Автор также выражает благодарность всем участникам опроса.

Информация о статье: поступила 28 мая 2024 г.; доработана 16 августа 2024 г.; одобрена 8 сентября 2024 г.

Ссылка для цитирования: Родченков М.В. (2024). Обеспечение результативности внешних корпоративных коммуникаций: неформальная классификация аудитории // Управленец. Т. 15, № 5. С. 56–72. DOI: 10.29141/2218-5003-2024-15-5-4. EDN: GXKFBA.

Ensuring the performance of external communications: An informal classification of target groups

Mikhail V. Rodchenkov

Higher School of Management (CQE), Moscow, Russia

Abstract. The increasing influence of the investment community on business sustainability highlights the need for a comprehensive understanding and accurate segmentation of this audience. The research aims to identify consistent criteria for intra-group differentiation in the perception of financial reporting information among members of various stakeholder groups in order to improve the performance of external communications management. Methodologically, the study rests upon stakeholder theory, which is supported by expert assessments, structural-logical analysis, and multidimensional discriminant analysis. The study draws on authentic data of a survey on the quality of corporate reporting information conducted in the fourth quarter of 2020 among 52 representatives of the Russian business. The research identifies motivationally-rooted statistically significant discrepancies in the probability of correlating some survey participants with their functional group formed on a formal basis. We discuss the relevant criteria for an informal division of respondents into groups based on subjective judgments about qualitative characteristics of corporate financial reports. These criteria include variations in estimates of complexity of reporting standards and functionality of cost indicators based on the concept of fair market value. The revealed criteria for motivational and functional identification within stable subgroups of financial statement users formed within functional groups represents the scientific novelty of this study. The results contribute to a deeper understanding of the relevant criteria for the group structure of the investment community, which constitutes the target audience for corporate reporting. These findings can be utilized to refine the formal classification of users of reporting information, as well as to adjust other components of corporate management systems with the aim of enhancing the effectiveness of external communications.

Keywords: investor relations (IR) management; external communications; informal classification; motivational and functional identification; reporting information; discriminant analysis; IFRS.

Acknowledgements: The author is grateful to Anuška Ferligoj, the University of Ljubljana and the International Laboratory for Applied Network Research NRU HSE for useful comments; to Viktor P. Suyts and all colleagues of the Department of Accounting, Analysis and Audit of Lomonosov Moscow State University for assistance in obtaining survey data and improving the methodology. The author also expresses gratitude to all survey participants.

Article info: received May 28, 2024; received in revised form August 16, 2024; accepted September 8, 2024

For citation: Rodchenkov M.V. (2024). Ensuring the performance of external communications: An informal classification of target groups. *Upravlenets / The Manager*, vol. 15, no. 5, pp. 56–72. DOI: 10.29141/2218-5003-2024-15-5-4. EDN: GXKFBA.

ВВЕДЕНИЕ

Внешние коммуникации являются важной составляющей корпоративных систем управления информацией [Телегин, 2022; Щербаченко, 2018], опосредующей взаимоотношения с инвесторами, бизнес-партнерами, кредиторами, саморегулируемыми организациями и другими лицами, как зависящими от решений и действий компании, так и оказывающими влияние на ее решения и действия, то есть заинтересованными сторонами (стейкхолдерами)¹ [Freeman, 1984, p. 58]. Поиск общего консенсуса и задачу выстраивания конструктивного диалога с наиболее весомыми для публичных компаний стейкхолдерами, прежде всего инвесторами, существенно усложняют вариативность и объемность этой аудитории. Так, согласно данным Банка России², по состоянию на конец III квартала 2023 г. число индивидуальных инвестиционных счетов (ИИС) составило 5,7 млн ед. (+2 % к/к и +11 % г/г). Объем активов на ИИС по итогам квартала достиг 519 млрд р. (+3 % к/к и +32 % г/г), а оборот по ИИС по итогам 2023 г. составил 2,5 трлн р. Брокерские счета на Московской бирже за 2023 г. открыли 6,7 млн чел. В результате общее число физических лиц, имеющих счета на бирже, достигло 29,7 млн³. Цели, задачи и интересы этих лиц и других заинтересованных сторон разнонаправлены, а часто противоречивы. В связи с этим понимание и правильная сегментация целевой аудитории не просто определяют результативность коммуникаций [Шилова, Угринович, 2018; Цой, Щеколдин, 2023; Huseynli,

Kandemir, Huseynli, 2023, p. 63], они влияют и на эффективность современных информационных технологий, таких как системы EIM⁴, ECM⁵, CRM⁶, и на работоспособность корпоративных систем, подобных интегрированным маркетинговым коммуникациям [Слепенкова, Горчаков, 2009]. При продвижении продуктов, формировании необходимого рыночного имиджа и реализации стратегии развития компании важна роль отчетной информации [Скобелев, 2021].

Корпоративная отчетность, в том числе формируемая по Международным стандартам финансовой отчетности (МСФО), выступает основным носителем и источником надежной информации о результатах деятельности и уровне управления для всех стейкхолдеров, но в большей степени для внешних, ограниченных в доступе ко внутренней информации компании. Качество отчетности влияет на эффективность управленческих решений, принимаемых заинтересованными пользователями, которых по степени принятия рисков финансовых потерь можно свести в две функциональные группы: (а) инвесторов, несущих полную финансовую ответственность и определяемых как целевая аудитория IR-менеджмента⁷, и (б) функциональных пользователей, отягощенных бременем не финансовой, но юридической ответственности.

Широта социальной базы и вариативность поведенческого императива пользователей [Теплова и др., 2022; Купряшин, 2023] способствуют дифференции восприятия одной и той же отчетной информации внутри функциональных групп и, как следствие, различиям ее интерпретации [Мескон, Альберт, Хедоури, 2016, с. 152]. В связи с этим одинаковый объем данных финансовой отчетности, предоставленный разным пользователям, приводит к получению (восприятию) разного объема полезной информации

¹ Наиболее общими категориями стейкхолдеров могут быть частные и институциональные инвесторы и акционеры, бизнес-партнеры, клиенты, поставщики, персонал, органы власти, регуляторы, учреждения, средства массовой информации, профсоюзы, научные сообщества, международные организации и институты и т. п. Круг стейкхолдеров каждой компании индивидуален и зависит от характера и уровня развития бизнеса, внешней среды и других факторов. Широкий круг стейкхолдеров предполагает различную классификацию по таким атрибутам, как отношение к компании [Freeman, 1984], принятие рисков [Clarkson, 1994], власть, легитимность, актуальность [Mitchell, Agle, Wood, 1997] и т. п.

² Тенденции сегмента индивидуальных инвестиционных счетов в III квартале 2023 г. // ЦБ РФ. https://cbr.ru/analytics/rcb/iis_3q_2023/.

³ Мазина М. Частные инвесторы за год вложили в бумаги на Мосбирже более Р 1,1 трлн // РБК Инвестиции. <https://quote.rbc.ru/news/article/65a0f7de9a7947b6d2fa2cb5?from=copy>.

⁴ EIM (enterprise information management) – это система управления всеми информационными активами организации на протяжении всего их жизненного цикла.

⁵ ECM (enterprise content management) – система управления корпоративным информационным контентом.

⁶ CRM (customer relationship management) – управление взаимоотношениями с клиентами, ориентированное на потребителя.

⁷ IR (investor relations) – отношения с инвесторами.

[Ковалев, Ковалев, 2019]. Следовательно, в рамках обеспечения эффективности внешних коммуникаций, совершенствования корпоративных стратегий и политики отношений с инвестиционным сообществом важно определить неявные, скрытые факторы влияния на качественные оценки пользователей международной финансовой отчетности. Актуальные данные о критериях мотивационно-функциональной идентификации устойчивых подгрупп пользователей финансовой отчетности, образованных внутри функциональных групп, позволяют оценить соответствие отчетной информации «ландшафту» приоритетов бизнес-сообщества и своевременно скорректировать характеристики необходимых элементов корпоративных систем управления информацией, а также системы финансовой отчетности в целом.

С учетом изложенного предметом исследования определены оценочные суждения представителей различных групп пользователей о качественных характеристиках корпоративной финансовой отчетности. Цель работы – выделить устойчивые критерии внутригрупповой дифференциации оценок и восприятия¹ качественных характеристик финансовой отчетности представителями различных функциональных групп ее пользователей для повышения эффективности управления корпоративными отношениями с инвестиционным сообществом.

Гипотеза исследования (H1) предполагает, что внутри функциональных групп конечные пользователи дифференцированно воспринимают и по-разному оценивают данные финансовой отчетности. Различия имеют мотивационную природу и касаются надежности стоимостных оценок и удобства восприятия отчетной информации, а их размах превышает границы формальной функционально-групповой идентификации.

Для достижения цели и оценки достоверности рабочей гипотезы поэтапно решены следующие задачи:

- 1) осуществлена подготовка первичных данных об оценочных суждениях представителей бизнес-сообщества;
- 2) проведен статистический анализ данных с применением инструментария многомерного анализа;
- 3) сформулированы выводы о состоятельности рабочей гипотезы на основе полученных результатов статистического анализа, разработаны предложения по их имплементации в практику корпоративного управления.

Научную новизну исследования определяет выделение критериев мотивационно-функциональной идентификации устойчивых подгрупп пользователей финансовой отчетности, образованных внутри функциональных групп на основе аутентичных первичных данных об оценочных суждениях представителей раз-

личных групп пользователей о качественных характеристиках финансовой отчетности. Теоретическая значимость работы состоит в уточнении критериев агрегирования пользователей для структурирования целевой аудитории корпоративной отчетности. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов как для корректировки элементов корпоративных систем управления в интересах повышения эффективности коммуникаций, так и для выбора критериев уточнения формальной функциональной классификации пользователей корпоративной отчетной информации, а также для повышения качества работы органов управления (советов директоров) с учетом мотивационной идентификации кандидатов.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ С ИНВЕСТОРАМИ

Обобщение и анализ доступных научных источников показывают, что повышение эффективности коммуникаций с пользователями отчетной финансовой информации является проблематикой двух предметных областей: управления отношениями со стейкхолдерами, прежде всего с инвесторами, и совершенствования финансовой отчетности.

