

УДК 336.6

РАЗВИТИЕ РЫНОЧНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА К РАСКРЫТИЮ ИНФОРМАЦИИ В ПУБЛИЧНЫХ АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЯХ

Салова Л.В.

*ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,
Владивосток, e-mail: Lyubov.Starovoytova@vvsu.ru*

В статье рассматривается актуальность научной проблемы в области совершенствования подхода к раскрытию информации публичными акционерными компаниями, обеспечивающей пользователей достоверной и качественной информацией для целей принятия решений. Выделена сущность и потребности раскрытия информации для различных групп пользователей. Рассмотрены основные нормативно-правовые акты о раскрытии информации, ее структуре и содержанию, что позволяет самому широкому кругу как внутренних, так и внешних потребителей информации видеть финансовые и ресурсные процессы, происходящие внутри компании. Установлено, что залогом повышения деловой репутации (гудвилла) публичных компаний является добавление информации об окружении самих публичных компаний, социальных процессах, протекающих в компании, ее вкладе в развитие общества. Предложен подход к повышению качества раскрываемой информации на основе добавления фактора социализации, суть которого заключается в оценке открытости компании для неспециализированных внешних пользователей информации.

Ключевые слова: публичные компании, раскрытие информации, финансовая отчетность, МСФО

DEVELOPMENT OF MARKET-ORIENTED APPROACH TO DISCLOSURE OF INFORMATION IN PUBLIC LIMITED LIABILITY COMPANIES

Salova L.V.

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, e-mail: Lyubov.Starovoytova@vvsu.ru

The article reviews the importance of a scientific problem in the sphere of perfection of an approach to disclosure of information by public limited liability companies, providing the users with trustworthy and good quality information for further decision-making. The essence and demand in information disclosure for different groups of users have been identified. The basic regulations regarding information disclosure, its structure and content have been considered which helps the biggest number of internal as well as external information consumers see financial and resource-related processes inside the company. It has been established that what guarantees a public company's goodwill enforcement is adding information about its environment, social processes occurring in it and its contribution into society development. There has been suggested an approach to increase the quality of disclosed information based on adding the factor of socialization the essence of which is about evaluation of a company's openness the core of which is in evaluation of a company's openness for non-specialized external information users.

Keywords: public companies, information disclosure, financial reporting, IFRS

Раскрытие информации – это необходимая работа, которую должна выполнять каждая публичная компания, поскольку это позволит всем участникам рынка, заинтересованным в получении такой информации, принимать более взвешенные и эффективные решения относительно перспективности тех или иных публичных компаний в качестве объектов для инвестирования и иных целей. Исходя из выводов, которые можно сделать по итогам изучения существующего опыта, актуальность исследования обусловлена следующим:

– недостаточно раскрыта роль нефинансовой информации и ее влияние на повышение качества информации при раскрытии финансовой отчетности [1];

– не сформулирован четкий инструментарий и методика раскрытия нефинансовой информации [1];

– выделена явная потребность пользователей информации, раскрываемой на основе финансовой отчетности, в повышении ее

информативности и качества для целей принятия решений [4].

Данные обстоятельства в сочетании с актуальностью проблематики ориентировали на совершенствование подхода к раскрытию информации, актуализации ее форматов и содержания в части информации нефинансового характера, отвечающей современным требованиям информационного обеспечения пользователей.

Раскрытие информации как фактор повышения деловой репутации публичной акционерной компании

Изменчивая рыночная среда, в которой функционируют различные компании, оказывает значительное воздействие на них, сокращая время для принятия рациональных экономических решений и ответной реакции на различные воздействия (как со стороны самой среды, так и со стороны других субъектов рыночной среды).

Субъекты рыночной среды испытывают острую необходимость в достоверных и проверенных источниках информации для принятия финансовых, управленческих, инвестиционных, кадровых, ресурсных и других решений. В настоящее время таким источником информации является финансовая отчетность.

Понятие «деловая репутация» всегда играло важную роль в бизнесе, поскольку она капитализируется в качестве актива и повышает инвестиционную привлекательность компании. Основой деловой репутации является информационная открытость – один из основных стандартов ведения предпринимательской деятельности. Пользователь информации склонен рассматривать приводимые о компании сведения как информационно ценные лишь в том случае, если они соответствуют его информационным ожиданиям. Следовательно, информационная открытость – это мощный фактор, который компанией должен быть максимально использован.

