

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Институт управления, экономики и финансов

Кафедра управленческого учета и контроллинга

Конспект лекций

По дисциплине

Корпоративная отчетность в системе управления

ФГОС ВПО третьего поколения

Профессиональный цикл

Направление 080100.68
Магистерская программа
контроллинг
Квалификация (степень)

Экономика
Управленческий учет и
Магистр

Казань 2014

Лекция 1. Исторические предпосылки формирования современных подходов к корпоративной отчетности.

Вопросы лекции:

1. Понятие «корпоративная отчетность», «потенциал качественной корпоративной отчетности» как инструмент корпоративного управления.
2. Эволюция моделей корпоративного управления.
3. Общие подходы и отличительные особенности консолидированной и корпоративной отчетности.

1. Понятие «корпоративная отчетность», «потенциал качественной корпоративной отчетности» как инструмент корпоративного управления.

Корпоративная отчетность предприятия - это свод взаимосвязанных показателей, представляемых в соответствующем образом утвержденных формах, итогов работы предприятия за истекший отчетный период.

Корпоративная отчетность представляет собой комплекс отчетов, сформированных по международным стандартам, обеспечивающих достоверное и полное представление об экономическом потенциале и тенденциях развития корпорации, существенных рисках в условиях окружающей рыночной среды.

Первый этап формирования корпоративной отчетности - финансовая отчетность в формате МСФО. В России и в мире она обязательна для всех публичных компаний.

Второй этап, характерный для большинства организаций в странах с развитой и развивающейся экономикой - отчет, состоящий из двух блоков: финансового и нефинансового (отчета о стратегической устойчивости). Отчетность, посвященная стратегической устойчивости, стала нормой среди ведущих компаний по всему миру. Россия только приближается к данному этапу.

Третий этап - интегрированный отчет, разработка стандарта которого еще не завершена, однако движение в эту сторону очевидно.

Корпоративное управление - это контролирующий механизм регулирования корпоративной ответственности, осуществляемой через совет директоров, аудиторские комитеты, топ менеджеров и аудиторов для того, чтобы обслужить и защитить интересы инвесторов.

Совет директоров должен осуществлять бдительный надзор, с тем, чтобы быть доверенным лицом для всех акционеров в корпорации.

Совет директоров должен :

- Следить за планами , решениями и деятельностью управления;
- Действовать как независимый лидер корпорации;
- Определять принципы для собственной деятельности;

- Встречаться периодически менеджерами с целью оценки работы управления и стратегии компании;
- Оценить свою собственную работу, для того, чтобы гарантировать, что совет директоров является независимым и профессиональным.

Совет директоров является важным механизмом управления корпорации, и, несмотря на то, что он не задействован для решения каждодневных проблем управления, он призван выполнять уникальную роль наблюдения ,контроля за деятельностью управления.

Аудиторский комитет представляет собой постоянно действующий комитет ответственный за корпоративное управление и процесс составления корпоративной отчетности. Аудиторский комитет уполномочен получать информацию о любых искажениях в отчетности от работников корпорации, внутренних и внешних аудиторов. После получения такой информации , аудиторский комитет должен полностью исследовать этот вопрос и доложить о результатах совету директоров. Эффективность функции надзора аудиторского комитета зависит от философии и практики всего совета директоров. Ответственность аудиторского комитета связана с контролем целостности, качества и надежности процесса составления корпоративной отчетности. Мы считаем, что создание аудиторских комитетов в российских корпорациях позволит осуществлять наблюдение за корпоративным управлением, корпоративной отчетностью, структурами внутреннего контроля и аудиторскими функциями. Таким образом, члены аудиторского комитета должны быть с одной стороны профессионально квалифицированными , а с другой независимыми для того, чтобы выполнять функции надзора. Кроме того ,представители аудиторского комитета должны регулярно встречаться с советом директоров, главным бухгалтером и финансовым директором, со службой внутреннего аудита, с внешними аудиторами с тем ,чтобы оценить качество и надежность корпоративной отчетности. Для усиления корпоративного управления необходимо, чтобы аудиторский комитет состоял из независимых директоров.

Команда топ менеджеров играет важную роль в обеспечении эффективного и ответственного корпоративного управления. Команде топ менеджеров делегированы полномочия от совета директоров и ответственность за развитие и исполнение стратегии корпорации, сохранение финансовых ресурсов, исполнение законов, адекватную и эффективную систему внутреннего контроля, создание и функционирование системы учета , которая обеспечивает составление высоко качественных корпоративных отчетов. Команда топ менеджеров в корыстных целях может манипулировать корпоративной отчетностью. Следовательно, команда управленцев должна контролироваться соответствующей структурой. Важным

элементом во внутренней корпоративной среде является регулирование интересов команды топ менеджеров с инвесторами и кредиторами.

Внешние аудиторы . В корпоративной форме бизнеса собственность отделена от контроля. Роль внешних аудиторов в корпоративном управлении состоит в предоставлении гарантий ,что подтвержденная аудиторами корпоративная отчетность содержит для инвесторов уместную, полезную и надежную финансовую информацию для принятия нормальных деловых решений. Роль внешних аудиторов в корпоративном управлении также состоит в обеспечении гарантии, что корпоративная отчетность соответствует договорным отношениям между принципалом (инвесторами и кредиторами) и агентом (командой топ менеджеров) и является свободной от ошибок. Таким образом, внешние аудиторы контролируют корпоративную отчетность ,выпущенную управлением для пользователей этой отчетности, особенно для инвесторов и кредиторов. Потенциальные инвесторы и кредиторы также интересуются высококачественной, точной и надежной корпоративной отчетностью для принятия дальнейших инвестиционных решений. В США, к примеру, комиссия по ценным бумагам и биржам для того ,чтобы защитить интересы инвесторов, требует, чтобы корпоративная отчетность была подтверждена независимыми аудиторами , которые гарантируют, что она составлена в соответствии с общепринятыми учетными принципами и свободна от ошибок и мошенничества.

Опубликованная финансовая отчетность является более доверительной и законной, когда она сопровождается письменной информацией аудитора о результатах проверки. Развитие аудиторской профессиональной деятельности явно показывает, что цели аудита финансовой отчетности в различные промежутки времени были разными. Так, на ранней стадии существования бухгалтерской деятельности, обнаружение мошенничества, неправомерное применение принципов бухгалтерского учета, выявление технических ошибок были основными целями аудита финансовой отчетности. Промышленная революция, появление акционерных обществ изменили фокус аудита в сторону обеспечения разумной гарантии по отношению к справедливому представлению корпоративной отчетности в соответствии с определенным набором критериев. В настоящее время недавние провалы бизнеса и распространение мошенничества в среде финансово-хозяйственной деятельности в США опять привлекли особое внимание аудиторов в области обнаружения и предотвращения мошенничества. Пользователи корпоративной отчетности, подтвержденной независимой аудиторской организацией , как правило, ожидают от внешних аудиторов обнаружения всей ложной информации в финансовой отчетности, неправомерных действий сотрудников, незаконных действий и мошенничества, которые влияют на

правдивость корпоративных отчетов. Однако, внешние аудиторы не удостоверяют точность финансовой отчетности также как и не гарантируют, что финансовая отчетность не содержит неверную информацию при составлении заключения о честном представлении финансовой отчетности, они лишь предоставляют разумную гарантию о том, что проаудированная корпоративная отчетность не содержит материально-вещественных нарушений. Следовательно, аудиторы формируют доверие к проверенной корпоративной отчетности через снижение информационного риска о том, что эта отчетность может ввести в заблуждение, является ложной и мошеннической. Любое снижение информационного риска делает рынок капитала более эффективным. Аудиторские ошибки и возможные мошенничества создают серьезные беспокойства в отношении эффективности аудита и значимости аудиторов в гарантировании надежности и качества финансовой информации на рынке капитала. Внешние аудиторы нередко обвиняются в отсутствии достаточного усердия в обнаружении мошенничества в финансовой отчетности. Внешние аудиторы несут потери и в отношении денег и в отношении репутации.