Стейкхолдерская модель в сфере корпоративного управления предусматривает создание ценности для широкого круга заинтересованных сторон [Freeman, 1984]. Это требует ответственного делового поведения, кооперации и сотрудничества стейкхолдеров [Ткаченко, 2021, с. 3], за счет синергии которых может быть создана дополнительная стоимость компании [Tantalo, Priem, 2014]. Ее увеличению может способствовать правильная приоритизация стейкхолдеров, одним из критериев которой можно считать формируемую стейкхолдерами стоимость (STV), рассчитываемую с помощью индекса вклада стейкхолдеров, индекса гармонизации интересов [Ивашковская, 2012, 2019, 2024]. Вместе с тем ряд исследователей отмечают влияние данных о надежности и устойчивости компании на формирование ценности для заинтересованных сторон [Castro-Martinez, Jackson, 2017; Ткаченко, 2021]. Эта информация подлежит обязательному раскрытию и включает отчетность – центральное звено в системе взаимоотношений между компанией и ее инвесторами [Скобелев, 2021].

Важными задачами специалистов профильных подразделений в выстраивании таких отношений являются: обеспечение справедливой внешней оценки стоимости ценных бумаг компании и лучшего понимания рынком всех аспектов деятельности компании, а также сокращение стоимости инвестиционного капитала и «управление ожиданиями» инвесторов [Щербаченко, 2018]. Отчетность при этом выступает одним из средств коммуникации, повышающих доверие акционеров и обеспечивающих привлекательность

¹ Установить дифференциацию внутригрупповых приоритетов в оценке.

акций компании для представителей инвестиционно-го сообщества [Cutlip, Center, Broom, 2006; Laskin, 2011]. Результативность использования отчетности как средства коммуникации в немалой степени определяется восприятием ее содержания и качеством, обеспечиваемым современными коммуникационными моделями.

Апробированные модели коммуникации в практике маркетинга и корпоративного управления основаны на подходах Ф. Котлера [1991], а также М.Х. Мескона, М. Альберта и Ф. Хедоури [2016, с. 152], определяющих главной целью коммуникаций обеспечение понимания обмениваемой информации. Коммуникативный процесс в этих моделях рассматривается в качестве системы с обратной связью и шумом, искажающим информацию, и включает четыре базовых элемента: 1) отправителя информации (сообщения); 2) сообщение – информацию, закодированную с помощью символов; 3) канал – средство передачи информации; 4) получателя и интерпретера информации. В такой модели коммуникация – это не просто процесс передачи сообщения от отправителя к получателю, в ходе которого первый кодирует, а второй декодирует информацию, как в линейных моделях. Важным элементом является реакция получателя на сообщение, то есть обратная связь, способствующая повышению эффективности коммуникационного процесса [Мескон, Альберт, Хедоури, 2016, с. 153]. При условии множественности циклов общения такая модель признается интерактивной. А одним из основных факторов результативности коммуникаций является четкое представление целевой аудитории, оказывающей определяющее влияние на решения о том, что, как, где, когда и от чьего имени сказать [Котлер, 1991].

В определенной мере такой подход коррелирует с прикладными аспектами использования отчетности в коммуникациях с инвесторами, требующих адресности всех действий [Волкова, 2017], способствующих более полному учету их интересов [Буздалин и др., 2010; Прохорова, Рассказова, 2020].

Отмеченная специфика модели современной коммуникации ужесточает требования к содержанию публичных раскрытий [Телегин, 2022]. В исследованиях факторов, определяющих потребительские свойства финансовой отчетности, чаще всего представлены: функциональность некоторых методологических положений МСФО, национальная специфика практической реализации международных стандартов и профессионально-личностная дифференциация конечных пользователей отчетности.

Финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с международными стандартами, признается наиболее качественной [Fagoogue, 2016], несмотря на дискуссионность оценок ее потребительской ценности, обусловленных проблемами методологического [Gigler et al., 2014; Agoglia, Doupnik, Tsakumis, 2011] и концептуального [Kadous, Mercer, 2012] характера.

Исследователи отмечают, что необходимо пересмотреть сущностные оценки основных для инвесторов индикаторов финансовой результативности [Dechow, Sloan, Zha, 2014], рассчитанных на базе приоритетной лишь на стадии экономического роста концепции справедливой рыночной стоимости [Liang, Riedl, 2014].

Такие оценки подвержены существенной градации под воздействием манипуляций менеджмента с дивидендными выплатами и рыночными факторами [Ramalingegowda, Wang, Yu, 2013], картинки имиджа и успеха, внушаемой с учетом гендерных различий частным инвесторам [Lee, 2019], а также функциональной роли респондента. При этом инвесторы и профессиональные консультанты по-разному оценивают полезность используемых концепций измерения стоимости для разных классов активов [McDaniel, Martin, Maines, 2002; Gassen, Schwedler, 2010]. Растущая сложность восприятия финансовой отчетности подтверждает, что инвесторам [Schoenfeld, 2020] и их представителям необходимо иметь не только специальные знания финансового эксперта или наблюдателя финансовой экспертизы¹ [Cohen et al., 2014], но и внутреннюю мотивацию как основной драйвер качества деятельности специалиста [Carlsson-Wall et al., 2021; Donatella, 2021] в рамках корпоративной организационной культуры [Руднев, 2023].

Кроме того, дифференциации оценок качества отчетной информации способствует совокупность контекстуальных факторов стран, которые являются привычной средой для конечных пользователей корпоративной финансовой отчетности [Hore, 2003]. Национальная специфика оказывает влияние на степень комфортности в работе со стандартами МСФО [Ashbaugh, Pincus, 2001] и на активность инвесторов в поиске более надежных и своевременных источников информации для оценки бизнеса [Lev, 2018], в том числе возможности встреч и личных бесед за закрытыми дверями для получения определенного преимущества за счет обхода «прозрачных для всех» каналов интернет-коммуникации [Brennan, Merkl-Davies, 2018]. Причем в национальных системах учета и отчетности (НСУО), внедряющих положения МСФО в свою практику, все отмеченные недостатки и проблемы качества отчетности проявляются более ярко [Родченков, 2021; Родченков, Суйц, 2021], как, например, в российской НСУО с довольно пестрым и «не номенклатурным» составом бизнес-сообщества [Позина, Ханова, 2020], нестабильностью бизнес-среды из-за постоянного давления негативных последствий шоков [Muravyev,

¹ Введенные понятия предложены Комиссией по ценным бумагам и биржам США (SEC, Securities and Exchange Commission). Финансовый эксперт (accounting financial expert, AFE) обладает опытом финансового директора, партнера по аудиту, а наблюдатель финансовой экспертизы (supervisory financial expert, SFE) – опытом директора или президента компании.

2017] и высокой ролью профессиональных и политических связей в обеспечении эффективности взаимодействия с внешними стейкхолдерами [Michailova, Worm, 2003; Zavertiaeva, López-Iturriaga, 2020; Кирпищиков, 2024].

Резюмируя изложенное, можно заключить, что:

а) обязательным элементом структуры внешних коммуникаций компании с инвесторами и другими стейкхолдерами выступает корпоративная отчетность;

б) пользовательские оценки качества финансовой информации зависят от многих факторов, среди которых важное место отводится видам и формам ответственности, профессиональной подготовке, опыту и другим персональным атрибутам, формирующим мотивационно-функциональный статус оценивающих специалистов;

в) мониторинг актуальности выделенных факторов влияния не только на приоритеты отдельных пользователей отчетности, но и на коллективные предпочтения в устойчивых функциональных группах выступает важным элементом обратной связи, обеспечивающим своевременное управленческое воздействие на систему отчетности.

Следовательно, исследование групповых предпочтений с учетом национальной специфики позволит расширить базу эмпирических данных о структуре приоритетов заинтересованных пользователей и сформировать информационную основу для принятия управленческих решений по совершенствованию как корпоративных систем управления отношениями с инвесторами, так и системы международной финансовой отчетности на уровне НСУО в части учета информационных потребностей и ожиданий при представлении корпоративных отчетов.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методологические аспекты функциональной классификации целевой аудитории. Выделенная по итогам теоретического обзора специфика инвестиционного сообщества повышает требования к выбору инструментов функциональной классификации пользователей отчетности, составляющих целевую аудиторию таких коммуникаций. Для выполнения задач классификации практики используют различные виды анализа, такие как дискриминантный анализ (DA), регуляризованный дискриминантный анализ (RDA), мягкое моделирование по аналогии классов (SIMCA), анализ главных компонент (PCA) и метод частичных наименьших квадратов (PLS) [Lavine, Rayens, 2009].

Часто классификацию отождествляют с дискриминантным анализом [Gijbels, Hubert, 2010], являющимся старейшим и надежным методом статистической классификации [Bunge, Judson, 2005], нацеленным на графическое или алгебраическое описание различных характеристик наблюдений из нескольких

известных групп и сортировку новых объектов, групповая принадлежность которых неизвестна, в группы [Sinharay, 2010; Meloun, Miltký, 2011], в том числе для обработки мультиклассификации с учетом сетевых структур [Chen, 2022]. В последние годы большое внимание уделялось многомерному бинарному дискриминантному анализу, лучше работающему как на смоделированных, так и на реальных наборах данных с выделением, как правило, двух групп [Riffenburgh, 2012].

