

УДК 339.13.012

Озорнина О. В., магистрант ГУ ВШЭ, г. Москва, olga.ozornina@gmail.com

Ружанская Л. С., канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой Теории и практики менеджмента, г. Екатеринбург, Ludmila.Ruzhanskaya@usu.ru

Сысоева М. Ю., студентка, УрГУ им. А. М. Горького, г. Екатеринбург, manya-sys@yandex.ru

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРОЗРАЧНОСТЬ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ КАК ФАКТОР ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РЫНКЕ КАПИТАЛОВ

Несмотря на то что информационная прозрачность — лишь один из многих аспектов корпоративного управления, она является важным элементом формирования доверия инвесторов, определяющим их интерес к той или иной компании. Это важный фактор повышения ее конкурентоспособности. Инвесторам необходима уверенность в том, что информация, поступившая из компаний, является полной, точной и заслуживающей доверия.

Цель статьи — исследование влияния информационной прозрачности российских компаний на стоимость их обыкновенных акций, что в конечном итоге обуславливает повышение конкурентоспособности компании на рынках капитала.

Статья может представлять интерес для институциональных инвесторов, топ-менеджеров компаний, инвестиционных аналитиков.

Ключевые слова: информационная прозрачность, корпоративное управление, конкурентоспособность, корпоративная культура.

В условиях российской развивающейся экономики инвесторы уделяют большое внимание рискам, связанным с корпоративным управлением, — это непрозрачность компаний, размывание капитала, трансфертное ценообразование, ограничения на покупку и владение акциями и т.д. Несмотря на то что прозрачность является лишь одним из множества аспектов корпоративного управления, она выступает важным элементом формирования доверия инвесторов, который нередко отражает уровень общих стандартов корпоративного управления. Своевременность

и доступность информации чрезвычайно важны для инвесторов, поскольку только при этих условиях они могут принимать наиболее обоснованные и, может быть, единственно верные решения. Не менее важные последствия информационной открытости имеет и для обеспечения конкурентных преимуществ самих компаний.

По данным различных исследований, уровень информационной прозрачности российских компаний растет, однако все еще остается низким. Так, исследование, проведенное *Standard & Poor's*, выявило достаточно низкий уровень транспарент-