Внутренние аудиторы

Внутренние аудиторы являются составной частью корпоративного управления и их экспертиза, по нашему мнению, является первоочередной мерой в предотвращении и обнаружении мошенничества в финансовой отчетности.

Внутренние аудиторы рассматриваются в качестве важного содействующего фактора в достижении эффективности процессов управления корпорацией. Внутренний аудит в нашей российской практике должен рассматриваться и выполнять не только традиционную функцию, ответственную за финансовые и учетные вопросы, а также функцию, сосредоточенную на широком спектре операционной деятельности и являться частью структуры корпоративного управления. Деятельность внутренних аудиторов российской корпорации, по нашему мнению, должна включать следующие функции:

- оценка эффективности операционной деятельности, включающей показатели эффективности и их влияние на среду в которой действует корпорация;
- гарантии адекватности и эффективности системы внутреннего контроля в достижении целей;
- наблюдение за процессом составления корпоративной отчетности с целью гарантии ее качества, а также создание надежной, уместной, полезной и прозрачной финансовой информации для принятия решений;
- гарантии ответственного корпоративного управления;

- предотвращение, обнаружение и исправление мошенничества в корпоративной отчетности. Внутренние аудиторы должны непрерывно наблюдать за процессом составления корпоративной отчетности .

Внутренние аудиторы должны помогать менеджменту в создании и поддержании адекватной и эффективной структуры внутреннего контроля и нести ответственность за оценку адекватности и эффективности такой системы контроля, которая обеспечивает разумную гарантию с учетом качества и надежности процессов финансовой отчетности. Внутренние аудиторы обязаны в первую очередь сосредотачиваться на исследовании как административного, так и учетного внутреннего контроля не столько на корпоративном уровне, сколько на дивизионном и операционном уровне подготовки финансовой отчетности. Вместе с тем, хотя внутренние аудиторы оказывают содействие команде топ менеджеров в контроле составления корпоративной отчетности , всю ответственность за качество , надежность и достоверность корпоративной отчетности несет команда топ менеджеров.

Функция внутреннего аудитора является важным элементом корпоративного управления и играет ключевую роль во внутрифирменном управлении корпорацией. Эта функция должна быть организационно независимой для гарантии того, чтобы персонал внутреннего аудита мог эффективно наблюдать за составлением корпоративной отчетности. Для достижения реальной независимости функции внутреннего аудита начальник отдела внутреннего аудита должен быть назначен комитетом по аудиту и быть подотчетным и ответственным перед комитетом по аудиту, генеральному директору или финансовому директору, напрямую не составляющие корпоративную отчетность. Внешние аудиторы должны опираться на результаты деятельности внутренних аудиторов при проведении аудита корпоративной отчетности. Расширение трудовых взаимоотношений внутренних аудиторов с внешними аудиторами и эффективность внутренних аудиторов в предотвращении и обнаружении мошенничества в корпоративной отчетности будет способствовать, по нашему мнению, улучшению их организационного статуса и профессионализма.

Правительственные органы

Важным органом исполнительной власти , регулирующим вопросы раскрытия информации на финансовых рынках, является Федеральный Совет по Финансовым рынкам России(ФСФСР). ФСФСР России разработала стратегический план перехода на международные стандарты финансовой отчетности, как профессиональных участников рынка ценных бумаг, так и крупнейших эмитентов ценных бумаг. Введен новый закон «О бухгалтерском учете», в котором определены требования представления финансовой отчетности по МСФО ,

требования по раскрытию информации . Необходима система профессионального мониторинга отчетности российских корпораций по МСФО , который позволит выявить проблемы формирования такой отчетности , а также корпорации, которые не выполняют требования составления финансовой отчетности по МСФО .

Кроме планируемых мероприятий в целях укрепления защиты интересов инвесторов следует рассмотреть следующие вопросы :

- рассматривать корпоративную отчетность как важную и неотъемлемую часть корпоративного управления;

- разработать стратегию и процедуры стимулирования российских корпораций, представляющих высококачественную корпоративную отчетность и наказание корпораций не выполняющих эти требования;

- стимулировать деятельность аудиторского комитета корпораций как важного элемента в корпоративном управлении;

- постоянное исследование деятельности корпораций, формирующих корпоративную отчетность с целью гарантии ее достоверности и качества и предотвращения мошенничества .

Контроль за выполнением реформы осуществляет Межведомственная комиссия по реформированию бухгалтерского учета и финансовой отчетности, в состав которой входит Министерство экономики, ФКЦБ, Центробанк и ведущие специалисты в области бухгалтерского учета. Таким образом, определенные функции регулирования бухгалтерского учета передаются профессиональным организациям.

Выделим три составляющие корпоративного управления:

- 1) система управления и контроля за деятельностью компаний, общее собрание акционеров принимает основные решения, в то время как совет директоров отвечает за общее руководство компанией и контроль за менеджментом. Менеджеры осуществляют оперативное управление компанией, реализуя стратегию, выработанную советом директоров и выполняя решения общего собрания.

- 2) структура, определяющая распределение прав и обязанностей между участниками корпоративных отношений, т.е. советом директоров, менеджментом и акционерами. Конечная цель такого распределения – повышение стоимости компании для акционеров в долгосрочной перспективе.

- 3) правила и процедуры принятия решений, рамки для формулирования и достижения целей компании и контроля за результатами ее деятельности

Выработка общих «правил игры» и детализация процедур позволяет стабилизировать процесс управления и повышает доверие к компании со стороны всех участников корпоративных отношений и внешних заинтересованных лиц (государство, потенциальные инвесторы и т.д.).

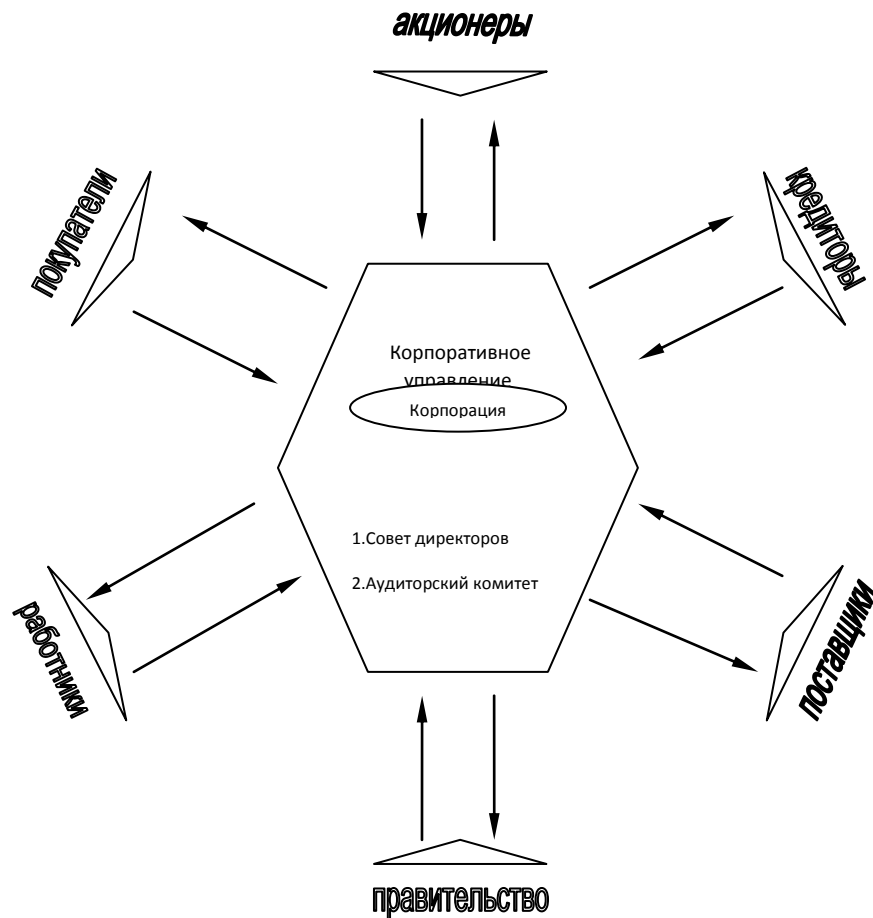


Рис.1. Корпоративная среда

Корпоративное управление как контролирующий механизм служит в качестве защиты интересов различных категорий инвесторов. Финансовые инвесторы осуществляют финансирование как за счет собственного, так и заемного капитала. Акционеры заинтересованы в высоком уровне прибыли, кредиторы же в гарантированном возврате средств, вложенных в корпорацию, что приводит к различным приемам контроля за управлением корпорацией. К остальным инвесторам, влияющим на деятельность компании, относятся служащие, предоставляющие корпорации определенные навыки и умения, т.е. являющиеся поставщиками человеческого капитала. Не менее важными категориями инвесторов являются поставщики и покупатели, местное население и общество в целом. Корпорации, особенно градообразующие, оказывают существенное воздействие на решение различных проблем региона. Корпорации имеют взаимоотношения с правительством и обществом в целом. Таким образом, эффективность корпоративного управления зависит от взаимоотношений различных категорий инвесторов и от эффективной системы контроля.