Концепции финансового учета, на которых базируются МСФО и GAAP являются неотъемлемой частью стандартов учета и отчетности, потому что представляют собой основание конструкции под названием финансовая отчетность организации. Вершиной является цель по предоставлению внешним пользователям полезной информации о финансовом положении организации, результатах деятельности, изменениях в финансовом положении.

Раскрытие информации должно обеспечить пользователям отчетности компаний не только полноту, достоверность и прозрачность данных, но и подразумеваемую высокую информационную ценность отчетных показателей, исходящих из информационных ожиданий потребителя данных, психологии его экономического поведения. Основной смысл раскрытия и постоянного доступа к финансовой информации заключается в том, что информационная поддержка рассчитана на постоянных и потенциальных партнеров, которые предпочитают регулярно получать сведения о компании, и рассматривают любой информационный перерыв как тревожный сигнал.

Нужно понимать, что информационная открытость подразумевает доступ различных групп пользователей к широкому массиву информации. Одним из наиболее востребованных блоков, как показывает практика, является блок финансовой информации, поскольку язык цифр и показателей достаточно универсален. Тем не менее, существует явный запрос пользователей на получение информации нефинансового ха-

рактера, которая характеризует компанию как надежного, социально-ориентированного бизнеса, нацеленного на привнесение благ в общество, с которым она сосуществует.

Успех любого управляющего воздействия (со стороны руководства или собственников) на любой бизнес (при развитых рыночных отношениях) не возможен без предоставления полной и конкретной информации всем участникам, принимающим решение по данному воздействию [5].

Всех потребителей информации о публичной акционерной компании можно условно разделить на две большие группы (по отношению к анализируемой компании): внутренняя и внешняя. Внутренние пользователи (администрация, руководители, служащие), которые имеют полный доступ ко всей необходимой и полезной для управления информации (управленческой, финансовой, бухгалтерской, налоговой) и несут ответственность за любые принимаемые решения. Внешних пользователей можно условно разбить на три основные группы: потребители с прямым финансовым интересом, потребители с опосредованным финансовым интересом и потребители без финансового интереса.

Основываясь на рыночно-ориентированном подходе в управлении публичными компаниями попробуем рассмотреть на практике, какую информацию предоставляют о себе публичные акционерные компании. Причем сделаем акцент на том, что на финансовые показатели этих компаний и рынка в целом может оказывать достаточно существенное влияние информация не только напрямую финансового характера, но и рыночная политика этих компаний, социальная (общественная) работа, проводимая этими компаниями (в том числе информация по условиям труда и количеству трудоустроенных работников), а также информация, связанная со спонсированием значимых государственных и спортивных проектов и природоохранных мероприятий.

Все это объясняется достаточно просто, в рыночных условиях основным мериллом успешности компаний является – рынок ценных бумаг, на котором свободно продаются и покупаются «части» компаний в форме их акций и долговых обязательств с различным номиналом, процентной ставкой, условиями и сроками погашения (получения прибыли или дивидендов). Поэтому любая информация, которая поступает к участникам этого рынка и которая может быть интерпретирована ими как в положительную, так и в отрицательную сторону, способная

существенно изменить показатели финансовой отчетности данных компаний.

Прежде чем рассматривать прочие виды информации, поступающие к разным участникам рынка, остановимся на основной – финансовой информации (отчетности), которая является «основой основ» для принятия рациональных экономических (инвестиционных) решений. В соответствии с 149 ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» [6], под информацией понимается «определенные сведения (сообщения или данные) независимо от формы их представления».

В тоже время 39 ФЗ «О рынке ценных бумаг» (статья 30) [7] под информацией (точнее раскрытием информации) понимает «обеспечение ее доступности всем заинтересованным в этом лицам независимо от целей получения данной информации», но, «по процедуре гарантирующей ее нахождение и получение». Общедоступной информацией (на рынке ценных бумаг) становится информация, «не требующая привилегий для доступа к ней или подлежащая раскрытию в соответствии с положениями законодательства».

Поэтому целью раскрытия любой информации, касающейся публичной компании, является донесение этой информации до всех заинтересованных в ее получении лиц в объемах, необходимых для принятия взвешенного решения (касающегося изменений в финансово-хозяйственной деятельности).

Согласно письму Центрального Банка России «О Кодексе корпоративного управления» [2] основными моментами при раскрытии информации о публичной компании является:

- ее регулярность и оперативность, доступность, достоверность и полнота содержания;

- соблюдение разумного баланса между открытостью компании и соблюдением ее коммерческих интересов, сбалансированность по части предоставления как позитивной, так и негативной информации о компании.

