

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ  
ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ КАЧЕСТВА  
КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ  
НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ  
АКЦИОНЕРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*Theoretical bases and methodological approaches to an estimation of influence of the corporate information quality on efficiency of the joint-stock enterprises functioning are developed.*

Специфической особенностью корпоративных отношений является то, что кроме менеджеров и крупных (мажоритарных) акционеров в них участвуют мелкие (миноритарные) акционеры и различные группы заинтересованных лиц. Это работники предприятия, органы местной и государственной власти, население региона, банки, трасты, фонды, страховые компании, различного рода обслуживающие организации – транспортные, торговые, медицинские и др., интересы которых лежат зачастую в абсолютно разных плоскостях, но деятельность которых тем или иным образом влияет на эффективность функционирования акционерных предприятий. Сбалансировать эти разнородные интересы, согласовать их наиболее эффективным для функционирования акционерного предприятия образом невозможно без наличия достаточно качественной информации о текущем состоянии и перспективах развития этого предприятия. Данным аспектам неоднократно уделялось внимание отечественных и зарубежных авторов [1 – 5], однако окончательного разрешения они не получили.

Целью настоящей статьи является раскрытие содержания понятия "качество корпоративной информации", выявление факторов, влияющих на его уровень и, на этой основе, разработка методологических подходов к оценке влияния качества корпоративной информации на эффективность функционирования акционерных предприятий. Рассмотрим содержание основного материала.

Корпоративная информация – это перечень сведений о различных сторонах состояния и деятельности органов корпоративного управления и акционерного предприятия в целом. При определении перечня, пригодного для целей оценки качества корпоративной информации, необходимо выявить факторы, влияющие на качество корпоративной информации. Можно предположить, что качество корпоративной информации определяется четырьмя факторами, которые условно можно считать проявляющимися на трех этапах (табл. 1).

Таблица 1

**Факторы, влияющие на качество корпоративной информации и этапы их формирования**

Характеристика корпоративной информации	Факторы, определяющие качество корпоративной информации	Этапы формирования качества корпоративной информации
Качество корпоративной информации	Качество проекта	Этап проектирования
	Качество исполнителей. Качество работы	Этап реализации
	Качество результатов	Этап подведения итогов

В настоящее время перечень сведений, которые могут получить акционеры о деятельности акционерного предприятия, включает следующие основные позиции: 1) финансовые отчеты, результаты деятельности; 2) состав органов управления обществом; 3) устав и внутренние документы; 4) протоколы общих собраний акционеров; 5) данные об акционерах, владеющих 10-ю и более процентов уставного капитала; 6) размеры вознаграждения должностных лиц.

Перечисленные позиции можно объединить в три группы, каждая из которых соответствует определенному этапу формирования качества корпоративной информации. Первая группа (позиция 3) – сведения об основных правоустанавливающих документах. Вторая (позиции 2,4,5) – сведения об основных исполнителях и методах их деятельности. Третья (позиции 1,6) – сведения о результатах деятельности.

Используя в качестве основы известное определение термина "качество продукции" можно сказать, что качество корпоративной информации – это совокупность свойств корпоративной информации, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенным потребностям (в нашем случае потребностям участников корпоративных отношений) в соответствии с ее назначением (для принятия квалифицированными и, тем самым, более эффективными для функционирования акционерного предприятия, решений о сферах, направлениях, формах и степени своего участия в делах предприятия). При определении такой совокупности свойств всегда имеет место список требований, которым должны удовлетворять сведения, содержащиеся в каждой позиции представленного выше перечня, и весь перечень в целом. Для перечня в целом в первую очередь речь идет о необходимом и достаточном наборе сведений. Каждая позиция, входящая в перечень, должна быть необходимой, а их совокупность достаточной для принятия всесторонне обоснованных решений всеми участниками корпоративных отношений по любому вопросу, связанному с их участием в делах акционерного предприятия. Рассматривая приведенный перечень можно сделать вывод, что указанные в нем позиции, являясь безусловно необходимыми, не отвечают критерию достаточности. Дело в том, что каждое акционерное предприятие в лице своих акционеров находится в определенных взаимодействиях с внешней средой, положительных или отрицательных. Результаты последних способны серьезно повлиять на функционирование акционерного предприятия. Доминирующими в этом смысле можно считать: 1) силовую захват имущества и акций предприятия (рейдерство); 2) схему захвата контроля над предприятием путем перераспределения его денежных потоков в пользу других предприятий, подчиненных руководству или крупным акционерам. В целях минимизации подобных отрицательных последствий перечень следует дополнить еще одной позицией, содержащей сведения об участии должностных лиц предприятия, крупных акционеров и их ближайших родственников в капитале данного и других предприятий. Без такой дополнительной информации ценность сведений о составе органов корпоративного управления и ведущих акционерах нулифицируется. На этом требования к необходимости и достаточности набора сведений, входящих в перечень, можно считать выполненными. Рассмотрим требования, предъявляемые к отдельным позициям.