Сегодня корпоративная отчетность является ключевым фактором при принятии решений для инвесторов и менеджеров. Очень важным становится качество предоставляемой информации. Доля, занимаемая вашей компанией на

рынке, лояльность клиентов, стоимость брендов компании создают первое впечатление об успешности вашего бизнеса. Качественная корпоративная отчетность содействует привлечению капитала, а принятие информированных решений по вопросам собственности позволит избежать конфликта между агентскими группами.

Ведение корпоративной отчетности - комплексный процесс. Однако для выбора потенциального партнера руководители компаний, инвесторы и клиенты используют и ориентируются на ту информацию, которая публикуется в СМИ, деловой прессе, а также рейтинговыми агентствами. Для этой цели используется та часть отчетности, которую предприятие обязано представить в печати или в специально издаваемых буклетах.

2. Эволюция моделей корпоративного управления.

Системы корпоративного управления в разных странах различны. Отличается распределение функций между советом директоров и исполнительными органами, структура акционерного капитала, отличается роль и участие других заинтересованных лиц (стейкхолдеров) в жизни компании. Безусловно, на то, какой традиционно сложится система корпоративного управления, влияют особенности культурного и экономического уклада и развитие фондового рынка. Соотношение всех этих факторов и характеристик и позволяет говорить о различных «моделях корпоративного управления». Традиционно выделяют три модели корпоративного управления – англо-американскую модель, немецкую (рейнскую) и японскую.

Таблица 1

Характеристика основных моделей корпоративного управления

Англо-саксонская	Немецкая	Японская
Рыночная культура	Культура согласия	Культура сплоченности
Краткосрочная стратегия	Долгосрочная стратегия	Долгосрочная стратегия
Относительно большее влияние акционерного капитала	Относительно большее влияние заемного капитала	Подавляющее влияние заемного капитала
Финансовые системы, основанные на рынке	Финансовые системы, основанные на банках	Финансовые системы, основанные на банках
Доминирование аутсайдеров	Доминирование инсайдеров	Доминирование инсайдеров
Акцент на акционерах	Акцент на других заинтересованных лицах	Акцент на акционерах

- высокая степень распыленности акционерного капитала. Среди крупнейших американских компаний очень незначительное число имеет крупных по американским меркам (как правило, владельцев не более 2-5%), акционеров.

Основными владельцами капитала этих компаний являются большое число институциональных (пенсионные, страховые и инвестиционные фонды) и еще большее число мелких (миноритарных) частных инвесторов. Как правило, средства этих инвесторов распределены между большим числом компаний, а сами акционеры не связаны с компаниями какими-либо отношениями помимо владения акциями. Распыленность вложений позволяет инвесторам быть готовыми к принятию высокой степени рисков, связанных с деятельностью компаний;

- большинство инвесторов ориентировано на краткосрочные цели, на получение дохода за счет курсовой разницы;
- фондовый рынок высоколиквиден благодаря такой структуре акционерного капитала и особенностям регулирования.

Структура капитала и высокая ликвидность обуславливают высокую распространенность враждебных поглощений. Фондовый рынок является не просто рынком акций, а рынком компаний – через него осуществляется переход контроля над крупнейшими компаниями;

- вследствие особенностей законодательства и деловой традиции последних 60 лет, банки играют незначительную роль как акционеры, их отношения с компаниями не выходят за рамки отношений «заемщик – кредитор».

Выделяют следующие преимущества англо-американской модели:

- высокая степень мобилизации личных накоплений через фондовый рынок, легкость и быстрота их перетока между компаниями и отраслями.

Инвесторы ориентированы на поиск сфер, обеспечивающих высокий уровень дохода (через рост курсовой разницы или высокие дивиденды), готовность ради этого принять повышенные риски, что стимулирует компании к инновациям, поиску перспективных направлений развития, поддерживает их конкурентоспособность;

- легкость «входа» и «выхода» для инвесторов в компании;
- высокая информационная прозрачность компаний, вытекающая из указанных особенностей.

Основные недостатки англо-американской модели:

- высокая стоимость привлеченного капитала;
- ориентация высших менеджеров, вынужденных учитывать ожидания инвесторов, преимущественно на краткосрочные цели. Они стараются избегать шагов, которые могут привести к снижению курсовой стоимости акций;
- завышенные требования к доходности инвестиционных проектов;
- значительные искажения реальной стоимости активов фондовым рынком, высокая опасность переоценки (чаще) или недооценки (реже) активов;
- завышенный уровень вознаграждения высшего менеджмента;

Отличительным признаком англо-американской модели корпоративного управления стал так называемый «унитарный» (одноуровневый) совет директоров, включающий как исполнительных членов (менеджеров компании), так и неисполнительных (не являющихся работниками компании), часть из которых является «независимыми» директорами, не имеющими никаких отношений с компанией помимо членства в совете директоров. В последние годы после ряда корпоративных скандалов и банкротств, обусловленных мошенническими действиями со стороны менеджмента и недостаточным контролем со стороны советов директоров, число независимых директоров в компаниях растет.

Немецкая (рейнская) модель корпоративного управления сформировалась в контексте следующих экономических особенностей.

Высокая концентрация акционерного капитала в руках средних и крупных акционеров и широкая практика перекрестного владения акциями. Институциональные и мелкие частные инвесторы, до последнего времени, владели незначительным объемом акций и пассивно участвовали в процессе принятия решений в компаниях.

Большим весом в структуре собственности компаний обладают банки, а также другие промышленные компании, связанные с компаниями, акциями которых они владеют, не только отношениями собственности, но и деловыми интересами. Как крупные, так и мелкие акционеры являются «терпеливыми акционерами», ориентированными на долгосрочные цели. Преобладающей формой получения доходов от владения акциями до самого недавнего времени были дивиденды.

Фондовый рынок до последнего времени обладал меньшей ликвидностью по сравнению с фондовыми рынками США и Великобритании. Для привлечения финансирования компании более активно используют банковские инструменты.

Структура акционерного капитала и невысокая ликвидность обуславливают незначительное влияние враждебных поглощений на систему корпоративного управления.

Основными преимуществами немецкой модели считаются:

- более низкая по сравнению с США и Великобританией стоимость привлечения капитала;
- ориентация инвесторов на долгосрочное развитие;
- высокий уровень устойчивости компаний;
- более высокая степень корреляции между фундаментальной стоимостью компании и стоимостью ее акций.

Среди недостатков немецкой модели выделяют следующие:

- более сложный, по сравнению с США и Великобританией, «вход» и «выход» вложений инвесторов в компании;

- невысокая степень информационной прозрачности компаний;
- недостаточное внимание к правам миноритарных акционеров.

Отличительным признаком немецкой модели корпоративного управления стал «двухуровневый» совет директоров – жесткое разделение на наблюдательный совет, состоящий из внешних директоров, не являющихся работниками компании, и правление. В состав наблюдательного совета обязательно входят представители банков и работников компании.

Японская модель корпоративного управления имеет следующие особенности.