Канонический дискриминантный анализ (CDA) и линейный дискриминантный анализ (LDA) являются наиболее популярными методами классификации. В частности, LDA предназначен для моделирования различий между отдельными классами данных на основе коррелированных измерений, и поэтому вектор наблюдений может быть отнесен к одной из групп в соответствии с определенными статистическими критериями [Liu, 2016]. При этом ученые отмечают, что LDA не оптимален для анализа гетероскедастических данных, для которых идеальным инструментом был бы квадратичный дискриминантный анализ (QDA). Однако QDA менее полезен, когда количество признаков в наборе данных среднее или большое, а LDA и его варианты часто работают лучше из-за их устойчивости к размерности [Wu, Hao, 2022]. Это свидетельствует о целесообразности совместного использования этих методов при проведении классификации для повышения объективности и обоснованности полученных результатов.

Таким образом, на основе рассмотренных источников можно заключить, что дискриминантный анализ является предпочтительным методом для целей функциональной классификации пользователей отчетности.

Методы и данные. Применяемая методология включает многомерный анализ данных об оценочных суждениях представителей различных групп конечных пользователей отчетности по международным стандартам о ее текущих качественных характеристиках.

Источником первичных данных являются оценочные суждения представителей национальной бизнес-среды о потребительной ценности международной финансовой отчетности и ее текущем качестве.

Опрос проводился на территории Российской Федерации в 2020 г., а коммуникации с аудиторией осуществлялись комбинированным способом. Для минимизации риска искажения собственной позиции респондентов официальные корпоративные точки зрения по вопросам исследования не были изучены.

В соответствии с целью исследования из общего количества фактически проинтервьюированных 275 чел. была выбрана методом исключения бухгалтеров и аудиторов группа в составе 52 чел., которые идентифицированы именно в качестве пользователей финансовой отчетности. Дальнейшее тестирование

проведено в отношении оценочных суждений составляющих эту категорию респондентов, активно использующих финансовую отчетность и участвующих в операциях на фондовом рынке.

Иерархия представительства в выборке такова: члены национального инвестиционного сообщества, в том числе менеджеры и сотрудники инвестиционных компаний (33 %), бизнес-аналитики (23 %), представители государственных и общественных органов и структур, выполняющих регуляторные и надзорные функции (17 %), бизнес-журналисты (15 %), миноритарные собственники долей (акций) публичных компаний, не оказывающие влияния на бизнес-процессы этих компаний (12 %).

Возрастные параметры выборочной аудитории (68 % – категория 36–59 лет) позволяют сделать обоснованное допущение о наличии у респондентов необходимых для целей исследования уровня профессиональной подготовки и профессионального опыта работы с финансовой отчетностью. Представленные соотношения свидетельствуют о репрезентативности аудитории и надежности полученных данных.

Для решения задач исследования с учетом результатов анализа литературных источников в составе выборки были выделены две функциональные группы: инвесторы (группа 1) и функциональные пользователи (группа 2).

Информационная база включает ответы респондентов, структурированные по шкале Лайкерта (порядковая шкала) (от 1 до 5, где 1 – плохо, а 5 – отлично). В этот блок входят 9 переменных (ответы на 9 вопросов анкеты).

Статистический анализ предполагал базовый и расширенный набор тестов. Базовые тесты включали: а) проверку данных на нормальность распределения; б) определение соотношения вопросов для групп пользователей (респондентов) с выделением основных различий (метод описательной статистики, метод корреляционных матриц (correlation matrix)); в) тесты на непостоянство данных для множественного числа переменных.

В интересах обеспечения объективности и статистической обоснованности полученных результатов программа тестирования содержала, кроме базовых, тесты с использованием инструментария многомерного анализа: линейного (LDA) и квадратичного дискриминантного анализа (QDA). Основные результаты исследования были получены с применением канонического анализа (CA), дискриминантного анализа (DA), а также с построением и использованием линейной дискриминантной функции (LDF) и квадратичной дискриминантной функции (QDF).

Программно-аналитическое обеспечение указанных тестов базировалось на использовании пакетов прикладных программ SAS (для CA и DA), R-studio, Excel Stat Research (для предподготовки данных).

Определение переменных. Переменными были назначены ответы на 9 вопросов¹, наиболее подходящих для определения состоятельности рабочей гипотезы, в том числе в качестве критериев классификации пользователей отчетности по функциональным группам (табл. 1).

В отношении каждой из выделенных переменных были получены 52 ответа (наблюдения) от 52 респондентов. Исходя из такой степени отклика и использования при опросе формулировок, минимизирующих вероятность основных ошибок (MCAR², MAR³, NMAR⁴), искажающих объективность полученных данных, в исследовании не применялись методы секвестра непол-

¹ Заданные респондентам вопросы включали просьбу оценить по пятибалльной шкале: степень достаточности информации финансовой отчетности по МСФО для объективной оценки бизнеса; целесообразность составления российскими компаниями отчетности по МСФО; прикладную полезность показателя справедливой стоимости; целесообразность дополнения отчетности по МСФО простой и понятной формой; удовлетворенность текущим форматом отчетности; уровень собственной компетенции в стандартах и бизнесе; относительную информационную значимость показателей на базе исторической и справедливой стоимости.

² MCAR: missing completely at random.

³ MAR: missing at random.

⁴ NMAR: not missing at random.

Таблица 1 – Переменные модели
Table 1 – Initial variables

Переменная	Условное обозначение
Достаточность информации	DegSuf_InfCont
Целесообразность национальной практики МСФО	Rexp_PrUsRI
Ограниченность применимости концепции справедливой рыночной стоимости	ScUs_FMVI
Упрощение и сокращение текущей отчетности	AdvSF_FR
Оценочная сложность восприятия	EstCompl_PersRI
Компетентность в стандартах	RangC_AccSt
Компетентность в бизнесе	RangC_B
Целесообразность составления отчетности по МСФО	ExpArgum Prep_IFRS_Rbus
Методическая основа стоимостных показателей	MorRelBas Indic_IFRS

Примечание: составлено по данным опроса.

ных данных (listwise deletion, pairwise deletion), равно как и метод условного восполнения таких данных (multiple imputations).

С учетом результатов базовых тестов все указанные переменные были использованы в дальнейших аналитических процедурах.

Предподготовленные данные и характеристика классов. После проведенной предподготовки, в том числе проверки на нормальность распределения, исследуемые данные имеют следующие параметры: объем выборки – 52; количество переменных – 9; число классов – 2. Степени свободы внутри классов – 50 и между классами – 1.

Классы представлены двумя наборами оценочных суждений респондентов, разделенных на две независимые группы (группа 1 – 23; группа 2 – 29). Априорная вероятность для групп (группа 1 = 0,44; группа 2 = 0,56) соответствует их пропорции в объеме выборки.

Итоги тестирования непостоянства данных для множественного числа переменных (Jennrich $\chi^2(28) = 33,95$; Prob > $\chi^2 = 0,2024$) не позволяют отклонить нулевую гипотезу о равенстве групповых корреляционных матриц и указывают на возможность использования инструментария дискриминантного анализа для решения задач исследования.

РЕЗУЛЬТАТЫ МНОГОМЕРНОГО АНАЛИЗА

Итоги LDA. Собственное значение (0,94) сформированной методом принудительного дискриминантного анализа канонической функции (табл. 2, столб. 2) отражает заметное превышение межгрупповой суммы квадратов над внутригрупповой. Это указывает на ее дискриминирующую силу, то есть различия в группах

хорошо идентифицированы. Значение канонической корреляции (0,70) указывает на высокую силу взаимосвязи между предикторными переменными и группами.

В сформированной стандартизированной канонической функции наибольшие значения коэффициентов имеют дискриминантные переменные: ограниченность применимости концепции справедливой рыночной стоимости (ScUs_FMVI) (0,95); оценочная сложность восприятия (EstCompl_PersRI) (0,45); упрощение и сокращение текущей отчетности (AdvSF_FR) (–0,43); достаточность информации (DegSuf_InfCont) (–0,21) (табл. 3, столб. 2), что отражает их наиболее высокий относительный вклад в различие двух исследуемых групп. Эти же дискриминантные переменные характеризуются наибольшей силой связи со стандартизированными значениями дискриминантной функции (табл. 3, столб. 4).

При относительно сопоставимых величинах констант наибольшее различие в значениях коэффициентов в LDF получено по двум переменным: ограниченность применимости концепции справедливой рыночной стоимости (ScUs_FMVI) (2,11) и оценочная сложность восприятия (EstCompl_PersRI) (1,04). Разность величины дискриминантных нагрузок по остальным переменным построенной LDF по группам не превышает 1.

Итоги QDA. Первые три дискриминанты, выделенные пошаговым отбором (Stepwise selection) из 9 исходных переменных, соответствуют критериям анализа (табл. 4). Результаты тестирования этих дискриминантных переменных различают обе группы лучше, чем другие переменные, что минимизирует ошибку неправильной классификации.

Таблица 2 – Характеристики канонической функции в LDA и QDA
Table 2 – Characteristics of the canonical function in LDA and QDA

Показатель	LDA	QDA
1	2	3
Каноническая корреляция	0,70	0,89
Скорректированная каноническая корреляция / Adjusted canonical correlation	0,64	0,67
Приблизительная стандартная ошибка / Approximate standard error	0,07	0,07
Квадрат канонической корреляции / Squared canonical correlation	0,48	0,48
Собственное значение / Eigenvalue (Eigenvalues of $\text{Inv}(E) \times H = \text{CanRs}q / (1 - \text{CanRs}q)$)	0,94	0,89
Доля / Proportion	1	1
Накопленное значение / Cumulative	1	1
Тестирование нулевой гипотезы*		
Коэффициент вероятности / Likelihood Ratio	0,52	0,53
Приблизительное значение F-статистики / Approximate F value	4,37	14,21
Количество степеней свободы / Num DF	9	3
Группы степеней свободы / Den DF	42	48
Вероятность / $Pr > F$	< 0,0005	< 0,0001

Примечание: рассчитано с использованием SAS. * – канонические корреляции во всех последующих строках равны нулю.

