

Транспарентность как ключевая составляющая информационного пространства предприятия

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

Университет машиностроения
8(495)223-05-23, vmigumnov@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются различные аспекты информационного пространства организаций. Проводится анализ «внутренней» транспарентности компании, факторов, влияющих на нее, а также обосновывается важность раскрытий информации в финансовой отчетности предприятия

Ключевые слова: информационная транспарентность, прозрачность предприятия, транспарентность финансовой отчетности

В настоящее время открытость становится важнейшей составляющей конкурентоспособности не только предприятия, но и государства в целом. Инвесторов привлекает экономика с прозрачными и понятными правилами ведения бизнеса, наличие проработанной законодательной базы и готовность государственных структур к открытому диалогу с предпринимателями.

Очевидно, что инвестиционная привлекательность государства во многом зависит от прозрачности его предприятий. Основной целью транспарентности является обеспечение доступности необходимых пользователям информации (инвесторам, кредиторам, акционерам, регулирующим органам и т.д.) данных. Для наиболее эффективного удовлетворения информационных запросов пользователей относительно деятельности предприятия, необходимо создание инфраструктуры доступа к данным, предусматривающую организацию обратной связи.

Весьма важно (в том числе посредством использования корпоративного сайта предприятия) обеспечить возможность ставить конкретные вопросы и запрашивать дополнительную информацию (получать разъяснения относительно процедуры получения, обработки и представления раскрытых данных, конкретных показателей и т.д.). Соответственно, данные вопросы и ответы на них должны быть в открытом доступе на сайте компании.

Создание эффективной обратной связи позволит менеджменту организации быстро реагировать на изменяющиеся запросы пользователей информации, что повысит ценность организации в глазах его стейкхолдеров и создаст конкурентное преимущество.

Для того чтобы пользователи могли более четко представлять, каким образом были получены те или иные данные, целесообразна публикация менеджерами компании статей в научных изданиях об актуальных вопросах получения, обработки и представления собранных данных, о постановке процедуры вынесения профессиональных суждений и организации внутреннего аудита.

Отметим, что шаги по повышению транспарентности предприятия будут малоэффективны, если предприятие остается закрытым «внутри». На данный момент в нашей стране существенное число менеджеров всех уровней предпочитают не распространять среди сослуживцев определенную информацию, обычно не считающуюся конфиденциальной. Это связано с тем, что в российской управленческой практике традиционно существует тенденция к закрытости и не распространению информации.

Очевидно, что необходимо постепенно менять подход и восприятие руководства и сотрудников к обмену информацией внутри компании и избавляться от привычки «все скрывать».

Для формирования действительно прозрачных и доверительных отношений внутри коллектива предприятия, позволяющих совершать обмен всеми релевантными данными, руководству компании необходимо стремиться «прививать» своим сотрудникам «философию открытости», которая должна стать неотъемлемой частью корпоративной философии.

Организация эффективного обмена информацией обеспечит высокий качественный уровень раскрываемых предприятием данных, что повлияет не только на удовлетворенность внешних пользователей информации, но и позволит повысить:

- качество управленческих решений;
- уровень контроля деятельности структурных подразделений и конкретных менеджеров;
- эффективность взаимодействия структурных подразделений компании (создание открытого обмена информацией ведет к увеличению ответственности конкретных сотрудников, так как предоставленная ими информацию может быть легко проверена).

Очевидно, что такой процесс невозможен без активного взаимодействия менеджеров компании между собой. Руководству предприятия необходимо упорядочить процедуру открытого обмена между менеджерами различной информацией, в том числе управленческой, иначе ее отсутствие или искажение на одном из звеньев управления могут повлиять на качество принимаемых на ее основе решений, а также негативно сказаться на полноте и достоверности раскрываемой предприятием информации.

Не менее важно построить прозрачные отношения менеджмента и остального персонала, а также организовать взаимодействие всех структурных подразделений компании.

Прозрачность предприятия ценится не только его инвесторами и кредиторами, акционерами и т.д., но и его сотрудниками. Учет таких факторов, как открытость руководства для сотрудников, рассмотрение различных предложений (в том числе по улучшению рабочего процесса), наличие прозрачной системы премирования позволит поддерживать психологический климат в коллективе на должном уровне, что не может не сказаться на эффективности внутреннего обмена информацией.

Таким образом, мы видим, что транспарентность становится средством конкурентной борьбы предприятия за финансовые ресурсы, а также выгодные предложения поставщиков и подрядчиков, более привлекательные условия кредитования, доверие клиентов. В конечном итоге повышение уровня прозрачности должно привести к повышению эффективности деятельности организации.