Высокая степень концентрации акционерного капитала в руках средних и крупных акционеров и широкая практика перекрестного владения акциями между компаниями входящими в одну группу (кейрецу). Институциональные и мелкие частные инвесторы до последнего времени располагали незначительным объемом акций и вели себя пассивно.

Исключительно важную роль в деятельности компании играют банки. Каждая промышленная группа имеет свой банк, составляющий ее ядро, выступающий основным регулятором финансовых потоков в ней, и, как правило, являющийся важным акционером компании. Все акционеры ориентированы на долгосрочные цели развития компаний. Преобладающей формой доходов на акции были дивиденды.

Фондовый рынок до последнего времени обладал гораздо меньшей ликвидностью по сравнению с фондовыми рынками США и Великобритании. Для привлечения капитала активнее использовались банки.

Структура капитала и невысокая ликвидность обуславливают крайне незначительное влияние враждебных поглощений на систему корпоративного управления.

Основные преимущества японской модели:

- низкая стоимость привлечения капитала;
- ориентация инвесторов на долгосрочное развитие;
- ориентация компаний на высокую конкурентоспособность;
- высокий уровень устойчивости компаний;
- более высокая степень корреляции между фундаментальной стоимостью компании и курсовой стоимостью ее акций.

Недостатки японской модели:

- очень сложный «вход» и «выход» вложений инвесторов;
- недостаточное внимание доходности инвестиций;
- абсолютное доминирование банковской формы финансирования;
- слабая информационная прозрачность компаний;

- незначительное внимание к правам миноритарных акционеров и низкий уровень защиты их прав.

Формально структура совета директоров японской компании повторяет американскую. На практике почти 80% японских открытых акционерных обществ не имеют в составе советов независимых директоров, а сами советы, как и в Германии, являются проводниками интересов компании. При этом две отличительные черты немецкой модели – представительство банков и работников компании – здесь отсутствуют. Почти все члены советов директоров японских компаний – представители высшего руководства или бывшие управляющие.

В системах корпоративного управления других стран присутствуют элементы описанные выше моделей.

Во Франции корпоративное управление характеризуется следующими чертами:

- высокая степень концентрации капитала. Корпоративный сектор представляет крупнейшую группу акционеров;
- некоторые крупнейшие компании принадлежат государству;
- большое число акционеров не принимает участия в контроле;
- возможна как одноуровневая, так и двухуровневая структура советов директоров.

В Швеции действует система унитарных (одноуровневых) советов, но в отличие от США законодательно закреплено участие представителей трудового коллектива, а участие менеджмента сведено к включению в совет президента компании.

В Нидерландах распространена двухуровневая система советов директоров, но служащие не допускаются в наблюдательные советы, которые состоят только из независимых директоров.

В Италии даже очень большие компании нередко принадлежат семьям, поэтому крупнейшие акционеры почти всегда являются и менеджерами. Советы директоров являются унитарными.

В ряде публикаций указывалось, что в России сформировалась негативная «инсайдерская модель корпоративного управления», предусматривающая реализацию интересов доминирующих акционеров и менеджмента в ущерб инвесторам. Для российского корпоративного управления характерны следующие отрицательные черты:

- совмещение функций владения и управления. При этом компании, являющиеся публичными корпорациями, продолжают управляться как частные фирмы;
- слабость механизмов контроля за деятельностью менеджмента;

- распределение прибыли по внедивидендным каналам;
- низкая прозрачность большинства компаний, затруднённый доступ к информации о финансовом состоянии, реальных владельцах и аффилированности, об условиях существенных сделок;
- нередкое применение неэтичных и даже незаконных методов.

Необходимо отметить, что развитие корпоративного управления в России сдерживается неблагоприятной для бизнеса государственной политикой. К примеру, повышать прозрачность невыгодно, так как информационная открытость делает компанию более уязвимой перед контролирующими органами и силовыми структурами. Имеется множество примеров, когда не только миноритарные, но и мажоритарные акционеры лишались собственности при участии коррумпированных судов, чиновников и полицейских подразделений.

3. Общие подходы и отличительные особенности консолидированной и корпоративной отчетности.

Консолидированная бухгалтерская отчетность представляет собой объединение отчетности нескольких компаний, которые находятся в определенных взаимоотношениях.

Основные отличительные особенности:

- консолидированная финансовая отчетность составляется по группе компаний, состоящей из материнской компании и дочерних компаний, при этом дочерние компании находятся под прямым или косвенным контролем материнской компании, контроль материнской компании над дочерними осуществляется в форме управления их финансово-хозяйственной деятельностью и с целью получения экономической выгоды;
- консолидированная финансовая отчетность характеризует имущественное и финансовое положение группы как единого хозяйственного целого, в связи с чем основной особенностью методики составления консолидированного отчета наряду с суммированием показателей является элиминирование показателей внутригрупповых расчетов, а также исключение внутригрупповой реализации и прибыли от операций между компаниями группы;
- в консолидированной финансовой отчетности выделяется доля активов и капитала группы, не принадлежащая головному предприятию, т.е. доля владельцев предприятий группы, находящихся в меньшинстве;
- основной целью консолидированной финансовой отчетности является представление инвесторам (реальным и потенциальным), а также другим заинтересованным лицам результатов финансово-хозяйственной деятельности группы компаний.

Корпоративная отчетность формирует информацию об экономическом потенциале корпорации в стоимостном выражении, обеспечивающем его капитале, стратегии корпорации, результатах ее реализации, иницирующих доходы корпорации.

Особенность: в корпоративной отчетности раскрываются сведения монетарного и немонетарного характера.

Таким образом, корпоративная отчетность представляет собой комплекс отчетов, обеспечивающих достоверное и полное представление об экономическом потенциале и тенденциях развития корпорации в условиях окружающей рыночной среды.

Бухгалтерская отчетность не должна и не может заменить корпоративную публичную отчетность, являясь лишь базой формирования последней.

Раскрывается информация:

- о финансовом положении, финансовых ресурсах организации, объемах и формах привлечения в оборот организации собственного и заемного капитала;
- о финансовом результате деятельности организации за отчетный период, размерах и формах экономических выгод, полученных основными группами поставщиков финансовых ресурсов организации, добавленной стоимости;
- об изменении финансового положения организации, изменении источников финансирования и направлениях их использования в организации, движении финансовых потоков организации за отчетный период.

Новая модель корпоративной отчетности

Исполнительный директор компании PricewaterhouseCoopers Сэм ДиПияцца призвал к созданию новой модели корпоративной отчетности, которая восстановила бы пошатнувшееся общественное доверие к рынкам ценных бумаг.

Предложенная им модель состоит из следующих трех уровней:

- 1) Набор всемирно принятых принципов бухгалтерского учета (Global GAAP);
- 2) Отраслевые стандарты;
- 3) Руководства по ведению корпоративной информации.

Модель базируется на трех основных элементах: прозрачности, ответственности и честности.

Под прозрачностью подразумевается определение и предоставление инвесторам информации, которая не только отвечает минимальным, установленным законодательством нормам, но и достаточна обширна для принятия решений.

Ответственность означает осознание и принятие своей ответственности за предоставляемую информацию всеми участниками этого процесса.

Честность - это то, без чего прозрачность и отчетность никогда не завоеуют общественного доверия. Обе они зависят от честности людей, которые не просто

делают то, что от них ожидается, или не делают того, что запрещено, а "поступают правильно".

Лекция 2. Современные концепции и методики формирования корпоративной отчетности.

Вопросы лекции:

1. Концепция корпоративной отчетности о стоимости компании.
2. Использование креативных методов при формировании корпоративной отчетности. Прозрачность корпоративной отчетности.
3. Сравнительная характеристика и взаимосвязь уровней отчетности корпорации. Корпоративная учетная политика.

1. Концепция корпоративной отчетности о стоимости компании.

Управление стоимостью компании как основная задача корпоративного управления:

- эффективные собственники должны ставить перед менеджментом задачу построения внутрикорпоративной системы управления стоимостью компании и строить отчетность компании, ориентируясь на ключевые факторы создания стоимости (value based management).