Таблица 3 – Канонические коэффициенты DF в LDA и QDA
Table 3 – Canonical coefficients DF in LDA and QDA

Переменная	Канонические коэффициенты стандартизированной дискриминантной функции		Канонические коэффициенты корреляционной матрицы	
	LDA	QDA	LDA	QDA
1	2	3	4	5
DegSuf_InfCont	–0,21	–	0,66	–
EstCompl_PersRI	0,45	0,49	0,68	0,69
Rexp_PrUsRI	0,12	–	0,47	–
ScUs_FMRI	0,95	0,81	0,85	0,87
AdvSF_FR	–0,43	–0,49	–0,65	–0,66
RangC_AccSt	0,08	–	0,59	–
RangC_B	0,15	–	–0,47	–
ExpArgumPrep_IFRS_RBus	–0,13	–	–0,26	–
MorRelBasIndic_IFRS	0,18	–	0,30	–

Примечание: рассчитано с использованием SAS.

Дискриминантные нагрузки переменных (ограниченность применимости концепции справедливой рыночной стоимости (ScUs_FMRI), упрощение и сокращение текущей отчетности (AdvSF_FR); оценочная сложность восприятия (EstCompl_PersRI)) оказывают наибольшее влияние в общей совокупности переменных при значимых ($< 0,0001$) значениях $Pr > F$, $Pr > ASCC$, $Pr < \text{Lambda}$ ($< 0,0001$). Значения критерия Фишера и лямбда-параметра Уилкса позволяют заключить, что средние значения дискриминантной функции значимо различаются в двух группах ($p\text{-value} \leq 0,0001$). Сила объяснения между группами и выделенными переменными на основе среднеквадратичной канонической корреляции (ASCC) составляет более 0,35 и достигает 0,47 для третьей переменной (табл. 4). Это является неплохим результатом для данного вида анализа.

Дискриминантную каноническую функцию, рассчитанную по трем выделенным методом пошагового отбора предикторам, характеризуют более низкие,

чем в LDA, собственное значение (0,89) и коэффициент канонической корреляции (0,89), которая, тем не менее, указывает на высокую силу взаимосвязи между предикторами и группами (табл. 2, столб. 3). При этом относительный вклад каждой дискриминантной переменной в различие двух исследуемых групп в QDA сопоставим с оценкой в LDA (табл. 3, столб. 2 и 3).

Сила связи предикторов со стандартизованными значениями дискриминантной функции в QDA выше, чем в LDA: ограниченность применимости концепции справедливой рыночной стоимости (ScUs_FMRI) (0,87 vs 0,85); оценочная сложность восприятия (EstCompl_PersRI) (0,70 vs 0,68); упрощение и сокращение текущей отчетности (AdvSF_FR) (–0,66 vs –0,65) (табл. 3, столб. 4 и 5).

Таким образом, результаты LDA и QDA схожи, за исключением автоматического выбора в QDA количества и состава дискриминантных переменных. В рамках QDA двумя драйверами в отклонениях определяются, как и в LDA, переменные «ограниченность примени-

Таблица 4 – Итоги пошагового отбора переменных
Table 4 – Results of stepwise selection

Показатель / тикер переменной	ScUs_FMRI (переменная 1)	AdvSF_FR (переменная 2)	EstCompl_PersRI (переменная 3)
1	2	3	4
Частичный R^2	0,35	0,11	0,08
F-статистика	27,27	5,81	4,43
$Pr > F$	$< 0,0001$	0,0198	0,0405
Лямбда Уилкса	0,65	0,58	0,53
$Pr < \text{Lambda}$	$< 0,0001$	$< 0,0001$	$< 0,0001$
Среднеквадратическая каноническая корреляция (ASCC)	0,35	0,42	0,47
$Pr > ASCC$	$< 0,0001$	$< 0,0001$	$< 0,0001$

Примечание: рассчитано с использованием SAS.

мости концепции справедливой рыночной стоимости» (ScUs_FMVI) и «оценочная сложность восприятия» (EstCompl_PersRI). Стандартизированные канонические коэффициенты указанных переменных имеют высокие значения, но у первой переменной (LDA = 0,94; QDA = 0,81) они выше, чем у второй (LDA = 0,45; QDA = 0,49). Сопоставимые значения характеризуют роль указанных переменных в канонической структуре набора переменных дискриминантных функций.

Итоги оценки уровня ошибок и гомогенности групп. Результаты прогнозной точности и силы сформированных дискриминантных функций в LDA и QDA отличаются. Оценка уровня ошибок апостериорной вероятности для групп в LDF (0,18) ниже, чем в QDF (0,21), и не зависит от стратификации (табл. 5). При этом ошибка классификации для групп в LDF заметно выше (0,21), чем в QDF (0,16).

Результаты теста на однородность групп, сформированных LDF и QDF, показывают, что средние апостериорные вероятности, классифицированные LDF по группам, выше, чем одноименные показатели у QDF (табл. 6, столб. 3–6). При этом с помощью перекрестной проверки качества классификации (cross-validation results) средних апостериорных вероятностей по группам получены аналогичные соотношения коэффициентов. LDF верно распределено 87 % респондентов в группе инвесторов и 81 % в группе функциональных пользователей (табл. 6, столб. 7 и 8). Причем доли респондентов, соответствующих своим группам, в QDF составили 0,74 для группы 1 и 0,82 для группы 2 (табл. 6, столб. 9 и 10). Главной дискриминантой в обеих функциях определяется переменная «ограниченная применимость концепции справедливой рыночной стоимости». Именно ее влияние в разделии групп наиболее значимо.

Рассчитанные значения ошибок и коэффициентов корректной классификации подтверждают вы-

сокую достоверность полученных обоими методами результатов. В то же время привлекает внимание, что ошибки классификации при углубленном анализе причин для каждого такого респондента позволяют сформулировать допущения об их внутренней мотивации при работе с корпоративной отчетностью. Так, и LDF, и QDF при классификации выделили часть респондентов группы 1, оценочные суждения которых в большей степени коррелируют с позиционной характеристикой респондентов группы 2 (например, данные по стр. 9 и 15 табл. 7). Общий коэффициент вероятности отнесения этих респондентов к группе 2, корреляции с приоритетами группы 2 заметно выше (0,68 (QDF) и 0,77 (LDF) в стр. 9; 0,70 (QDF) и 0,81 (LDF) в стр. 15), чем с группой 1 (0,32 (QDF) и 0,23 (LDF) в стр. 9; 0,30 (QDF) и 0,19 (LDF) в стр. 15), в которую они включены по функциональному признаку.

Среди участников группы 2 также выделены респонденты, чья совокупная корзина приоритетов больше соответствует группе 1 (например, данные стр. 18, 19 и 23 табл. 7). Для классификации этих респондентов также характерны значения коэффициентов вероятности отнесения к группе, указывающие на низкую корреляцию с позицией своей функциональной группы. Причем результаты перекрестной проверки классификации по апостериорным вероятностям характеризуются еще более высокими значениями коэффициентов (выраженностью признака).

Результаты теста на однородность групп у LDF и QDF показывают, что средние апостериорные вероятности, классифицированные по группам, хотя и различны для групп 1 и 2, но их сравнение позволяет сформулировать выводы о степени гомогенности каждой из групп в отдельности. Так, различия коэффициентов однородности группы 1 – инвесторов (LDF = 0,88; QDF = 0,79) – более заметны, чем в группе 2 – функциональных пользователей (LDF = 0,86;

Таблица 5 – Сводные данные ошибок для групп в LDA и QDA

Table 5 – Summary error data for groups in LDA and in QDA

Вид ошибки	Метод	Оценка	Группа 1	Группа 2	Итого
Ошибка классификации	LDF	Rate	0,30	0,14	0,21
	QDF	Rate	0,09	0,24	0,16
Ошибка классификации средних апостериорных вероятностей	LDF	Stratified	0,28	0,10	0,18
		Unstratified	0,28	0,10	0,18
	QDF	Stratified	0,13	0,28	0,21
		Unstratified	0,20	0,21	0,21
Ошибка перекрестной проверки классификации	LDF	Rate	0,39	0,14	0,25
	QDF	Rate	0,17	0,24	0,21
Перекрестная проверка классификации апостериорных вероятностей по группам	LDF	Stratified	0,32	0,05	0,17
		Unstratified	0,32	0,05	0,17
	QDF	Stratified	0,20	0,24	0,22
		Unstratified	0,26	0,18	0,22

Примечание: рассчитано с использованием SAS.

Таблица 6 – Итоги теста однородности групп с использованием LDF и QDF
Table 6 – Summary of the group homogeneity test using LDF and QDF

Наименование		Количество наблюдений и средние апостериорные вероятности LDF и QDF, классифицированные по группам				Результаты перекрестной проверки качества классификации средних апостериорных вероятностей с использованием LDF и QDF			
Группа	Вид функции	LDF		QDF		LDF		QDF	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Из группы ¹	Группа	Группа 1	Группа 2	Группа 1	Группа 2	Группа 1	Группа 2	Группа 1	Группа 2
Группа 1	Количество	16	7	21	2	14	9	19	4
	Вероятность	0,88	0,67	0,79	0,69	0,88	0,77	0,78	0,75
Группа 2	Количество	4	25	7	22	4	25	7	22
	Вероятность	0,65	0,86	0,62	0,87	0,84	0,82	0,66	0,83
Итого	Количество	20	32	28	24	18	34	26	26
	Вероятность	0,83	0,82	0,75	0,85	0,87	0,81	0,74	0,82

Примечание: рассчитано с использованием SAS. Здесь и далее жирным выделены значения коэффициентов с учетом итогов тестов классификации в случаях несоответствия респондентов своим изначальным группам.¹ «Из группы» обозначает, какая группа тестируется, из ее состава посредством дискриминантных функций выделяются респонденты, чьи признаки соответствуют самой группе, и те, чьи признаки больше характерны для другой группы.