Если по каким-либо причинам получение сведений становится затрудненным или даже невозможным это, очевидно, наносит ущерб всем участникам корпоративных отношений, снижая потенциальную эффективность функционирования предприятия. Следовательно, требованием, которому должна удовлетворять каждая позиция в отдельности, это доступность сведений. Однако одной доступности мало для выработки решений, реально влияющих на происходящие или намечаемые к реализации процессы. Как показывает логический анализ, следующим необходимым требованием является своевременность поступающей информации, которая должна быть полной и достоверной. На этом список требований можно считать исчерпанным. Исходя из сказанного, дадим характеристику перечня в целом и каждой его позиции в отдельности.

Как показывает практика, одного информирования пользователей о принятых решениях уже недостаточно. Ликвидация несоответствия между существующим уровнем доверия к руководству и фактическим собственникам предприятия (мажоритарным акционерам) и той социально-экономической пользой, которую приносит лучшее понимание фактического состояния дел и намечаемых изменений миноритарными акционерами и другими заинтересованными лицами требует перехода к другой, более эффективной модели взаимодействия участников корпоративных отношений – "модели предварительного диалога". В отличие от существующей модели информирования "пост-фактум" модель предварительного диалога предлагает информирование "антефактум", то есть до наступления события, что позволяет более быстро и более чутко реагировать на возможные

опасения миноритарных акционеров и других заинтересованных лиц, особенно когда эти опасения являются надуманными или завышенными. Модель предварительного диалога построена на использовании других, более эффективных способов и приемов коммуникации: встреч на телевидении, обсуждении на радио, организации Интернет-форумов. Существующая на сегодняшний день информационная закрытость акционерных предприятий позволяет их руководству и недобросовестным собственникам игнорировать интересы других участников корпоративных отношений и является одним из факторов, сдерживающих повышение их имиджа, рыночной стоимости и, как следствие, инвестиционной привлекательности. К сожалению, как показывают исследования, положение в этом плане не улучшается, более того, проявляется тенденция к его ухудшению (табл. 2).

Таблица 2

**Сравнительная характеристика доступности корпоративной информации машиностроительных предприятий Харьковского региона в 2004 – 2005 гг.**

№ п/п	Содержание информации (перечень сведений)	Способы распространения информации					Итого случаев (2004/2005)	В % к суммарному итогу за год (2004/2005)	Отношение числа случаев (2004/2005)
		Выдается для ознакомления непосредственно в обществе (2004/2005)	Распространяется на общем собрании акционеров (2004/2005)	Выдается по запросу акционера в виде копий (2004/2005)	Публикуется в прессе (2004/2005)	Размещается на собственной Интернет-странице (2004/2005)			
1	Финансовая отчетность, результаты деятельности	14/17	9/16	14/13	17/18	2/4	56/68	26,7/27,4	1,21
2	Состав органов управления обществом	14/14	7/16	10/10	12/13	2/2	45/55	21,4/22,2	1,22
3	Устав и внутренние документы	9/18	9/13	15/9	0/1	1/0	34/41	16,2/16,5	1,21
4	Протоколы общих собраний	7/16	12/7	13/13	1/0	0/0	33/36	15,7/14,5	1,09
5	Акционеры, владеющие 10-ю и более процентами уставного капитала	7/8	6/9	6/7	5/7	4/0	28/31	13,3/12,5	1,07
6	Размеры вознаграждения должностных лиц общества	5/7	4/6	5/4	0/0	0/0	14/17	6,7/6,9	1,21
	Итого случаев (2004/2005)	56/80	47/67	63/56	35/39	9/6	210/248	100/100	1,18
	В % к суммарному итогу за год (2004/2005)	26,7/32,3	22,4/27,7	30,0/22,6	16,6/15,7	4,3/2,4	100/100	-	-
	Динамика выдачи и распространения информации (2004/2005)	1,43	1,43	0,89	1,11	0,67	-	-	-