- ставится вопрос о необходимости проведения интеграции нефундаментальных факторов стоимости, в т.ч. корпоративного управления, в общую систему стратегического управления стоимостью компании.

- рассматривается инструментарий, позволяющий оценивать вклад комплекса финансовых факторов и корпоративного управления в создание рыночной стоимости компаний, а также приводятся рекомендации по построению системы стратегического управления стоимостью компании на основе подобного инструментария.

Как правило, нефинансовой отчетностью занимаются два уровня корпоративного управления. Совет директоров разрабатывает и утверждает концепцию отчета. В зависимости от предпочтений совета директоров создаются разные по форме отчеты. Если в компании низкий уровень корпоративного управления, то социальный отчет издается в виде PR-брошюры, если уровень корпоративного управления высокий, то это уже отчет социальной экологической ответственности с применением GRI, AA1000, отчет об устойчивом развитии.

GRI

- Любые компании, независимо от размера и вида деятельности, могут использовать руководство GRI и сочетать его с другими системами

- Руководство GRI помогает компании осмысленно анализировать свой вклад в развитие общества. Это международно признанная система принципов и показателей отчетности.

Методология GRI предусматривает несколько уровней отчетности, которые позволяют поэтапно внедрять заложенные в ней подходы при подготовке отчетов.

Для того чтобы система отвечала потребностям и начинающих, и опытных организаций, а также тех, кто находится в промежуточной фазе, введены три уровня применения руководства: С, В и А.

Отчет будет признан соответствующим GRI, если организация сама продекларирует уровень применения. При этом она может добавить избранному уровню знак "+", что будет свидетельствовать об использовании внешнего подтверждения.

✓ Система корпоративного учета и отчетности, отвечающая целям современного корпоративного управления, обеспечивает реализацию прав и интересов различных групп пользователей, связанных с функционированием корпорации.

✓ Качественная корпоративная отчетность содействует привлечению капитала, а принятие информированных решений по вопросам собственности позволит избежать конфликта между агентскими группами.

Концептуальная модель корпоративной отчетности



Рис. 1. Концептуальная модель корпоративной отчетности

– Наиболее динамичными и перспективными формами корпораций являются консолидированные группы, создание и функционирование которых как целостных экономических систем вызывают методологические проблемы, связанные с формированием консолидированной корпоративной отчетности.

– Одной из современных задач корпоративного учета и отчетности является разработка способов оценки и правил раскрытия информации о вложениях в ассоциированные компании и совместную деятельность.

– Методы формирования консолидированной корпоративной отчетности, содержащиеся в настоящее время в отечественных нормативных документах, проблематичны, не соответствуют признанной международной практикой потребностям корпоративного управления.

2. Использование креативных методов при формировании корпоративной отчетности. Прозрачность корпоративной отчетности.

Сравнительный анализ лучших годовых отчетов показал, насколько в настоящее время различаются отчеты компаний Америки и Европы. Эти различия — следствие прежде всего особенностей финансовых систем Старого и Нового Света. Для американской (американо-английской) модели характерен выраженный индивидуализм решений и ориентированность на инвесторов как на основной источник финансирования предприятия.

Для европейской (немецкой) — ориентация на кредитные организации и налоговые органы. В России еще не сложилось четкого представления о том, какой должна быть структура годового отчета, поскольку количество отечественных публичных компаний, имеющих системы корпоративной отчетности мирового уровня, невелико.

Рейтинговым агентством «Эксперт РА» при содействии аудиторской компании PriceWaterhouseCoopers на основе исследования годовых отчетов крупнейших американских и европейских компаний составлены рекомендации по построению корпоративной отчетности. В составе эталонной структуры выделены 22 обязательных стандартных элемента:

- 1) оглавление;
- 2) основные производственные результаты деятельности;
- 3) обращение главы компании к акционерам, партнерам и клиентам, инвесторам, сотрудникам компании и СМИ;
- 4) краткое подведение итогов отчетного года;
- 5) представление стратегии дальнейшего развития компании;
- 6) анализ рынков сбыта и собственной конкурентной позиции;

- 7) описание основных принципов управления бизнесом (с указанием основных бизнес-единиц);
- 8) динамика основных финансовых результатов за предыдущие годы;
- 9) динамика основных производственных показателей за предыдущие годы;
- 10) данные о занятости и заработной плате;
- 11) состав и краткая характеристика деятельности крупнейших акционеров компании (с указанием доли в уставном капитале);
- 12) состав и краткая биография членов исполнительного и наблюдательного органов;
- 13) словарь используемых терминов (гlossарий);
- 14) анализ финансового состояния компании и комментариев менеджеров компании к финансовой отчетности;
- 15) заявление руководства компании об объективности представленной информации;
- 16) заключение независимого аудитора;
- 17) отчет о финансовых результатах (прибыли / убытках);
- 18) баланс;
- 19) отчет о движении капитала;
- 20) отчет о движении денежных средств;
- 21) примечания к финансовой отчетности;
раскрывающие отдельные изменения в ее статьях;
- 22) контактная информация для акционеров и инвесторов.

Помимо общих требований к структуре и содержанию годовых отчетов, которые могут различаться в зависимости от национального законодательства, существуют рекомендательные стандарты. Например, стандарт ValueReporting, разработанный крупнейшей в мире аудиторской фирмой PriceWaterhouseCoopers на основе глобального исследования качества корпоративной отчетности.

Описание стандарта:

1. Согласно стандарту отчет включает описание макроэкономического, конкурентного и административно-регулятивного окружения, в котором действует компания.

2. Следующий раздел отчета должен представлять цели, которые приняты компанией, политику, регламентирующую способы достижения целей, а также системы управления, знания и навыки, обеспечивающие возможность выполнения целевых установок в рамках заявленных ограничений.

3. В разделе об управлении стоимостью описываются бизнес-процессы в области финансов, риск-менеджмента, капитальных вложений, слияний и поглощений, а также говорится об их эффективности.

4. Последний раздел демонстрирует базис для создания акционерной стоимости, включает описание инноваций, брендинговой, производственной и клиентской политики, наработок в области развития персонала, управления репутацией и имиджем компании.

Модель корпоративной отчетности, предлагаемая американскими учеными, состоит из четырех разделов:

1. Обзор рынка: внешняя среда, в которой действует компания.
2. Стратегия создания стоимости: конкурентная позиция компании и предполагаемые способы создания стоимости.
3. Управление стоимостью: финансовые нормативы компании, уровень их соблюдения, наличие управленческих структур, способных проводить в жизнь стратегию создания стоимости.

4. Стоимостная база: ключевые факторы стоимости — по большей части нефинансовые, от которых зависят финансовые показатели; управление ими

Достоинства данной модели доказаны ее применением в таких крупных западных компаниях, как MetroBank, NationalInsurance — страховая компания, AdvancedMicroDevices (AMD) и AnalogDevices — компании, занимающиеся производством полупроводников, AppleComputer — компания, работающая в компьютерной отрасли, и др.

Новая глобальная модель корпоративной отчетности включает три уровня:

- глобальные общепринятые учетные принципы,
- стандарты для определенной отрасли
- и информация, специфичная для корпорации (стратегия, корпоративное управление и т.д.).

Согласно этой модели инвесторы будут получать реальный доход, если они будут иметь информацию на каждом уровне, что позволит им глобально оценивать корпорацию - ее возможности на рынке, стратегию и ее реализацию, слагаемые стоимости капитала и финансовые результаты.

Надо отметить, что внутренняя управленческая информация может быть также полезна и внешним пользователям. Так, корпорация USA Network, Inc. начиная с 2001 г. публикует бюджеты и реальные результаты, тем самым превращая внутреннюю информацию во внешнюю, детально раскрывает данные, важные для управления корпорацией. Таким образом, означенная корпорация добилась прозрачности своей корпоративной отчетности.

В результате международного опроса, проведенного PriceWaterhouseCoopers, были определены такие выгоды улучшения прозрачности корпоративной отчетности, как:

- повышение доверия менеджерам,

- усиление внимания к корпорациям со стороны аналитиков,
- привлечение долгосрочных инвесторов,
- облегчение доступа к новому капиталу,
- рост стоимости акций корпораций.