Таблица 7 – Экспликация из сводных данных классификации для групп в LDF и QDF
Table 7 – Explication from the summary classification data for groups in LDF and in QDF

Наблюдение	Из группы ¹	В группу ²	QDF	Группа 1	Группа 2	В группу	LDF	Группа 1	Группа 2
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	1	1	–	0,53	0,47	2	*	0,43	0,57
9	1	2	*	0,32	0,68	2	*	0,23	0,77
14	1	1	–	0,53	0,47	2	*	0,36	0,64
15	1	2	*	0,30	0,70	2	*	0,19	0,81
16	1	1	–	0,53	0,47	2	*	0,37	0,63
17	1	1	–	0,60	0,40	2	*	0,36	0,64
18	2	1	*	0,87	0,13	1	*	0,83	0,17
19	2	1	*	0,66	0,34	1	*	0,71	0,29
21	2	1	*	0,53	0,47	2	–	0,43	0,57
22	2	1	*	0,53	0,47	2	–	0,22	0,78
23	2	1	*	0,66	0,34	1	*	0,54	0,46
27	2	1	*	0,53	0,47	2	–	0,43	0,57
29	2	1	*	0,53	0,47	2	–	0,43	0,57
33	2	2	–	0,30	0,70	1	*	0,51	0,49
38	1	1	–	0,61	0,39	1	*	0,62	0,38
41	1	1	–	0,66	0,34	1	*	0,67	0,33
43	1	1	–	0,53	0,47	2	*	0,39	0,61

Примечание: рассчитано с использованием SAS. ¹Группа респондента до тестов классификации; ²группа, в которую респондент определен по итогам тестов классификации, то есть он ей больше соответствует по рассмотренным критериям. * – обозначает, какой функцией было выявлено несоответствие респондента его изначальной (формальной функциональной) группе. Две звездочки в строке показывают, что обе функции выявили несоответствие и определили респондента в другую группу.

QDF = 0,87). Сопоставление с одноименными значениями после перекрестной проверки качества классификации средних апостериорных вероятностей с использованием LDF и QDF (группа 1: LDF = 0,88; QDF = 0,78; группа 2: LDF = 0,82; QDF = 0,83) также отражает

более высокую прогнозную точность классификации в группе 2 по апостериорным вероятностям (табл. 6). С учетом сопоставления расчетных значений квадратов внутригрупповых расстояний в группе 2 с аналогичными показателями, характеризующими группу 1,

можно сделать вывод о большей гомогенности состава группы 2, где этот показатель меньше (табл. 8).

Таблица 8 – Обобщенные квадраты расстояний в группах в LDF и QDF

Table 8 – Generalized squared distances in groups in LDF and QDF

Вид функции	LDF		QDF	
Из группы	Группа 1	Группа 2	Группа 1	Группа 2
Группа 1	1,63	4,82	–1,84	1,59
Группа 2	5,29	1,17	1,54	–1,96

Примечание: рассчитано с использованием SAS.

Отдельно отметим, что респонденты группы 2 (члены советов директоров, наблюдательных советов, профильных комитетов, выполняющие представительскую функцию в соответствии с должностным положением, а не правом собственности, специалисты и государственные служащие, осуществляющие иные надзорные функции) имеют сходное значение показателей калибровочного индекса, близкое к 0,98, в отличие от инвесторов из группы 1 с индексом 0,80. Другими словами, группа 2 более однородна (на 22 %) и больше ориентирована на технические аспекты финансовой отчетности, чем группа 1.

Таким образом, результаты тестов с использованием методологии многомерного анализа и инструментов применения SAS для канонического и квадратичного дискриминантного анализа характеризуются низким уровнем ошибки.

Согласно распределению значений средних априорных вероятностей, классифицированных в функциональные группы, выявлена часть респондентов, чьи мотивационно-функциональные идентификаторы соответствуют характеристикам «чужих» групп. Углубленный анализ дополнительных характеристик выделенных наблюдений (респондентов) показывает, что эти специалисты могут быть агрегированы в отдельные устойчивые подгруппы внутри своей основной функциональной группы, к которой они отнесены по формальным признакам. Количество таких относительно обособленных подгрупп и их мотивационно-функциональный настрой влияют на показатель однородности функциональных групп и эффективность коммуникаций с аудиторией пользователей отчетности.

Полученные результаты убедительно показывают, что различия между группами существуют и имеют мотивационную природу, а в рамках исследования достаточно оснований для отклонения нулевой гипотезы.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Полученные результаты основаны на данных оригинального полевого исследования профессиональной среды. Это предполагает, что при низкой вероят-

ности ошибки первого рода (type I error) обоснованность интерпретаций полученных значений может быть изменена в результате иных исследований факторов, влияющих на оценочные суждения представителей бизнес-среды (инвестиционного сообщества).

Выявленные в результате исследования респонденты группы 1, в отношении которых вероятность отнесения к их фактической (формальной) функциональной группе существенно ниже, чем к группе 2, подтверждают наличие внутригрупповой дифференциации приоритетов. Эти респонденты являются партнерами и менеджерами инвестиционных компаний и отвечают за технический анализ и интерпретацию данных. Иначе говоря, они выступают скорее «функциональными» инвесторами и в отличие от большинства респондентов группы 1 не принимают на себя риски прямых финансовых потерь, то есть в силу своих профессиональных обязанностей и опыта они ведут себя как респонденты группы 2.

Это дает основания предполагать, что приоритетом таких респондентов является формальное соблюдение стандартов для повышения юридической защиты собственной позиции. Следовательно, допустимо суждение, что в процессе принятия этой категорией пользователей управленческих, в том числе инвестиционных, решений на основе финансовой отчетности повышенную роль играют иные, основанные на нефинансовых данных факторы, что, вероятно, коррелирует с расширением практики интегрированной отчетности [Суйц, Хорин, Шеремет, 2023]. Это суждение в определенной мере подтверждается тем, что второй по силе дискриминантой установлена переменная «оценочная сложность восприятия», подтверждающая относительно более высокую степень формализма в отношении отчетности со стороны респондентов группы функциональных пользователей. В связи с этим их требования к понятности отчетной информации и форме ее представления также менее категоричны, чем у инвесторов.

Вместе с тем выявлены респонденты группы 2 с «зеркальными» характеристиками, указывающими на их большую схожесть с группой 1. Они ответственны за порученное дело и судят об отчетности не формально, а по сути. Очевидно, что использование средств коммуникации, ориентированных на формальную функциональную классификацию аудитории, не сможет в полной мере обеспечить их информационные потребности, подтверждая необходимость мониторинга и определения актуальных критериев группировки современных пользователей корпоративной отчетности.

Главной дискриминантой в разделении групп определена переменная «ограниченность применимости концепции справедливой рыночной стоимости», лучшим образом отражающая контрасты интересов представителей функциональных групп. Для менеджмента

и инвесторов верность и надежность стоимостных оценок являются краеугольным камнем выстраивания инвестиционных стратегий и принятия решений. Поэтому инвесторы более категоричны в отношении концепции справедливой рыночной стоимости, позволяющей существенные расхождения в рыночных оценках однотипных активов и обязательств, затрудняющих выработку оптимальных инвестиционных решений на основании отчетных показателей, рассчитанных в соответствии с этой концепцией. Логично, что инвесторы выражают заинтересованность в облегчении восприятия отчетных данных, предоставляемых им в формате рекомендованных профильными специалистами или установленных правилами (стандартами учета и отчетности) шаблонов, функциональность которых для целей эффективных коммуникаций с внешними пользователями отчетности дискуссионна.

Очевидно, полученные результаты, хотя в определенной мере и коррелируют с итогами более ранних исследований, подтверждающих мотивационно-функциональную градацию пользователей отчетности [Позина, Ханова, 2020], но дополняют их и уточняют, что в современных рыночных реалиях дискриминанты групповой агрегации отличны от ранее установленных. Это согласуется с трендом повышения значимости неформальных институтов в практике менеджмента [Попов, 2023, с. 10] и требует адекватных изменений как стандартов учета и отчетности, так и корпоративных стратегий управления коммуникациями с пользователями отчетной информации. Для повышения эффективности коммуникаций целесообразно внедрять в практику IR-менеджмента составление не просто карт и матриц стейкхолдеров, а персональной матрицы рисков на контактных лиц, представляющих интересы значимых групп стейкхолдеров, в том числе кандидатов в органы управления (советы директоров), которая детализирует информацию о: персональной и должностной заинтересованности (бизнес, инвестиции, агентская¹, социальная); мотивации (высокая, средняя, низкая); ответственности (должностных и персональных рисков) (финансовая полная, финансовая ограниченная, юридическая, административная); вовлеченности в отношения (основная деятельность, хобби, общественная); уровне профессиональной подготовки (профильный, непрофильный); основных чертах психотипа; предпочитаемых формах и методах коммуникаций. Выводы о фактических, а не функционально-формальных приоритетах респондента, представителя стейкхолдера, облегчат определение наиболее эффективных способов взаимодействия и обмена информацией, будут способствовать сокращению издержек и минимизации рисков конфликтных ситуаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По итогам исследования получены статистически значимые подтверждения существенной дифференциации приоритетов в оценке качества и потребительской ценности международной финансовой отчетности у респондентов внутри функциональных групп. Результаты свидетельствуют о важности неформальной классификации пользователей отчетности для обеспечения результативности внешних корпоративных коммуникаций.

Достоверность результатов исследования обеспечивается объективностью первичных данных и применением современного инструментария многомерного статистического анализа. Повышенная степень объективности оценочных суждений представителей пользователей отчетности достигнута посредством анонимизированного опроса, минимизирующего и исключающего давление «корпоративных мнений» на оценки респондентов, что редко обеспечивается при опросах, проводимых компаниями и официальными службами.