Как следует из приведенных в табл. 2 данных существенных сдвигов в структуре (графа 9) и темпах (графа 10) выдачи и распространения информации по отдельным позициям за период 2004 – 2005 гг. не произошло. Что касается динамики и структуры выдачи и распространения информации по способам ее доведения до конкретных пользователей, то здесь негативные тенденции проявляются достаточно отчетливо. Как показывают цифры (графы 3,4), преобладающей стала практика выдачи информации непосредственно в обществе или на общих собраниях акционеров. Суммарный удельный вес этих способов вырос более чем на 10% (с 49,1% в 2004 г. до 59,3% в 2005 г.). Указанные структурные изменения произошли в основном за счет абсолютного сокращения наиболее прогрессивных способов распространения информации, таких, как: выдача по запросу акционера в виде копий и размещение на собственной Интернет-странице с 72 случаев в 2004 г. до 52 в 2005 г. (графы 5 и 7), что в относительном выражении составило 9,3 %. Практически неизменным сохранилось число публикаций в прессе, что объясняется их обязательностью для открытых акционерных обществ.

Как видим, проведенный анализ убедительно свидетельствует о снижении доступности и своевременности выдачи и распространения корпоративной информации, а, следовательно, и уровня ее качества с точки зрения большинства потенциальных пользователей. В какой-то мере сложившуюся ситуацию можно объяснить участвовавшими рейдерскими атаками (попытками силового захвата имущества и акций предприятий), опасаясь которых предприятия ограничили доступ рядовых акционеров к корпоративной информации, а также снизили активность пиар-акций в Интернете.

Таким образом, к возможным недостаткам перечня в целом относится неучет необходимых сведений, а к недостаткам отдельных позиций – недоступность и несвоевременность получения сведений. Что касается требований достоверности и полноты, то они могут быть охарактеризованы следующим образом.

Согласно украинской практики на утверждение общего собрания акционеров представляется не вся годовая бухгалтерская отчетность, а только часть (финансовая отчетность, распределение прибылей и убытков). Обладая свойством до-

стоверности, указанные сведения являются далеко не полными и, следовательно, не могут быть использованы участниками корпоративных отношений для выработки действительно квалифицированных решений. Поэтому содержание данной позиции следует существенно расширить за счет включения других бухгалтерских документов, а также отчетов органов по направлениям деятельности, о проделанной работе, об инвестициях и заимствованиях и т. д., необходимых участникам корпоративных отношений для понимания происходящих в акционерном предприятии процессов. Кроме того, по аналогии со статьей 48 Федерального Закона России "Об акционерных обществах" общему собранию акционеров необходимо предоставить право заслушивать и утверждать любое количество отчетов, которое оно сочтет нужным.

Немало вопросов возникает и при рассмотрении третьей позиции перечня – об основных документах. Как показывают эмпирические исследования на большинстве акционерных предприятий основным документом, регламентирующим деятельность органов корпоративного управления, является устав. Другие документы имеются на предприятиях не всегда. Так, отвечая на вопрос анкеты ГКЦБФР: "Какие документы существуют в Вашем обществе?", – на наличие положения об общем собрании акционеров указали 81%, положения о наблюдательном совете и ревизионной комиссии имеют 86%, положения о правлении – 75%, а положения о должностных лицах общества и о порядке распределения прибыли соответственно 48% и 43% ответивших.

Детальный анализ указанных документов показал, что все они разработаны на основе предложенных в 1996 году ФГИУ типовых форм и не учитывают происшедших за последние годы изменений в законодательстве, а также имеют ряд других недостатков. Некоторые наблюдательные советы и правления в своих положениях завышают собственные полномочия. В частности, игнорируя общее собрание акционеров, они сами устанавливают себе размеры вознаграждения за проделанную работу, утверждают договора, в которых имеется личная заинтересованность их членов, в отдельных случаях присваивают себе право самостоятельно привлекать к имущественной ответственности своих членов. Поэтому некоторые положения требуют дополнения и уточнения. Так, следует более четко разграничить полномочия между наблюдательным советом и правлением, в положении о наблюдательном совете предусмотреть обязательность включения представителей миноритарных акционеров и создания комитетов по видам деятельности, обеспечить внедрение процедуры кумулятивного голосования во время формирования наблюдательного совета на общем собрании акционеров, определить в уставе случаи обязательного выкупа акционерным обществом по требованию акционера, принадлежащих ему акций по рыночной цене, а также внести ряд других изменений, предусмотренных последними Указами Президента Украины, Законами, постановлениями Кабинета Министров Украины.

