

3. Боронников Д.А., Яковенко Г.В., Яковенко А.Г. Анализ опыта реализаций идей устойчивого развития экономик в целях определения концепции развития промышленных кластеров. Известия МГТУ «МАМИ». Научный рецензируемый журнал. – М., МГТУ «МАМИ», № 2 (14), т. 3, 2012. с. 241-248.
4. Сорокина Г.П. Экскритериальная модель оценки конкурентоспособности автомобилестроительного предприятия. Известия МГТУ «МАМИ». Научный рецензируемый журнал. – М., МГТУ «МАМИ», № 2 (14), т. 3, 2012. с. 261-265.

Методические аспекты формирования прозрачной финансовой отчетности организации

д.э.н. проф. Рожнова О.В., Игумнов В.М.

Университет машиностроения

rognova@mail.ru, vmigumnov@ya.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблемы подготовки прозрачной финансовой отчетности. В качестве одного из путей решения данной проблемы предложено создание центра прозрачности на предприятии, отвечающего за формирование «внешней» и «внутренней» прозрачности организации, а также за доступность отчетной информации. Обозначены основные этапы процесса самораскрытия предприятия, а также процедура раскрытия информации о факте хозяйственной деятельности организации, соблюдение которой позволит подготавливать высокотранспарентную отчетность.

Ключевые слова: прозрачность, прозрачность, открытость, прозрачная финансовая отчетность, раскрытие информации

Предсказуемость процессов, происходящих в экономике в настоящее время, характеризуется достаточно низким уровнем. Несмотря на все попытки спрогнозировать развитие ситуации в мировой экономике, серьезных результатов в этом направлении не наблюдалось, что подтверждается возникновением все учащающихся кризисных явлений на фоне отсутствия негативных ожиданий.

В связи с этим большая часть экспертного сообщества пришла к выводу, что одним из важнейших условий повышения достоверности прогнозирования будущего и выхода из кризиса непредсказуемости экономики является формирование прозрачной финансовой отчетности. Задача подготовки подобной отчетности является сложной, многоэтапной и требует значительных усилий как со стороны различных институтов, связанных с формированием стандартов финансовой отчетности, так и со стороны отдельных государств и хозяйствующих субъектов.

Рассматривая данную проблему с позиции хозяйствующих субъектов, предлагается наладить процесс прозрачности финансовой отчетности на предприятии. Полагаем, что под данным процессом следует понимать совокупность последовательных действий, направленных на самораскрытие предприятия, то есть процесс формирования и доведения до сведения любых заинтересованных лиц информации, позволяющей составить им полное и адекватное представление обо всех аспектах деятельности компании. Предлагаемый широкий подход означает, что для достижения прозрачности финансовой отчетности в современных условиях необходимо выстраивание всей деятельности предприятия в соответствии с идеями прозрачности.

Следует отметить, что процесс самораскрытия организации будет наиболее эффективен, когда существует добровольное стремление к прозрачности (самораскрытию). В целях достижения наиболее комфортного для пользователей информации уровня прозрачности предприятие должно быть прозрачным в своих отношениях со всеми стейкхолдерами,

включая клиентов, поставщиков, государство, общественные организации и т.д. То есть выборочная прозрачность, когда, например, предприятием предоставляется отчетность по МСФО, но при этом отсутствует доступ к иной информации (в том числе нефинансовой), здесь неприемлема. Важным представляется выделить основные этапы процесса самораскрытия компании:

- принятие решения о повышении открытости компании и информирование всех структурных подразделений предприятия;
- создание центра прозрачности (отдела, департамента) с определением его целей, задач, функций, ресурсного обеспечения и т.д.;
- структурирование процесса транспарентизации финансовой отчетности;
- постоянный мониторинг руководством процесса транспарентизации на предприятии, оценка его результатов и внесение необходимых изменений в данный процесс.

Создание центра прозрачности является важнейшим этапом самораскрытия компании. По нашему мнению, центр прозрачности должен представлять собой внутрикорпоративную структуру, ответственную за организацию прозрачности и доступности финансовой и прочей раскрываемой предприятием информации. Наиболее активная роль отводится центру прозрачности именно в формировании транспарентной финансовой отчетности, поскольку его основной целью является максимально полное удовлетворение запросов пользователей в вопросах раскрытия и доступности информации финансовой отчетности. В то же время ресурсы центра прозрачности могут быть использованы для внутренних целей компании.