Можно классифицировать раскрытие информации публичными компаниями по форме, периодичности, способам, каналам распространения (печатные и электронные СМИ (к которым приравнивается интернет)) и т.д. Согласно 39 ФЗ «О рынке ценных бумаг» и приказу ФСФР России «Об утверждении Положения о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг» [3] регулируется порядок, способы раскрытия и содержание

раскрываемой публичными компаниями информации.

С момента государственной регистрации у публичных акционерных компаний возникает обязанность по раскрытию информации. По форме и виду предоставления такой информации (отчетности) можно выделить: устав, банковские реквизиты, годовой отчет, квартальную и годовую бухгалтерскую отчетность, список аффилированных лиц, существенные факты.

Таким образом, законодательство о раскрытии информации позволяет самому широкому кругу как внутренних, так и внешних потребителей информации видеть все процессы и финансовые и ресурсные, происходящие внутри компании. Помимо раскрытия финансовой информации требуется сделать более открытой информацию об окружении самих публичных компаний (партнеры, сделки, проекты, культурные и образовательные проекты, внутренняя жизнь, стратегия, планы, продукция, потребители) и это будет являться залогом успешной деятельности российских публичных компаний в будущем.

Следует отметить, что раскрытие информации – это обязательная и необходимая работа, которую должна выполнять каждая публичная компания, поскольку это позволит всем участникам рынка, заинтересованным в получении такой информации, принимать более взвешенные и эффективные решения относительно перспективности тех или иных публичных компаний.

Совершенствование методов оценки качества информации, раскрываемой публичными акционерными компаниями

В соответствии с концептуальными основами МСФО [8] финансовая отчетность должна обладать фундаментальными (уместность, справедливое представление) и улучшающими (сопоставимость, проверяемость, своевременность и понятность) качествами. Исходя из мирового опыта раскрытия информации публичными акционерными компаниями (корпорациями), в исследовании предлагается добавить еще одно улучшающее качество – «социализация» (рисунок).

Суть предлагаемого показателя «социализация» заключается в оценке того, насколько компания открыта для неспециализированных внешних пользователей информации с опосредованным и/или без финансового интереса потребителей, таких как общества защиты прав, профсоюзы, социальные, образовательные, детские и природоохранные органы.

**Концептуальные основы
МСФО по подготовке
финансовой отчетности и
раскрытия информации**

Уместность

Существенность

Правдивость

Сопоставимость

Проверяемость

Своевременность

Понятность

Социализация

Предложение по улучшению качества концептуальных основ МСФО через расширение полезности раскрываемой информации. Примечание: составлено автором

В эпоху развития социального маркетинга, когда информация между потребителями передается не только «от одного – к одному», но уже и «от одного – к тысячам», посредством социальных сетей компаниям крайне важно обращать внимание на формирование своего имиджа. Социальная направленность бизнеса публичной компании является важным методом ведения конкурентной борьбы и выражается такими понятиями как – репутация, надежность, привлекательность, доверие, стабильность, забота и т.д. и находит свое отражение в нематериальных активах – т.н. «гудвилл». В этой связи, совершенствование методов раскрытия информации финансового и нефинансового характера возможно через расширение ее полезности для различных групп пользователей.

Предлагаемый в исследовании подход по оценке качества раскрываемой информации, несомненно, будет востребован и найдет применение в практической деятельности как на уровне органов управления публичной компаний при выполнении самодиагностики. Также результаты исследова-

ния будут полезны экспертному сообществу и пользователям информации финансового и нефинансового характера, раскрываемой в соответствии с принципами международного финансового учета.

Список литературы

1. Концепция финансовой отчетности в условиях глобализации мировой экономики / О.В. Кондрабаева // Автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. эк. наук. – М. 2009.
2. Письмо Банка России от 10.04.2014 N 06-52/2463 «О Кодексе корпоративного управления».
3. Приказ ФСФР РФ от 10.10.2006 N 06-117/пз-н (ред. от 04.10.2011) «Об утверждении Положения о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг».
4. Понятие финансового учета и финансовой отчетности / О.В. Соловьева // Вестник МУ. Серия 6: Экономика. – 2009. – № 6. – С. 56-70.
5. Салова Л.В., Дегтеренко К.Н. Управление факторами инвестиционной привлекательности компаний // Российское предпринимательство. – 2013. – № 1 (223). – С. 110-114.
6. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 06.07.2016) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
7. Федеральный закон от 22.04.1996 N 39-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О рынке ценных бумаг».
8. Финансовый учет: Учебник / Гетьман В.Г. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 784 с.