Важность полученных результатов обеспечивается следующими положениями.

В рамках исследования выделены критерии мотивационно-функциональной идентификации устойчивых подгрупп пользователей финансовой отчетности, образованных внутри функциональных групп. Роль дискриминант в групповой классификации пользователей отчетности играют различия в оценке сложности стандартов отчетности и функциональности стоимостных показателей на основе концепции справедливой рыночной стоимости, не учитываемые при формальной функциональной классификации аудитории.

Выявленные критериальные проблемы, обеспечивающие надежное определение внутригрупповых агрегаций респондентов по их функциональной нагрузке и внутренней мотивации в работе с отчетной информацией, вытекают из несовершенства положений глобальных МСФО, в соответствии с которыми формируют финансовую отчетность российские компании.

Выделенные критерии неформальной классификации высвечивают необходимость формирования на корпоративном уровне механизма адаптации качественных параметров публичных раскрытий как элемента системы управления информацией и инструмента внешних коммуникаций.

Кроме того, необходимо корректировать как постулаты субъектной ориентации финансовой отчетности, так и формы и приемы национальной реализации концептуальных положений системы МСФО, развивая и продолжая более ранние исследования дифференцированности оценок качества отчетности в зависимости от персональных атрибутов респондентов, дополняя и расширяя базу отраслевых эмпирических данных с учетом национальной специфики.

¹ Например, при управлении госимуществом.

Итоги исследования будут полезны корпоративному менеджменту и подразделениям по работе с инвесторами при неформальном структурировании целевой аудитории и адаптации формы и содержания предназначенных для них корпоративных раскрытий с учетом выявленных групповых паттернов оценки отчетной информации в интересах повышения эффективности коммуникаций. Также результаты могут повысить эффективность формирования орга-

нов управления с учетом мотивационной идентификации кандидатов для более полного использования потенциала развития бизнеса.

Направлением развития данного исследования может быть изучение факторов, влияющих на выявление скрытых устойчивых приоритетов представителей профессионального сообщества в работе с финансовой отчетностью. ■

Источники

- Буздалин А. (2010). Организация отношений с инвесторами: российская и зарубежная практика. Москва: Альпина Паблишер.
- Волкова О.Н. (2017). Отношения с инвесторами (investor relations): международный контекст, российская практика // Корпоративные финансы. Т.12, № 2. С. 65–76. <https://doi.org/10.17323/jjcf.2017-0438.11.2.2017.81-95>
- Ивашковская И.В. (2024). Моделирование стоимости компании. Стратегическая ответственность советов директоров. Москва: ИНФРА-М.
- Ивашковская И.В. (2019). Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход. Москва: ИНФРА-М.
- Ивашковская И.В. (2012). Стейкхолдерский подход к управлению, ориентированному на приращение стоимости компании // Корпоративные финансы. Т. 1, № 21. С. 14–23.
- Кирпищиков Д.А. (2024). Социальный капитал совета директоров как фактор устойчивости компаний к экзогенным шокам // Журнал Новой экономической ассоциации. № 1 (62). С. 50–74. https://doi.org/10.31737/22212264_2024_1_50-74
- Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. (2019). Корпоративные финансы и учет. Москва: Проспект.
- Котлер Ф. (1991). Основы маркетинга. Москва: Прогресс.
- Купряшин Г.Л. (2023). О робастности системы государственного управления в турбулентной среде // Журнал Новой экономической ассоциации. № 4 (61). С. 236–241. https://doi.org/10.31737/22212264_2023_4_236-241
- Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. (2016). Основы менеджмента: пер. с англ. Москва: Вильямс.
- Позина М.Б., Ханова З.Г. (2020). Исследовательские горизонты изучения психологии российского предпринимательства // Современная конкуренция. Т. 14, № 2 (78). С. 26–35. <https://doi.org/10.37791/1993-7598-2020-14-2-26-35>
- Попов Е.В. (2023). Экосистемы фирм: формирование исследовательской программы // Управленец. Т. 14, № 1. С. 2–15. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2023-14-1-1>
- Прохорова И.С., Рассказова А.Ю. (2020). Анализ взаимодействия с заинтересованными сторонами предприятия: практика применения стандарта AA1000SES на примере Национального аэрозольного кластера // Вестник ГУУ. № 11. С. 96–104. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-11-96-104>
- Родченков М.В. (2021). Методологические аспекты конвергенции национальных учетных систем под влиянием МСФО // Аудит и финансовый анализ. № 1. С. 41–47. <https://doi.org/10.38097/AFA.2021.89.23.006>
- Родченков М.В., Суйц В.П. (2021). Проблемы и специфика конвергенции национальных учетных систем под влиянием МСФО // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. № 4. С. 29–48. <https://doi.org/10.38050/01300105202142>
- Руднев Е.А. (2023). Организационная культура российских компаний в условиях социально-экономических изменений // Российский журнал менеджмента. Т. 21, № 4. С. 600–618. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2023.407>
- Скобелев В.Л. (2021). Концепция методологии управления стейкхолдерами компании // Петербургский экономический журнал. № 3. С. 66–73. <https://doi.org/10.24412/2307-5368-2021-3-66-73>
- Слепенкова Е.М. Горчаков К.А. (2009). Построение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в российской компании // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. № 5. С. 64–73.
- Суйц В.П., Хорин А.Н., Шеремет А.Д. (2023). Комплексный анализ и аудит интегрированной отчетности по устойчивому развитию компаний. Москва: Инфра-М.
- Телегин О.В. (2022). Регулярные коммуникации Банка России и краткосрочные эффекты волатильности на финансовых рынках // Журнал Новой экономической ассоциации. № 2 (54). С. 130–155. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2022-54-2-7>
- Теплова Т.В., Соколова Т.В., Томтосов А.Ф., Бучко Д.В., Никулин Д.Д. (2022). Сентимент частных инвесторов в объяснении различий в биржевых характеристиках акций российского рынка // Журнал Новой экономической ассоциации. № 1 (53). С. 53–84. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2022-53-1-3>
- Ткаченко И.Н. (2021). Актуализация стейкхолдерского подхода корпоративного управления в условиях коронакризиса: от декларирования приверженности к прикладным моделям // Управленец. Т. 12, № 2. С. 2–16. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2021-12-2-1>
- Цой М.Е., Щеколдин В.Ю. (2023). Сегментация потребителей промышленного оборудования на основе MRFM-анализа // Управленец. Т. 14, № 2. С. 90–99. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2023-14-2-7>