Проведенный опрос показал следующее: 56% инвесторов считают, что информационная прозрачность является одним из факторов, определяющих цену акций на рынке. У корпораций, увеличившие прозрачность корпоративной отчетности в первый год, акции подорожали в среднем на 7,1% (больше, чем в целом по отрасли), во второй год - на 8,4%.

81% аналитиков и 77% инвесторов считают, что увеличение прозрачности корпоративной отчетности способствует более качественному управлению корпорацией

3. Сравнительная характеристика и взаимосвязь уровней отчетности корпорации. Корпоративная учетная политика.

Можно выделить основные элементы корпоративной отчетности в двух важных направлениях:

- управление внешней средой со стороны корпорации;
- социальная отчетность как инструмент управления внешней средой корпорации.

Управление внешней средой со стороны корпорации.

Корпорация и внешняя среда тесно взаимодействуют. Основные элементы внешней среды корпорации включают в себя:

- общество в целом (где формируется общественное мнение о корпорации);
- партнеров (потребители, поставщики, инвесторы, работники и т. д., с которыми корпорация сотрудничает);
- государство (органы государственной власти, регулирующие деятельность корпорации на основе федеральных законов, фискальные и силовые органы и т. п.).

Элементы корпоративного управления:

- годовой бюджет деятельности (отражает план активности корпорации на предстоящий год);
- корпоративная стратегия (отражает планируемую финансовую модель корпорации на среднесрочную или долгосрочную перспективу);
- корпоративная миссия (социальный план жизни корпорации в среде).

В данной ситуации корпоративная отчетность отражает фактическую реализацию корпорацией своих планов. Каждый отчет рассчитан на удовлетворение интересов различных групп пользователей:

- бухгалтерский отчет составляется для налоговых и других органов государственной власти в целях соблюдения (учета) корпорацией их фискальных требований, поэтому регламент его написания определяется законодательно;
- финансовый отчет (в соответствии с МСФО) рассчитан на широкий круг партнеров и инвесторов, потенциально и реально заинтересованных в сотрудничестве с корпорацией. Во внешней среде такой отчет ограничивается рамками корпоративной стратегии (финансовой модели), как одного из способов корпоративного поведения и активности в условиях принятой на себя миссии;
- социальный отчет ориентирован на всех заинтересованных лиц в конкретной среде и поэтому охватывает все аспекты управления внешней средой, всесторонне раскрывая в едином документе главное – предназначение и осуществление миссии компании.

Учетная политика — это свод конкретных принципов, основ, соглашений, правил и практики ведения различных видов учета, принятый предприятием для подготовки и представления корпоративной отчетности.

Как известно, от правильно выбранной учетной политики зависит финансовое состояние организации. Положения учетной политики влияют на уровень выплачиваемых налогов и сборов, на себестоимость, на финансовые результаты и рентабельность деятельности.

Грамотное построение учётной политики фирмы позволяет оптимально распределить ресурсы компании, использовать их максимально эффективно. Отсутствие единой корпоративной учетной политики предприятия повышает риск незапланированных расходов и потерь, что в итоге тормозит развитие бизнеса. Чтобы учетная политика приносила реальный эффект, к ее разработке необходимо подходить системно, детально анализировать законодательство, соотносить его с оперативными и стратегическими планами компании.

В целях преодоления сложностей, решения поставленных задач и формирования аналитических данных для разных видов отчетности в едином формате компании прибегают к разработке единого плана счетов и корпоративной учетной политики.

Лекция 3. Использование методик управленческого учета в процессе составления корпоративной отчетности.

Вопросы лекции:

1. Использование системы сбалансированных показателей для формирования корпоративной отчетности.
2. Ключевые финансовые индикаторы, ключевые показатели эффективности и их оценка.

1. Использование системы сбалансированных показателей для формирования корпоративной отчетности.

Система сбалансированных показателей может быть охарактеризована как совокупность параметров, всеобъемлюще характеризующих деятельность организации в условиях современной рыночной экономики (С.И. Крылов).

Главная цель (ключевая идея) системы сбалансированных показателей – трансформация стратегии организации в конкретные, вполне осязаемые цели, показатели и в конечном итоге – действия (мероприятия) (С.И. Крылов).

Сбалансированная Система Показателей — сравнительно новая технология. Balanced Scorecard разработана на основе выводов исследования, проведенного в начале 1990-х годов профессором Harvard Business School Робертом Капланом и президентом консалтинговой фирмы Renaissance Solutions Дэвидом Нортоном. Исследование проводилось с единственной целью: выявить новые способы повышения эффективности деятельности и достижения целей бизнеса.

Согласно позиции авторов-разработчиков системы, ССП это:

- Новая система управления компанией.
- Механизм реализации стратегии и её корректировки.
- Инструмент перевода стратегии в плоскость конкретных целей, показателей и задач.
- Надежный инструмент контроля показателей будущего.
- Система мотивации персонала.
- Система обратной связи, обучения и постоянного развития.

Сущность ССП



Рис. 1. Структура сбалансированной системы показателей

Основная структурная идея BSC состоит в том, чтобы сбалансировать систему показателей в виде четырех групп.

Достоинства и преимущества технологии ССП для повышения эффективности бизнеса:

- Наглядность стратегии
- Донесение целей и стратегии компании до всех уровней исполнения
- Взаимозависимость целей и показателей
- Сфокусированность компании на ключевых целях и показателях
- Интеграция различных управленческих технологий в единую систему управления предприятием
- Снижение транзакционных издержек между всеми заинтересованными сторонами (клиенты, поставщики, собственники, топ-менеджмент, сотрудники и др.)
- Наличие инструмента раннего оповещения потенциальных проблем

Использование ССП при формировании корпоративной отчетности

– Использование как финансовых, так и нефинансовых показателей эффективности в корпоративной отчетности может сделать ее более полной и показательной, так как будут представлены не только финансовые результаты за прошлые периоды, но и элементы стратегии.

– Формирование системы показателей и разработка методик их расчета должны преследовать главную цель - удовлетворение пользователей в данной информации. Оптимальным на корпоративном уровне и на уровне отдельных подразделений считается использование 15-25 основных показателей.

Наиболее информативные показатели для корпоративной отчетности

Финансовая составляющая:

- рентабельность капитала;
- рентабельность объема продаж;
- затраты на единицу продукции, руб.

Клиентская составляющая:

- доля рынка;
- годовой объем продаж;
- удовлетворенность клиентов.

Составляющая внутренних бизнес-процессов:

- длительность операционного цикла;
- коэффициент эффективности операционного цикла;
- рост производительности труда.

Составляющая потенциала и развития:

- показатель трудового потенциала;
- удельный вес расходов в исследования и разработки;
- средняя заработная плата ключевых специалистов (в рамках данной работы ключевыми специалистами являются те сотрудники, которые могут повлиять на тот или иной показатель сбалансированной системы: удовлетворенность клиента).