Данной структуре предстоит участвовать в формировании политики транспарентизации отчетности предприятия, а также разрабатывать и контролировать методику формирования транспарентной отчетности, включающую:

- определение ключевых индикаторов раскрытия и доступности информации;
- создание шаблонных процедур по раскрытию информации и их описание;
- контроль соблюдения методики и процедуры раскрытия отчетной информации;
- контроль эффективного функционирования инфраструктуры доступа к информации;
- анализ опубликованной отчетности на ее соответствие принципам и заданным параметрам прозрачности;
- мониторинг удовлетворенности пользователей раскрытой информацией;
- внесение изменений в методику формирования транспарентной информации;
- планирование конкретных мероприятий по повышению прозрачности отчетности.

При этом процедура раскрытия информации о событии (факте) деятельности организации подразумевает следующее:

- определение конкретного факта, потенциально существенного для пользователей информации;
- принятие решения о возможности раскрытия такого факта (согласование с отделом безопасности, оценка возможных рисков от его раскрытия/не раскрытия);
- формирование массива уместной и релевантной информации (в т.ч. описательной), наиболее достоверно отражающей сущность факта;
- выбор наиболее репрезентативного способа (метода) раскрытия факта в отчетности (иной публикуемой информации).

На рисунке 1 показано, что деятельность центра включает в себя обеспечение «внешней» и «внутренней» прозрачности предприятия. Очевидно, что на данной схеме невозможно отразить взаимодействие центра прозрачности со всеми подразделениями, тем не менее, основные структуры, участвующие в организации прозрачности, здесь представлены. Следует учитывать, что все указанные на рисунке структуры способны генерировать транспарентную информацию только посредством активного взаимодействия друг с другом.



Рисунок 1. Деятельность центра прозрачности в целях формирования «внешней» и «внутренней» прозрачности организации

Особую роль в процессе формирования «внешней прозрачности» играет отдел безопасности. Именно он должен следить за тем, чтобы публикация конкретных данных (прежде всего в финансовой отчетности) не нанесла урон компании. Для этого, на наш взгляд, вся информация на предприятии должна быть структурирована по трем группам данных:

- информация, подлежащая обязательному раскрытию (финансовая отчетность, прочие отчеты);
- необязательная к раскрытию информация (поименное вознаграждение менеджмента компании, социальная отчетность, показатели эффективности, размер вознаграждения, выплачиваемого аудитору за неаудиторские услуги и т.д.), представляемая в рамках финансовой отчетности;
- закрытая (конфиденциальная) информация (технологии компании, банковские тайны, персональные данные, ноу-хау и т.д.).

Для упрощения и ускорения процедуры согласования раскрываемой информации целесообразно сформировать список конкретных сведений, которые не раскрываются ни при каких обстоятельствах, а также перечень данных, не требующих согласования с отделом безопасности.

Публикация конкретной информации, необязательной к раскрытию, должна определяться посредством активного взаимодействия центра прозрачности и отдела безопасности, в данном случае необходимо находить компромисс между нацеленностью на транспа-

рентность первого подразделения и стремлением последнего раскрыть наименьший объем информации.

Основной составляющей «внешней транспарентности» является раскрытие информации департаментом финансовой отчетности, которое включает в себя представление отчетности в соответствии с международно признанными стандартами (МСФО, ОПБУ США), поскольку применение именно этих стандартов обеспечивает уверенный уровень прозрачности компании, что подтверждается требованиями крупнейших фондовых бирж мира относительно листинга на данных площадках. Также при формировании «внешней транспарентности» большое значение имеет публикация нефинансовой информации, не регламентированной 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 и т.д.

Значение аудиторской организации в процессе создания «внешней транспарентности» представляется весьма значимым, поскольку аудиторское заключение позволяет получить независимую оценку достоверности и полноты раскрытия отчетной информации. В то же время компания должна согласовать предполагаемые раскрытия с аудитором и требовать рекомендаций относительно улучшения раскрытия той или иной информации.

Размещение на корпоративном сайте полной информации о предприятии, результатах и перспективах его деятельности является важным индикатором стремления к «внешней транспарентности», так как для большинства пользователей именно этот способ получения информации о предприятии является самым удобным и быстрым.

Эффективная работа службы внутреннего контроля (СВК) представляется важным фактором успешного функционирования центра транспарентности, поскольку в ее задачи, в частности, входит контроль над созданием и функционированием «внутренней транспарентности», в первую очередь, в интересах компании. СВК осуществляет контроль доступности и раскрытия информации между руководством, сотрудниками и конкретными подразделениями, а также надзор за соблюдением существующих законодательных и нормативных актов, регулирующих деятельность организации.