Большое значение для информационной прозрачности предприятия имеет уровень открытости и доступности его финансовой отчетности. В целях достижения большей прозрачности отчетной информации и повышения доверия кредиторов, в 2010 году в России был принят Федеральный закон № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности», который обязывает организации, ценные бумаги которых допущены к торгам на биржах, составлять финансовую отчетность в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). На настоящий момент все основные стандарты МСФО переведены на русский язык и имеют юридическую силу на территории Российской Федерации.

Следует отметить, что, на наш взгляд, одной из основных причин утверждения МСФО как отчетной системы для котируемых на бирже компаний является значительно тщательнее (в сравнении с РСБУ) проработанные правила, относящиеся к раскрытию информации по каждой учетной области. Многими экспертами было отмечено, что при начале подготовки отчетности в соответствии с МСФО российские предприятия смогли повысить уровень прозрачности своей отчетности и стали существенно более привлекательным объектом для инвестиций, в том числе зарубежных.

Несмотря на довольно подробное описание требуемых МСФО раскрытий, в том числе в примечаниях, пользователям отчетности для принятия решений в отношении организации зачастую требуется значительно более широкий спектр раскрытий, не регламентируемый правилами стандартов. В таких случаях возникает проблема самостоятельной оценки ответственности информации, представляющейся важной для конкретной группы пользователей.

Выводы

К сожалению, удовлетворить в равной мере запросы всех групп пользователей маловероятно, так как на практике невозможно раскрыть абсолютно все данные, интересующие ту

или иную группу пользователей. В связи с этим, по нашему мнению, менеджменту необходимо сконцентрироваться на раскрытии информации, запрашиваемой «целевой группой пользователей», например инвесторами и кредиторами и/или поставщиками и подрядчиками.

Раскрытие такого объема информации, который обеспечивает максимальное удовлетворение пользователей отчетности, позволяет контролировать репутационные риски предприятия, что, в свою очередь, влияет на деловую репутацию. Соответственно, открытость организации и прозрачность ее отчетности позволяют в значительной мере снизить репутационные риски, повысить имидж компании и ее инвестиционную привлекательность.

Литература

1. Федеральный закон № 208-ФЗ от 27.07.2010 «О консолидированной финансовой отчетности».
2. Аленина Е.Э., Пасхина А.В. Повышение конкурентоспособности электронной торговли в условиях посткризисной экономики. Материалы Международной научно-технической конференции Ассоциации автомобильных инженеров (ААИ) "Автомобиле- и тракторостроение в России: Приоритеты развития и подготовка кадров", посвященной 145-летию МГТУ "МАМИ". Книга 11, Москва, МГТУ «МАМИ», 2010 г.
3. Гульков Ф.А. Управление неидентифицируемыми нематериальными активами как способ увеличения стоимости промышленного предприятия // Креативная экономика. - М.: Креативная экономика, 2009. № 4, с. 23-27.
4. Диркова Е.Ю. Существенность и транспарентность в финансовой отчетности // Международный бухгалтерский учет, 2011, № 21.
5. Зак Д. Справедливая стоимость - соблазны манипулирования отчетностью / Пер. с англ.; под ред. В.М. Рутгайзер. - М.: Маросейка, 2010.

Рынок B2G: сущность и статистический анализ

к.э.н. Авраменко С.А., д.э.н. проф. Секерин В.Д.

ООО «ЭЛТОЧПРИБОР», Университет машиностроения
s_avramenko@mail.ru, 8 (499) 267-19-92, bcintermarket@yandex.ru

Аннотация. В статье сформулировано определение и основные особенности рынка B2G. Классифицированы субъекты рынка B2G, представлена структурная схема взаимоотношений субъектов данного типа рынка. Проанализирована динамика объема рынка B2G, его место в экономике России.

Ключевые слова: рынок B2G, инновационный процесс, инновационный маркетинг

В соответствии с общепринятой классификацией, ключевым критерием в которой является тип потребителей продукции, в различных трудах зарубежных, а затем и отечественных авторов закрепилось выделение таких типов рынков, как [4, 5, 6]:

1. Рынок продукции для конечного индивидуального потребления. Данный тип рынка получил устоявшееся обозначение «B2C, «business-to-consumer», «бизнес-для-потребителей».
2. Рынок продукции промышленного назначения, что подразумевает собой продукцию, предназначенную для дальнейшего использования в процессе производства. Данный тип рынков получил устоявшееся обозначение «B2B, «business-to-business», «бизнес-для-бизнеса».

Принятое разделение отражает природу большинства рынков, где ключевыми производителями и потребителями являются частные компании и частные лица. Вместе с тем в данной классификации не вполне учитываются особенности некоторых других типов рынков. Несмотря на общепризнанную важность для многих отраслей спроса в форме государствен-