Хубиев Р.К.
аспирант экономического факультета,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
rasul_hubiev@mail.ru

прозрачность компании в условиях кризиса

транспарентность компании и ее конкурентное значение

Аннотация

Статья посвящена анализу относительно нового для российской научной литературы понятия «транспарентность». Автор раскрывает содержание транспаретности, выделяет формы проявления прозрачности деятельности фирмы. Акцентируется внимание на противоречивости транспарентности как фактора конкурентоспособности компании даже для развитой модели рыночной экономики.

Транспарентность представляет собой открытость и внутреннюю прозрачность фирмы для всех экономических субъектов, заинтересованных в сотрудничестве с ней, а также для органов корпоративного и государственного контроля. Важным является содержание транспарентности, которое включает в себя разные процессы, происходящие в фирме и за ее пределами:

– взаимоотношения между собственниками и менеджерами;

– сама внутренняя технология управления фирмой;

– прозрачность финансовых потоков;

– взаимоотношения между фирмой и ее партнерами, особенно финансово-инвестиционными;

– отношения с госорганами (лицензирование, налоговая дисциплина и т.д.).

– социальная ответственность и благотворительная деятельность.

В широком смысле открытость фирмы является условием инвестиционной привлекательности. Если же фирме удается через свою открытость привлечь инвестиции и реализовать новые инвестиционные проекты, то сама транспарентность выступает существенным фактором повышения конкурентоспособности.

К основным этапам восхождения фирмы по ступеням конкурентоспособности и транспарентности относятся: акционирование, кредитная история, публичные займы, выход на IPO. Каждый этап пред-

полагает развитие транспарентности, обеспечивающей развитие конкурентоспособности.

Противоречия

Открытость фирмы в рыночной экономике является противоречивой. С одной стороны, она должна продемонстрировать свои конкурентные преимущества, чтобы добиться инвестиционной привлекательности. С другой стороны, открывая свои преимущества, она делает их достоянием конкурентов, которые ими могут овладеть, не неся симметричных затрат. Заинтересованная фирма, таким образом, утрачивает свои конкурентные преимущества.

Одновременно она может рассчитывать на новый уровень развития, если удастся привлечь внешние инвестиции. Поэтому транспарентность фирмы – процесс противоречивый. Он связан с рисками, которые требуют оценок.

Фирма должна тщательно взвешивать соотношение предельных издержек в краткосрочном периоде, связанных с открытостью перед конкурентами и дополнительных выгод в долгосрочном периоде от привлечения внешних инвестиций, особенно при выходе на открытые финансовые рынки в виде облигационных займов и IPO.

Нынешний этап трансформации в России имеет свои особые формы противоречий транспарентности. Предварительно выделим следующие:

– конкурентный рынок в России находится в стадии становления. Недобросовестная конкуренция, коррупция препятствуют развитию транспорентности;

– для фирм, еще не накопивших конкурентные преимущества (а их в России большинство), закрытость выгоднее открытости. Эффект «черного ящика» выгоднее «эффекта Пандоры»;

– сумма явных налоговых сокрытий привлекательнее неявных внешних инвестиций;

– коммерческая тайна является противоположностью транспарентности;

– рейдерство, промышленный шпионаж по определению противоречат транспарентности (1).

Финансовая прозрачность

В каких конкретно формах выражается прозрачность? Прежде всего, следует выделить финансовую прозрачность, которая представляет собой своевременное раскрытие адекватной информации относительно результатов финансовой

прежде всего, следует выделить финансовую прозрачность, которая представляет собой своевременное раскрытие адекватной информации относительно результатов финансовой деятельности компании

деятельности компании.

Финансовая прозрачность необходима для получения доступа к кредитным деньгам. Как правило, список требований российских банков, кредитующих компании, существенно более лоялен, нежели западных финансовых структур. Однако ставка по кредитам российских банков значительно выше, чем у западных банков.

Исследование журнала «Форбс» (2) показывает, что и скрупулезная финансовая прозрачность может вовсе не означать отсутствие претензий со стороны налоговых и иных государственных структур. Сложное, зачастую запутанное российское законодательство фактические узаконило возможность налоговых инспекторов устраивать бесконечные налоговые проверки, тормозящие развитие компании.

Например, пункт 88 Налогового кодекса позволяет налоговому органу потребовать у налогоплательщика практически любые документы в пятидневный срок. Для среднего уровня компании это означает от 100 000 листов бумаги в месяц[1]. Соответственно, любая фирма может быть «заказана» конкурентами, а подтолкнуть к этому может «прозрачность», в случае демонстрирования успехов и процветающей динамики. В этом и заключается противоречивость финансовой прозрачности с точки зрения ее конкурентоспособности.