- Шилова В.А., Угринович Д.А. (2018). Классификации коммуникативных стратегий в процессе реализации управленческих решений // СНИСП. Т. 24, № 4. С. 84–94. <https://doi.org/10.19181/snsp.2018.6.4.6086>
- Щербаченко П.С. (2018). Управление взаимодействием со стейкхолдерами в российских компаниях // Вестник ГУУ. № 5. С. 155–161. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-5-155-161>
- Agoglia C., Doupnik T., Tsakumis G. (2011). Principles-based versus rules-based accounting standards: The influence of standard precision and audit committee strength on financial reporting decisions. *The Accounting Review*, vol. 86, no. 3, pp. 747–767. <https://doi.org/10.2308/accr.00000045>
- Ashbaugh H., Pincus M. (2001). Domestic accounting standards, international accounting standards, and the predictability of earnings. *Journal of Accounting Research*, vol. 39, no. 3, pp. 417–434.
- Brennan N.M., Merkl-Davies D.M. (2018). Do firms effectively communicate with financial stakeholders? A conceptual model of corporate communication in a capital market context. *Accounting and Business Research*, vol. 48, no. 5, pp. 553–577. <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470143>
- Bunge J.A., Judson D.H. (2005). Data mining. In: K. Kempf-Leonard. (Ed.). *Encyclopedia of social measurement*. 1–3 [Mixed media product]. Amsterdam: Elsevier Science Publishing Co Inc.
- Carlsson-Wall M., Kaarboe K., Kraus K., Meidell A. (2020). Risk management as passionate imitation: The interconnections among emotions, performance metrics, and risk in a global technology firm. *Abacus*, vol. 57, no. 5, pp. 1–29. <https://doi.org/10.1111/abac.12193>
- Castro-Martinez M.P., Jackson P.R. (2017). Translation of trustworthiness signals into factors for stakeholder value cocreation. *Journal of Public Affairs*, vol. 18, e1685. <https://doi.org/10.1002/pa.1685>
- Chen L.P. (2022). Network-based discriminant analysis for multiclassification. *Journal of Classification*, vol. 39, pp. 410–431. <https://doi.org/10.1007/s00357-022-09414-y>
- Clarkson M.A. (1994). Risk-based model of stakeholder theory. *Proceedings of the Second Toronto Conference on Stakeholder Theory*. Toronto: Centre for Corporate Social Performance & Ethics, University of Toronto.
- Cohen J.R., Hoitash U., Krishnamoorthy G., Wright A. (2014). The effect of audit committee industry expertise on monitoring the financial reporting process. *Accounting Review*, vol. 89, no. 1, pp. 243–273. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1567453>
- Cutlip S.M., Center A.H., Broom G.M. (2006). *Effective public relations*. 9th ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Dechow P., Sloan R., Zha J. (2014). Stock prices and earnings: A history of research. *Annual Review of Financial Economics*, vol. 6, pp. 343–363. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2347193>
- Donatella P. (2021). Further evidence on the relationship between audit industry specialization and public sector audit quality. *Financial Accountability & Management*, vol. 38, no. 4, pp. 1–18. <https://doi.org/10.1111/faam.12278>
- Farooque O. (2016). Sustainable financial reporting practice in Australian companies – Does quality matter? *Journal of Developing Areas*, vol. 50, no. 6, pp. 175–189. <https://doi.org/10.1353/jda.2016.0138>
- Freeman R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Gassen J., Schwedler K. (2010). The decision usefulness of financial accounting measurement concepts: Evidence from an online survey of professional investors and their advisors. *European Accounting Review*, vol. 19, no. 3, pp. 495–509. <https://doi.org/10.1080/09638180.2010.496548>
- Gigler F., Kanodia C., Sapra H., Venugopalan R. (2014). How frequent financial reporting can cause managerial short-termism: An analysis of the costs and benefits of increasing reporting frequency. *Journal of Accounting Research*, vol. 52, no. 2, pp. 357–387. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2196152>
- Gijbels I., Hubert M. (2010). Robust and nonparametric statistical methods. In: S. Brown, R. Tauler, B. Walczak. (Eds.). *Comprehensive chemometrics* (pp. 189–211). 2nd ed. Amsterdam: Elsevier Science Publishing Co Inc.
- Hope O. (2003). Disclosure practices, enforcement of accounting standards, and analysts' forecast accuracy: An international study. *Journal of Accounting Research*, vol. 41, no. 2, pp. 235–272. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.00102>
- Huseynli N., Kandemir G., Huseynli B. (2023). Analysis of consumer behavior variables influencing the adoption of mobile banking. *Upravlenets / The Manager*, vol. 14, no. 1, pp. 60–73. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2023-14-1-5>. EDN: YZGDDD.
- Kadous K., Mercer M. (2012). Can reporting norms create a safe harbor? Jury verdicts against auditors under precise and imprecise accounting standards. *Accounting Review*, vol. 87, no. 2, pp. 565–587. <https://doi.org/10.2308/accr-10203>
- Laskin A. (2011). How investor relations contribute to the corporate bottom line. *Journal of Public Relations Research*, vol. 23, no. 3, pp. 302–324. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2011.582206>
- Lavine B.K., Rayens W.S. (2009). Classification: Basic concepts. In: S. Brown, R. Tauler, B. Walczak. (Eds.). *Comprehensive chemometrics* (pp. 507–515). 2nd ed. Amsterdam: Elsevier Science Publishing Co Inc.
- Lee M. (2019). Introduction: Bubbles and machines. In: *Bubbles and machines: Gender, information and financial crises* (pp. 1–28). London: University of Westminster Press.
- Lev B. (2018). The deteriorating usefulness of financial report information and how to reverse it. *Accounting and Business Research*, vol. 48, no. 5, pp. 465–493. <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470138>
- Liang L., Riedl E. (2014). The effect of fair value versus historical cost reporting model on analyst forecast accuracy. *Accounting Review*, vol. 89, no. 3, pp. 1151–1177. <https://doi.org/10.2308/accr-50687>
- Liu X. (2016). Generalized estimating equations (GEEs) models. In: *Methods and applications of longitudinal data analysis* (pp. 281–308). San Diego, London, Boston, New York, Sidney, Tokyo, Toronto: Academic Press.
- McDaniel L., Martin R., Maines L. (2002). Evaluating financial reporting quality: The effects of financial expertise vs. financial literacy. *Accounting Review*, vol. 77 (s-1), pp. 139–167. <https://doi.org/10.2308/accr.2002.77.s-1.139>
- Meloun M., Miličák J. (2011). *Statistical data analysis: A practical guide*. New Delhi: Woodhead Publishing India.

- Michailova S., Worm V. (2003). Personal networking in Russia and China: Blat and guanxi. *European Management Journal*, vol. 21, no. 4, pp. 509–519. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(03\)00077-X](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(03)00077-X)
- Mitchell R.K., Agle B.R., Wood D.J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, vol. 22, no. 4, pp. 853–888. <https://doi.org/10.2307/259247>
- Muravyev A. (2017). Boards of directors in Russian publicly traded companies in 1998–2014: Structure, dynamics and performance effects. *Economic Systems*, vol. 41, no. 1, pp. 5–25. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2016.12.001>
- Ramalingegowda S., Wang C., Yu Y. (2013). The role of financial reporting quality in mitigating the constraining effect of dividend policy on investment decisions. *Accounting Review*, vol. 88, no. 3, pp. 1007–1039.
- Riffenburgh R.H. (2012). *Statistics in medicine*. 3rd ed. San Diego: Academic Press.
- Schoenfeld J. (2020). Contracts between firms and shareholders. *Journal of Accounting Research*, vol. 58, no. 2, pp. 383–427. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3046182>
- Sinharay S. (2010). An overview of statistics in education. In: P. Peterson et al. (Eds.). *International encyclopedia of education* (pp. 1–11). 3rd ed. Amsterdam: Elsevier Ltd.
- Tantalo C., Priem R.L. (2014). Value creation through stakeholder synergy. *Strategic Management Journal*, vol. 37, no. 2. <https://doi.org/10.1002/smj.2337>
- Wu R., Hao N. (2022). Quadratic discriminant analysis by projection. *Journal of Multivariate Analysis*, vol. 190, 104987. <https://doi.org/10.1016/j.jmva.2022.104987>
- Zavertiaeva M.A., López-Iturriaga F.J. (2020). Networks of directors on Russian boards: The hidden part of the corporate governance iceberg. *Russian Management Journal*, vol. 18, no. 1, pp. 29–50. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2020.102>

References

- Buzdalin A. (2010). *Organizing investor relations: Russian and foreign practice*. Moscow: Alpina Publisher. (in Russ.)
- Volkova O.N. (2017). Investor relations: International context, Russian practice. *Korporativnye finansy / Journal of Corporate Finance Research*, vol. 12, no. 2, pp. 65–76. <https://doi.org/10.17323/j.jcfr.2073-0438.11.2.2017.81-95>. (in Russ.)
- Ivashkovskaya I.V. (2024). *Modeling company value. Strategic responsibility of boards of directors*. Moscow: INFRA-M. (in Russ.)
- Ivashkovskaya I.V. (2019). *Financial dimensions of corporate strategies. Stakeholder approach*. Moscow: INFRA-M. (in Russ.)
- Ivashkovskaya I.V. (2012). Stakeholder approach to management focused on increasing the company's value. *Korporativnye finansy / Journal of Corporate Finance Research*, vol. 1, no. 21, pp. 14–23. (in Russ.)
- Kirpishchikov D.A. (2024). Board of directors' social capital as factor of companies' resilience to exogenous shocks. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii / Journal of the New Economic Association*, no. 1(62), pp. 50–74. https://doi.org/10.31737/22212264_2024_1_50-74. (in Russ.)
- Kovalev V.V., Kovalev Vit.V. (2019). *Corporate finance and accounting*. Moscow: Prospekt. (in Russ.)
- Kotler F. (1991). *Fundamentals of marketing*. Moscow: Progress. (in Russ.)
- Kupryashin G.L. (2023). On the public governance robustness in turbulent times. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii / Journal of the New Economic Association*, no. 4(61), pp. 236–241. https://doi.org/10.31737/22212264_2023_4_236-241. (in Russ.)
- Meskon M.Kh., Albert M., Khedouri F. (2016). *Fundamentals of management*. Moscow: Vilyams. (in Russ.)
- Pozina M.B., Khanova Z.G. (2020). Research horizons of studying the psychology of Russian entrepreneurship. *Sovremennaya konkurentsia / Modern Competition*, vol. 14, no. 2(78), pp. 26–35. <https://doi.org/10.37791/1993-7598-2020-14-2-26-35>. (in Russ.)
- Popov E.V. (2023). Firms' ecosystems: Developing a research programme. *Upravlenets / The Manager*, vol. 14, no. 1, pp. 2–15. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2023-14-1-1>. (in Russ.)
- Prokhorova I.S., Rasskazova A.Yu. (2020). Analysis of interaction with stakeholders of the enterprise: The practice of applying the standard AA1000SES on the example of the national aerosol cluster. *Vestnik Universiteta*, no. 11, pp. 96–104. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-11-96-104>. (in Russ.)
- Rodchenkov M.V. (2021). Methodological aspects of the convergence of national accounting systems under the influence of IFRS. *Audit i finansovyy analiz / Audit and Financial Analysis*, no. 1, pp. 41–47. <https://doi.org/10.38097/AFA.2021.89.23.006>. (in Russ.)
- Rodchenkov M.V., Suyts V.P. (2021). Problems and specifics of national accounting systems convergence under the influence of IFRS. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 6. Ekonomika / Moscow University Economics Bulletin*, no. 4, pp. 29–48. <https://doi.org/10.38050/01300105202142>. (in Russ.)
- Rudnev E.A. (2023). Organizational culture of Russian companies within socio-economic changes. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta / Russian Management Journal*, vol. 21, no. 4, pp. 600–618. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2023.407>. (in Russ.)
- Skobelev V.L. (2021). The concept of a company's stakeholder management methodology. *Peterburgskiy ekonomicheskii zhurnal / Petersburg Economic Journal*, no. 3, pp. 66–73. <https://doi.org/10.24412/2307-5368-2021-3-66-73>. (in Russ.)
- Slepenkova E.M., Gorchakov K.A. (2009). Building a complex of integrated marketing communications in a Russian company. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 6. Ekonomika / Moscow University Economics Bulletin*, no. 5, no. 64–73. (in Russ.)
- Suyts V.P., Khorin A.N., Sheremet A.D. (2023). *Comprehensive analysis and audit of integrated reporting on the sustainable development of companies*. Moscow: Infra-M. (in Russ.)