Причинно-следственные связи универсальной системы сбалансированных показателей для промышленных корпораций

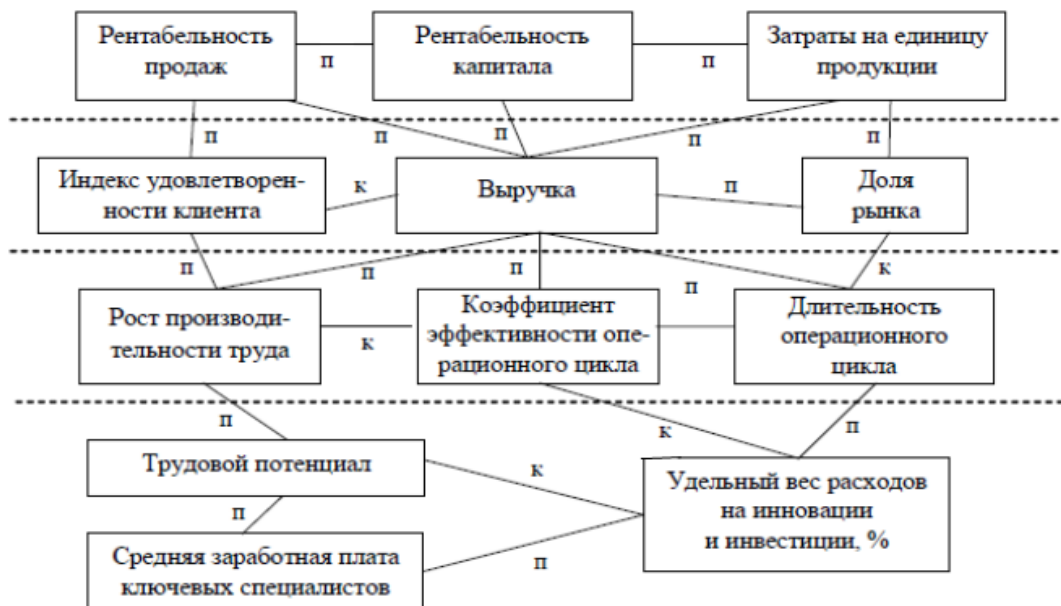


Рис. 3. Причинно-следственные связи универсальной системы сбалансированных показателей для промышленных корпораций

Вопрос 2. Ключевые финансовые индикаторы, ключевые показатели эффективности и их оценка.

Для чего необходима сбалансированная система показателей эффективности?

Если компания хочет не только выжить, но и преуспеть в информационную эпоху, то ее системы оценки и управления должны строиться исходя из стратегических задач и возможностей. К сожалению, при создании стратегии многие компании, ориентируясь на взаимоотношения с клиентами, ключевые конкурентные направления и собственные ресурсы, мотивируют сотрудников и оценивают результаты только по финансовым показателям.

Сбалансированная система трансформирует стратегию в задачи и показатели, сгруппированные по четырем различным направлениям, таким как:

- финансы;
- клиенты;
- внутренний бизнес-процесс;
- обучение и повышение квалификации.

Она предоставляет механизм, язык для распространения стратегии; с помощью системы оценочных критериев она информирует сотрудников о движущих факторах настоящего и будущего успеха. Формулируя конечные результаты и факторы их достижения, топ-менеджеры стремятся направить энергию, способности и профессиональные знания работников в русло достижения долгосрочных целей.

Финансовая составляющая

Исторически сложилось так, что критериями любой деятельности были финансовые показатели.

Финансовые цели могут серьезно отличаться друг от друга в зависимости от того или иного этапа бизнес-цикла.

В целях упрощения мы выделяем три стадии:

- рост;
- устойчивое состояние;
- сбор «урожая».

Этап бизнес-цикла	Направление развития	Особенности	Финансовая цель
Рост	Необходимо привлечь значительные ресурсы с целью развития и	Денежный поток может иметь отрицательные значения, а рентабельность инвестиций — быть	Рост объема продаж новых продуктов и услуг на новых рынках и новым клиентам при

	продвижения новых продуктов и услуг; построить и расширить производственные мощности; инвестировать в системы, инфраструктуру и распределительную сеть; создать и развить клиентскую базу	низкой	сохранении адекватного уровня затрат на производство продукта и его развитие, системы, персонал и на организацию новых сегментов рынка, а также каналов продаж и распределения
Устойчивое состояние	Ликвидация узких мест, расширение мощностей и постоянное совершенствование бизнеса	Все еще нуждается в инвестировании и реинвестировании, но обязана продемонстрировать превосходную рентабельность инвестиций.	Финансовые цели, связанные с прибыльностью бизнеса, такие как ROCE, доход от основной деятельности и валовая прибыль
Сбор «урожая»	Бизнес уже не требует каких-либо значительных вложений	Основная цель— добиться максимального возврата денежного потока в корпорацию	Денежный поток от основной деятельности и снижение потребностей в оборотном капитале

Следовательно, финансовые цели на каждом из этих этапов различны.
Показатели стратегических финансовых направлений

Стадия	Стратегические направления		
	Рост дохода и расширение структуры деятельности	Сокращение издержек и увеличение производительности	Использование активов
Сбор «урожая»	Показатель роста объема продаж в сегменте рынка Процент дохода от продаж нового продукта или услуги новым клиентам	Доходы/Персонал	Инвестиции (процент продаж) Исследования и развитие (процент продаж)
Устойчивое состояние	Доля целевых клиентов Перекрестные продажи Процент дохода от нового использования уже существующего продукта Прибыльность продукта и клиента	Собственные издержки против издержек конкурентов Сокращение издержек Косвенные издержки (процент продаж)	Коэффициент ликвидности оборотного капитала (денежный цикл) ROCE по основным категориям активов Коэффициент использования активов
Рост	Прибыльность продукта и клиента Процент неприбыльных клиентов	Себестоимость единицы (единицы производства, сделки)	Окупаемость Производительность

Сохраняя финансовую составляющую в качестве основного параметра управленческого и бизнес-процесса, ССП одновременно придает большое значение обобщенному интегрированному комплексу критериев, связывающих долгосрочный финансовый успех с такими показателями, как клиентская база, внутренние процессы, персонал и систематическая работа компании в целом.

Как правило, финансовые цели относятся к прибыльности и измеряются, например, операционной прибылью, доходностью занятого капитала или, как это было до недавнего времени, добавленной стоимостью. Альтернативными финансовыми целями могут быть быстрый рост объема продаж или генерирование потока наличности.

Клиентская составляющая

Клиентская составляющая ССП определяет круг клиентов и сегменты потребительского рынка, где компания собирается работать. Выбранные сегменты рынка и есть тот источник доходов, задача повышения которых ставится в финансовой составляющей системы критериев. Ключевые показатели клиентской составляющей, а именно удовлетворение потребностей клиента, его лояльность, прибыльность, сохранение и расширение клиентской базы, позволяют соотнести их с состоянием целевых потребительских групп и сегментов рынка, а также определить потребительную ценность предложений (value propositions), которые являются важнейшими индикаторами при оценке результатов работы с клиентами.

Группа ключевых показателей

Эта группа является универсальной для всех типов организаций. Сюда входят:

- доля рынка (Оценить долю рынка проще, если определены целевая потребительская группа и сегмент рынка. Определив своего целевого потребителя или сегмент рынка, компания может использовать еще один показатель рыночной доли: долю потребителя. Некоторые называют его долей «кошелек». Показатель рыночной доли таких предприятий зависит от числа предложений, поступивших от них в данный конкретный период);

- сохранение клиентской базы (Естественно, что сохранение клиентской базы — это наилучший путь для сохранения или увеличения своей доли на рынке);

- расширение клиентской базы (В целом, компании, стремящиеся к расширению бизнеса, определяют себе целью расширение клиентской базы в выбранном сегменте рынка. Критерием служит либо число новых покупателей, либо общий объем продаж новым покупателям в данном сегменте рынка.);

- удовлетворение потребностей клиента (И сохранение клиентской базы, и ее расширение возможны только при условии удовлетворения запросов потребителей. Последние исследования свидетельствуют, что для достижения высокой степени лояльности, удержания и прибыльности клиента недостаточно просто получить от него удовлетворительную оценку. Только когда потребитель в высшей степени доволен купленным товаром, можно рассчитывать на то, что он совершит повторную сделку. К факторам достижения удовлетворенности клиента относятся: сроки доставки, качество, цена);

- прибыльность клиента (Для компании важен не просто довольный покупатель, ей нужен выгодный покупатель. Такой финансовый показатель, как прибыльность клиента, позволяет компании стать ориентированной на потребителя, а не одержимой идеей привлечения как можно большего их числа).

- показатель потребительской ценности предложения (Потребительская ценность предложения состоит в характеристиках товаров и услуг, поставляя которые компания поддерживает лояльность и удовлетворенность клиентов целевого сегмента рынка.) Несмотря на то, что показатели потребительской ценности в разных отраслях и сегментах рынка различны, при составлении ССП обнаруживаются некоторые общие черты, которые можно сгруппировать следующим образом

- характеристики товаров и услуг;
- взаимоотношения с клиентами;
- имидж и репутация.)