Прозрачность управления

Следующая форма транспарентности, которую стоит выделить – прозрачность корпоративного управления. Корпоративное управление в России развивается также противоречиво. На сегодняшний день можно утверждать, что формируются лишь базовые аксиомы корпоративного управления. Российские компании начали нанимать квалифицированных консультантов для получения советов и методологии управления.

Чем более конкурентна сфера бизнеса компании, тем большим конкурентным преимуществом является прозрачная и эффективная система корпоративного управления. К ним относятся принятие кодекса корпоративного управления, повышение роли совета директоров, создание при совете директоров специальных консуль-

Ключевые слова:
транспарентность, конкуренция, инвестиционная привлекательность, конкурентоспособность, финансовая прозрачность, корпоративное управление, оппортунистическое поведение, глобальный кризис

[1] По нашему мнению, автор несколько преувеличивает. Действительно, согласно п. 3 ст. 88 НК РФ в случае выявления противоречий в налоговой декларации и прочих данных, представляемых налогоплательщиком в налоговый орган, последний вправе потребовать от налогоплательщика пояснения, передаваемые в 5-дневный срок. При большом желании эти уточнения, конечно же, можно написать и на 100 000 листах бумаги – *прим. ред.*

тационных органов и комитетов. Следует отметить, что в основном прозрачную форму корпоративного управления чаще демонстрируют компании с участием западного капитала.

В российских компаниях возрастает роль совета директоров, существенную помощь в принятии решения им оказывают советы и комитеты, где собраны консультанты и профессионалы по таким направлениям, как аудит, кадры, стратегическое планирование, PR и маркетинг, взаимоотношения с акционерами и кредиторами. Но в большинстве российских компаний совет директоров пока еще носит скорее декоративный характер.

Хотя многие компании стремятся позиционировать себя доброжелательно настроенными по отношению к миноритарным акционерам[2], эта сфера корпоративного управления продолжает оставаться одной из наиболее проблемных. Заметной активностью в отстаивании своих прав отличались миноритарии «Сургутнефтегаза», «Славнефти», АвтоВАЗа. Со своей стороны, у менеджеров компаний формируется устойчивое предубеждение в отношении миноритарных акционеров, которые часто используются в качестве «пятой колонны» при осуществлении враждебных поглощений и рейдерства. Они убеждены, что влияние миноритариев выше определенного уровня увеличивает бизнес-риски.

[2] Миноритарным акционером считается лицо, владеющее менее чем 50% голосующих акций – *прим. ред.*

Keywords:
transparency,
competition,
investment attraction,
competitiveness,
financial transparency,
corporate management,
opportunistic behavior,
global crisis

Фактор конкурентоспособности

Говоря о транспарентности на уровне отношений акционеров (собственников) и менеджеров, следует упомянуть об «инсайдерской проблеме», которая тесно связана с проблемой оппортунистического поведения менеджмента по отношению к собственникам. Она обострилась с появлением более совершенных технических средств оперирования информацией и многократно возросшими трудностями по ее защите.

Сама информационная прозрачность иногда рассматривается как отдельное направление транспарентности (3). Мы считаем это справедливым для фирм, специализирующихся на разработке и коммерческом распространении информации.

В состав транспарентности входят и другие элементы: технологическая, правовая, социальная открытость. В ограниченных рамках статьи нет возможности рассмотреть их подробно.

Итак, транспарентность входит в число факторов конкурентоспособности фирмы. Но этот фактор противоречив даже для развитой модели рыночной экономики.

претендуя на инвестиционную привлекательность, фирма раскрывает свою «внутреннюю» кухню перед конкурентами и повышает свою уязвимость

Претендуя на инвестиционную привлекательность, фирма раскрывает свою «внутреннюю» кухню перед конкурентами и повышает свою уязвимость. Какая тенденция победит? Ответ зависит от запаса прочности, обеспечиваемой комплексом конкурентных преимуществ.

Финансово-экономический кризис не может считаться благоприятным фоном для развития транспарентности. Но это лишь на первый взгляд. Именно кризис создает экстремальные конкурентные условия, где больше шансов у тех, кто накопил конкурентные преимущества, к которым мы относим транспарентность.

Литература

1. Шарый Л.Д. Безопасность предпринимательской деятельности. -М.: ВК, 2005. – С. 316.
2. Налоговиков к ответу // Форбс. -2007. – Сентябрь. – С. 54.
3. Штыков Д. Формирование прозрачности компании // Бизнес-форум 26 – 27 ноября 2004 г. – М., 2004. – С. 2.

рп

Hubiev R.K.
post-graduate student of economic faculty,
Lomonosov Moscow State University

Transparency of the company in crisis conditions
Transparency of the company and its competitive significance

Abstract

This article analyzes the relatively new for the Russian scientific literature notion «transparency». The author reveals the contents of transparency, marks out forms of transparency in company activity. Author focuses on the contradictoriness of transparency as a factor of competitiveness of the company even for the model of developed market economy.