- Telegin O.V. (2022). Bank of Russia regular communications and volatility short-term effects in financial markets. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii / Journal of the New Economic Association*, no. 2(54), pp. 130–155. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2022-54-2-7>. (in Russ.)
- Teplova T.V., Sokolova T.V., Tomtosov A.F., Buchko D.V., Nikulin D.D. (2022). The sentiment of private investors in explaining the differences in the trade characteristics of the Russian market stocks. *Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii / Journal of the New Economic Association*, no. 1(53), pp. 53–84. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2022-53-1-3>. (in Russ.)
- Tkachenko I.N. (2021). Rethinking the stakeholder approach to corporate governance in the coronavirus crisis: From commitment declaration to applied models. *Upravlenets / The Manager*, vol. 12, no. 2, pp. 2–16. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2021-12-2-1>. (in Russ.)
- Tsoy M.E., Shchekoldin V.Yu. (2023). MRFM-analysis for customer segmentation in the industrial equipment market. *Upravlenets / The Manager*, vol. 14, no. 2, pp. 90–99. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2023-14-2-7>. (in Russ.)
- Shilova V.A., Ugrinovich D.A. (2018). Classification of communicative strategies in the implementation of management decisions. *Sotsiologicheskaya nauka i social'naya praktika / Sociology of Management*, vol. 24, no. 4, pp. 84–94. <https://doi.org/10.19181/snsp.2018.6.4.6086>. (in Russ.)
- Shcherbachenko P.S. (2018). Management of interaction with stakeholders in Russian companies. *Vestnik Universiteta*, no. 5, pp. 155–161. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2018-5-155-161>. (in Russ.)
- Agoglia C., Doupnik T., Tsakumis G. (2011). Principles-based versus rules-based accounting standards: The influence of standard precision and audit committee strength on financial reporting decisions. *The Accounting Review*, vol. 86, no. 3, pp. 747–767. <https://doi.org/10.2308/accr-00000045>
- Ashbaugh H., Pincus M. (2001). Domestic accounting standards, international accounting standards, and the predictability of earnings. *Journal of Accounting Research*, vol. 39, no. 3, pp. 417–434.
- Brennan N.M., Merkl-Davies D.M. (2018). Do firms effectively communicate with financial stakeholders? A conceptual model of corporate communication in a capital market context. *Accounting and Business Research*, vol. 48, no. 5, pp. 553–577. <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470143>
- Bunge J.A., Judson D.H. (2005). Data mining. In: K. Kempf-Leonard. (Ed.). *Encyclopedia of social measurement. 1–3 [Mixed media product]*. Amsterdam: Elsevier Science Publishing Co Inc.
- Carlsson-Wall M., Kaarboe K., Kraus K., Meidell A. (2020). Risk management as passionate imitation: The interconnections among emotions, performance metrics, and risk in a global technology firm. *Abacus*, vol. 57, no. 5, pp. 1–29. <https://doi.org/10.1111/abac.12193>
- Castro-Martinez M.P., Jackson P.R. (2017). Translation of trustworthiness signals into factors for stakeholder value cocreation. *Journal of Public Affairs*, vol. 18, e1685. <https://doi.org/10.1002/pa.1685>
- Chen L.P. (2022). Network-based discriminant analysis for multiclassification. *Journal of Classification*, vol. 39, pp. 410–431. <https://doi.org/10.1007/s00357-022-09414-y>
- Clarkson M.A. (1994). Risk-based model of stakeholder theory. *Proceedings of the Second Toronto Conference on Stakeholder Theory*. Toronto: Centre for Corporate Social Performance & Ethics, University of Toronto.
- Cohen J.R., Hoitash U., Krishnamoorthy G., Wright A. (2014). The effect of audit committee industry expertise on monitoring the financial reporting process. *Accounting Review*, vol. 89, no. 1, pp. 243–273. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1567453>
- Cutlip S.M., Center A.H., Broom G.M. (2006). *Effective public relations*. 9th ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Dechow P., Sloan R., Zha J. (2014). Stock prices and earnings: A history of research. *Annual Review of Financial Economics*, vol. 6, pp. 343–363. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2347193>
- Donatella P. (2021). Further evidence on the relationship between audit industry specialization and public sector audit quality. *Financial Accountability & Management*, vol. 38, no. 4, pp. 1–18. <https://doi.org/10.1111/faam.12278>
- Farooque O. (2016). Sustainable financial reporting practice in Australian companies – Does quality matter? *Journal of Developing Areas*, vol. 50, no. 6, pp. 175–189. <https://doi.org/10.1353/jda.2016.0138>
- Freeman R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Gassen J., Schwedler K. (2010). The decision usefulness of financial accounting measurement concepts: Evidence from an on-line survey of professional investors and their advisors. *European Accounting Review*, vol. 19, no. 3, pp. 495–509. <https://doi.org/10.1080/09638180.2010.496548>
- Gigler F., Kanodia C., Sapiro H., Venugopalan R. (2014). How frequent financial reporting can cause managerial short-termism: An analysis of the costs and benefits of increasing reporting frequency. *Journal of Accounting Research*, vol. 52, no. 2, pp. 357–387. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2196152>
- Gijbels I., Hubert M. (2010). Robust and nonparametric statistical methods. In: S. Brown, R. Tauler, B. Walczak. (Eds.). *Comprehensive chemometrics* (pp. 189–211). 2nd ed. Amsterdam: Elsevier Science Publishing Co Inc.
- Hope O. (2003). Disclosure practices, enforcement of accounting standards, and analysts' forecast accuracy: An international study. *Journal of Accounting Research*, vol. 41, no. 2, pp. 235–272. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.00102>
- Huseynli N., Kandemir G., Huseynli B. (2023). Analysis of consumer behavior variables influencing the adoption of mobile banking. *Upravlenets / The Manager*, vol. 14, no. 1, pp. 60–73. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2023-14-1-5>. EDN: YZGDDD.
- Kadous K., Mercer M. (2012). Can reporting norms create a safe harbor? Jury verdicts against auditors under precise and imprecise accounting standards. *Accounting Review*, vol. 87, no. 2, pp. 565–587. <https://doi.org/10.2308/accr-10203>
- Laskin A. (2011). How investor relations contribute to the corporate bottom line. *Journal of Public Relations Research*, vol. 23, no. 3, pp. 302–324. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2011.582206>

- Lavine B.K., Rayens W.S. (2009). Classification: Basic concepts. In: S. Brown, R. Tauler, B. Walczak. (Eds.). *Comprehensive chemometrics* (pp. 507–515). 2nd ed. Amsterdam: Elsevier Science Publishing Co Inc.
- Lee M. (2019). Introduction: Bubbles and machines. In: *Bubbles and machines: Gender, information and financial crises* (pp. 1–28). London: University of Westminster Press.
- Lev B. (2018). The deteriorating usefulness of financial report information and how to reverse it. *Accounting and Business Research*, vol. 48, no. 5, pp. 465–493. <https://doi.org/10.1080/00014788.2018.1470138>
- Liang L., Riedl E. (2014). The effect of fair value versus historical cost reporting model on analyst forecast accuracy. *Accounting Review*, vol. 89, no. 3, pp. 1151–1177. <https://doi.org/10.2308/accr-50687>
- Liu X. (2016). Generalized estimating equations (GEEs) models. In: *Methods and applications of longitudinal data analysis* (pp. 281–308). San Diego, London, Boston, New York, Sidney, Tokyo, Toronto: Academic Press.
- McDaniel L., Martin R., Maines L. (2002). Evaluating financial reporting quality: The effects of financial expertise vs. financial literacy. *Accounting Review*, vol. 77 (s-1), pp. 139–167. <https://doi.org/10.2308/accr.2002.77.s-1.139>
- Meloun M., Militký J. (2011). *Statistical data analysis: A practical guide*. New Delhi: Woodhead Publishing India.
- Michailova S., Worm V. (2003). Personal networking in Russia and China: Blat and guanxi. *European Management Journal*, vol. 21, no. 4, pp. 509–519. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(03\)00077-X](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(03)00077-X)
- Mitchell R.K., Agle B.R., Wood D.J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, vol. 22, no. 4, pp. 853–888. <https://doi.org/10.2307/259247>
- Muravyev A. (2017). Boards of directors in Russian publicly traded companies in 1998–2014: Structure, dynamics and performance effects. *Economic Systems*, vol. 41, no. 1, pp. 5–25. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2016.12.001>
- Ramalingegowda S., Wang C., Yu Y. (2013). The role of financial reporting quality in mitigating the constraining effect of dividend policy on investment decisions. *Accounting Review*, vol. 88, no. 3, pp. 1007–1039.
- Riffenburgh R.H. (2012). *Statistics in medicine*. 3rd ed. San Diego: Academic Press.
- Schoenfeld J. (2020). Contracts between firms and shareholders. *Journal of Accounting Research*, vol. 58, no. 2, pp. 383–427. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3046182>
- Sinharay S. (2010). An overview of statistics in education. In: P. Peterson et al. (Eds.). *International encyclopedia of education* (pp. 1–11). 3rd ed. Amsterdam: Elsevier Ltd.
- Tantalo C., Priem R.L. (2014). Value creation through stakeholder synergy. *Strategic Management Journal*, vol. 37, no. 2. <https://doi.org/10.1002/smj.2337>
- Wu R., Hao N. (2022). Quadratic discriminant analysis by projection. *Journal of Multivariate Analysis*, vol. 190, 104987. <https://doi.org/10.1016/j.jmva.2022.104987>
- Zavertiaeva M.A., López-Iturriaga F.J. (2020). Networks of directors on Russian boards: The hidden part of the corporate governance iceberg. *Russian Management Journal*, vol. 18, no. 1, pp. 29–50. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2020.102>

Информация об авторе

Information about the author

Родченков Михаил Викторович

Mikhail V. Rodchenkov

Кандидат экономических наук, главный научный сотрудник. **Высшая школа управления (ЦКО)**, г. Москва, РФ. E-mail: m.rodchenkov@gmail.com

Cand. Sc. (Econ.), Chief Researcher. **Higher School of Management (CQE)**, Moscow, Russia. E-mail: m.rodchenkov@gmail.com