Особое внимание требуется уделить такому важному (для понимания внутренних и внешних изменений в функционировании акционерного предприятия) документу, как протоколы общих собраний. Законодатель не предусмотрел в числе обязанностей акционерных предприятий распространение протоколов общих собраний среди заинтересованных лиц. В полном объеме, возможно, этого и не требуется. Однако, как показывает практика, требуется разъяснение, имевших место или намечаемых в жизни акционерного предприятия событий, которое должно служить не только чисто рекламным целям, но и способствовать повышению эффективности его функционирования. Объясним это на следующем примере.

Акционерное предприятие в прессе и на своей Интернет-странице разместило информацию о намечаемом расширении производства путем строительства нового производственного корпуса на окраине города. С позиций повышения эффективности функционирования акционерного предприятия данное информационное сообщение имеет следующие положительные стороны. Миноритарные акционеры получили дополнительное подтверждение компетентности руководства и правильности своего выбора. Поставщики еще раз убедил-

лись в надежности и долговечности партнерских связей. Потенциальные конкуренты предупреждены о повышении барьера выхода на рынок. Банки и страховые компании повысили рейтинг клиента как солидного кредитополучателя и перспективного клиента. Население получило сигнал от серьезного работодателя. Государственные и местные органы власти повысили оценку деятельности предприятия как надежного налогоплательщика, опоры социально-экономического развития региона (развитие строительной базы, появление новых транспортных маршрутов, торговых точек и т. д.).

Таким образом, политика прозрачности и ответственности формирует высокую репутацию предприятия, его положительный деловой имидж. Это, в свою очередь, предполагает создание потенциальных возможностей получения конкурентных преимуществ высшего порядка, к числу которых можно отнести: повышение спроса на ценные бумаги предприятия; уменьшение транзакционных издержек при взаимодействии участников корпоративных отношений; лучшие условия кредитования и страхования; дополнительные льготы и привилегии от органов власти, обусловленные, в частности, повышением доверия местного электората к деятельности акционерного предприятия. Практическое использование перечисленных конкурентных преимуществ ведет к реальному повышению эффективности бизнеса.

На основе изложенного можно сделать следующие выводы.

1. В целях соблюдения требования достаточности перечня, получаемых миноритарными акционерами и другими заинтересованными лицами сведений, следует дополнить еще одной позицией, раскрывающей степень участия должностных лиц акционерного предприятия, крупных акционеров и их ближайших родственников в капитале данного и других предприятий.

2. Для достижения своевременности принимаемых участниками корпоративных отношений решений о сферах, направлениях, формах и степени своего участия в делах предприятия необходим переход к модели предварительного диалога между всеми заинтересованными в данном событии сторонами.

3. Использование модели предварительного диалога предполагает совершенствование структуры выдачи и распространения информации путем увеличения удельного веса ее наиболее прогрессивных форм: выдача по запросу акционера в виде копий и размещение на собственной Интернет-странице в режиме реального времени.

4. Для обеспечения полноты сведений, используемых для оценки влияния качества корпоративной информации на выработку управленческих решений участниками корпоративных отношений отдельные позиции перечня должны быть существенно расширены, дополнены и уточнены.

Предложенная концепция оценки влияния качества корпоративной информации позволяет всем участникам корпоративных отношений принимать более квалифицированные, а, следовательно, более эффективные для функционирования акционерного предприятия решения о сферах, направлениях, формах и степени своего участия в его деятельности. Дальнейшие исследования предполагают разработку методов, позволяющих перейти от качественной оценки влияния корпоративной информации на эффективность функционирования акционерного предприятия к количественной.

**Литература:** 1. Козаченко Г. В. Корпоративне управління: Підручник для вузів / Г. В. Козаченко, А. Е. Воронкова – К.: Лібра, 2004. – 368 с. 2. Задихайло Д. В. Корпоративне управління: Навчальний посібник / Д. В. Задихайло, О. Р. Кібенко, Г. В. Назарова. – Харків: Еспада, 2003. – 688 с. 3. Свтушевський В. А. Основи корпоративного управління: Навчальний посібник. – К.: Знання-Прес, 2002. – 316 с. 4. Храброва И. А. Корпоративное управление: вопросы интеграции. Аффилированные лица, организационное проектирование, интеграционная динамика. – М.: Изд. дом "Альпика", 2000. – 198 с. 5. Метелева Ю. А. Правовое положение акционера в акционерном обществе. – М.: Статут, 1999. – 190 с.