Подготовка информации департаментом финансовой отчетности, а также прочими департаментами, отвечающими за нефинансовую отчетность, является основной составляющей «внутренней транспарентности», так как информация, генерируемая данными подразделениями, в дальнейшем попадает к основным пользователям отчетности – инвесторам, кредиторам и прочим кредиторам.

«Внутренняя транспарентность» также подразумевает мониторинг руководством предприятия деятельности центра транспарентности и оценку эффективности процесса транспарентизации в целом. Очевидно, что такой процесс невозможен без активного взаимодействия менеджеров компании между собой. Руководству компании необходимо наладить процесс открытого обмена между менеджерами различной информацией, в том числе управленческой, иначе ее отсутствие или искажение на одном из звеньев управления могут повлиять на стабильность функционирования не только центра транспарентности, но и всей компании.

Не менее важно, чтобы прозрачными были отношения менеджмента и остального персонала, а также взаимодействие сотрудников, работающих в разных отделах, поскольку, как правило, от наличия полной и достоверной информации зависит выбор верных оперативных решений.

При таком подходе к прозрачности нельзя не учитывать психологический аспект, учет которого позволит минимизировать трудности, связанные с так называемым человеческим фактором.

Большое число менеджеров всех уровней зачастую предпочитают не распространять значительный объем информации, обычно не считающейся конфиденциальной. Это связано с тем, что в российской управленческой практике традиционно существует тенденция к за-

крытости и нераспространению информации. Нельзя не согласиться с высказыванием В.Ф. Несветайлова о том, что «несмотря на усилившуюся тенденцию к прозрачности российского бизнеса, информационная закрытость российских компаний и непрозрачность ведения дел остаются реальной проблемой. И актуальность ее решения сохранится еще долго - до тех пор пока критерии открытости и транспарентности бизнеса не найдут в России широкого распространения и не станут подкрепляться реальной деловой практикой» [1].

Выводы

Очевидно, что для формирования «внутренней транспарентности» необходимо изменить подход руководства и сотрудников к обмену информацией внутри компании и ее восприятию и избавиться от привычки «все скрывать». В целом для формирования действительно прозрачных и доверительных отношений (которые являются составной частью «внутренней транспарентности») внутри коллектива предприятия руководство компании должно стремиться «привить» своим сотрудникам «философию открытости», которая должна стать неотъемлемой частью корпоративной философии.

Таким образом, следование предложенным этапам процесса транспарентизации отчетности поможет обеспечить реализацию комплексного подхода к повышению прозрачности финансовой отчетности российских предприятий и вывести ее на новый качественный уровень.

Литература

1. Несветайлов В.Ф. Существенность и транспарентность в финансовой отчетности // Международный бухгалтерский учет, 2011, № 21.
2. Гетьман В.Г. О международной гармонизации порядка раскрытия информации по вопросам корпоративного управления // Международный бухгалтерский учет, 2009, № 10.
3. Диркова Е.Ю. Существенность и транспарентность в финансовой отчетности // Международный бухгалтерский учет, 2011, № 21.
4. Сухов М. Транспарентность и капитализация кредитных организаций // Деньги и кредит, 2007, № 7.
5. Дипиаза Сэмюэл А., Экклз Роберт Дж. Будущее корпоративной отчетности: Как вернуть доверие общества / [пер. с англ.: В. Ионов, Ю. Езерского] - М.: Альпина паблишер, 2003.
6. Мельник М.В. Приоритетные направления реформирования бухгалтерского учета и анализа // Управленческие аспекты учета и анализа в условиях мирового финансово-экономического кризиса: сб. ст. Международной научно-практической конференции / Поволжский гос. ун-т сервиса. – Тольятти: изд-во ПГУС, 2008. – С. 159-168.
7. Мошкович Б.Е. Призрачная прозрачность или управляемая стоимость бизнеса? // Управление компанией. 2002, № 12. С.69-72.
8. Соколова Е.С. Принципы формирования качественно ориентированной информации как интеллектуального капитала / Е.С. Соколова // Нематериальные ресурсы регионов (информационный аспект): сборник статей по материалам научной конференции 2010. – М.: Ресурс-регион, 2010.

Модель исследования экономической эффективности на стадии утилизации и рециклинга автомобильной техники

к.э.н. доц. Платко А.Ю., Наянов Е.А.

Университет машиностроения

8 (495) 223-05-23 доб. 1316, kafedra-ekonomika@yandex.ru

Аннотация. В работе апробирована методика оценки рентабельного времени сортировки и рентабельной массы вторичных материалов с целью выявления масштабов рентабельности производства по утилизации автомобильной техники. Разработана модель экономической оценки технологий на этапе утилизации и ре-