Эти ключевые показатели можно сгруппировать в цепочку причинно-следственных связей:

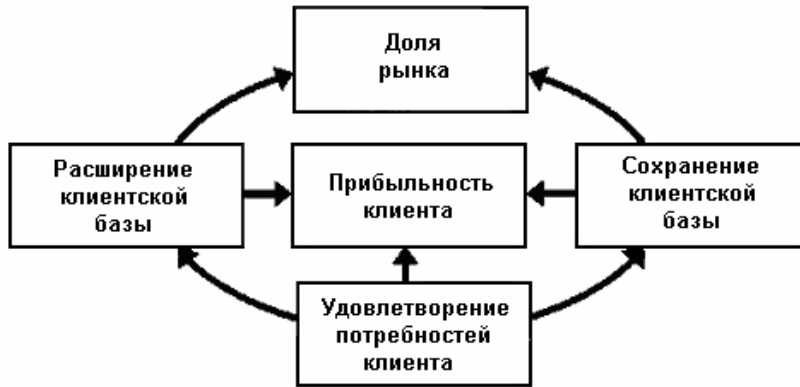


Рис. 2. Причинно-следственные связи между ключевыми показателями

Как мы уже говорили, перечисленные пять показателей являются общими для любого типа компаний, но, желая получить максимальный результат, предприятие должно рассматривать их для каждой конкретной клиентской группы, от которой оно ожидает получить наибольшую прибыль.

Составляющая внутренних бизнес-процессов

Составляющая внутренних бизнес-процессов определяет виды деятельности, наиболее важные для достижения целей потребителей и акционеров.

Цели и показатели данного раздела ССП, как правило, формулируют после разработки финансовой и клиентской составляющих.

Для создания ССП Нортон и Каплан рекомендуют определить полную стоимостную цепочку внутренних бизнес-процессов.



Рис. 3. Составляющая внутренних бизнес-процессов— общая модель стоимостной цепочки

Сегодня многие компании вышли за рамки системы использования анализа отклонений финансовых результатов как основного метода оценки и контроля. Они дополняют финансовые показатели характеристиками качества, производительности, временного цикла.

В соответствии с последними тенденциями предприятиям рекомендуется использовать такие показатели бизнес-процессов, которые охватывают работу нескольких подразделений одновременно, как:

- выполнение заказов;
- снабжение;

- планирование производства и контроль;
- издержки;
- качество;
- производительность;
- временной цикл.

Составляющая обучения и развития

Четвертая и последняя составляющая сбалансированной системы формулирует цели и показатели, связанные с обучением и развитием персонала компании. Цели первых трех компонентов ССП, отражающих состояние финансов, клиентской базы и внутренних бизнес-процессов, направлены на кардинальное улучшение деятельности компании. Составляющая обучения и развития обеспечивает предприятие соответствующей инфраструктурой для достижения этих целей.

Определены три принципиальные направления составляющей обучения и развития:

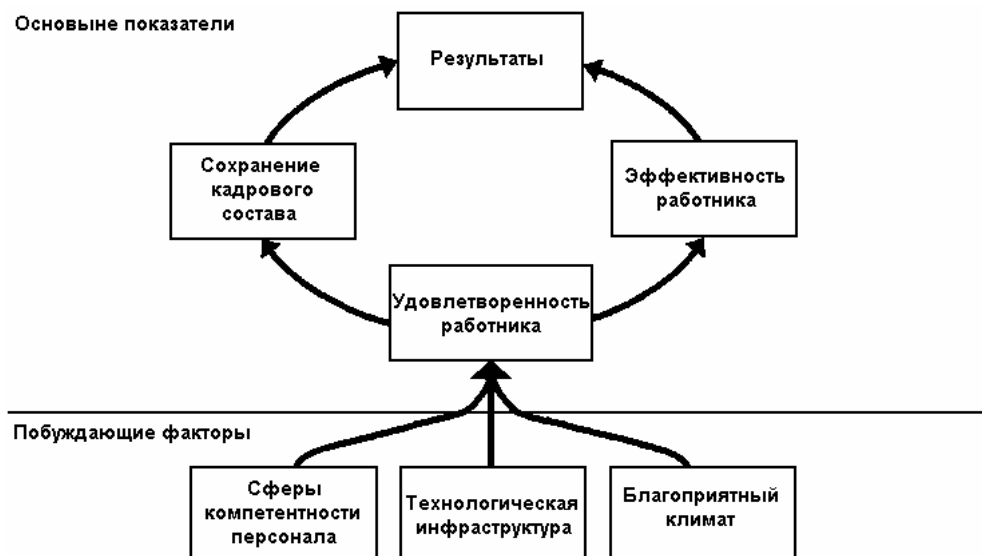
1. возможности работника;
2. возможности информационных систем;
3. мотивация, делегирование полномочий, соответствие личных целей корпоративным.

Возможности работника

Наше исследование показало, что есть три общих показателя, которые оценивают кадровую ситуацию в компании:

1. удовлетворенность работника;
2. сохранение кадровой базы;
3. эффективность работника.

В этой группе показатель удовлетворенности работника считается фактором, обеспечивающим два других: сохранение кадров и эффективность работника.



Показатель удовлетворенности работника

Наличие такого показателя в ССП свидетельствует о том, какое большое значение для компании имеет удовлетворенность работника своей деятельностью. Удовлетворенность работника это предпосылка повышения производительности, ответственности, качества и уровня обслуживания потребителя.

Показатель сохранения кадровой базы

Этот показатель направлен на то, чтобы сохранить работников, в профессионализме которых организация заинтересована в высшей степени. Для этого компании делают в них долгосрочные инвестиции, поскольку нежелательный уход даже одного из таких служащих чреват интеллектуальными потерями для всего бизнеса. Сотрудники, лояльные компании и проработавшие в ней длительное время, являются носителями общих ценностей, знаний организационного процесса и, надеемся, понимают потребности клиента. Обычно этот показатель измеряется процентом текучести кадров ключевого персонала.

Показатель эффективности работника

Эффективность — это конечный показатель общего влияния таких факторов, как развитие работника и его моральное состояние, инновации, совершенствование внутренних бизнес-процессов и степень удовлетворенности клиента. Перед организацией стоит задача соотнесения количества произведенной продукции с числом работников, занятых в ее изготовлении. Существует множество способов оценки эффективности персонала.

Самый простой из них— это показатель дохода на одного работающего, то есть количество продукции, которое он производит. По мере повышения эффективности персонала и компании в целом (увеличения продаж продуктов и услуг, имеющих высокую добавленную стоимость) доход на каждого работника должен расти.

Возможности информационных систем

Если работник хочет быть эффективным в современном мире жесткой конкуренции, ему необходима исчерпывающая информация о потребителях, внутренних процессах, а также о финансовых последствиях принятых им решений. Персонал, непосредственно контактирующий с клиентами, нуждается в точных, полных и своевременных данных об их взаимодействии с компанией.

Мотивация, полномочия и соотнесение личных целей со стратегией компании

Это третий фактор составляющей обучения и развития сфокусирован на внутреннем климате организации, создающем условия для мотивации и инициативности работников.

Показатель числа выдвинутых и внедренных предложений. Для оценки результатов деятельности мотивированных и наделенных полномочиями работников существует несколько способов. Наиболее простой из них и широко применяемый — это анализ числа предложений на одного сотрудника. Данный показатель побуждает весь персонал участвовать в постоянном процессе совершенствования деятельности компании. Он может быть дополнен числом внедренных или принятых предложений, которое свидетельствует об их качестве, с одной стороны, и о том, что эти предложения ценят и принимают всерьез,— с другой.

Показатель совершенствования

Ощутимый результат от внедренных предложений — это не только полученная экономия. Перед компанией могут стоять задачи совершенствования, скажем, качества, сокращения временного цикла для специфических внутренних и клиентских составляющих.

Показатели соответствия личных целей корпоративным

Эти показатели свидетельствуют о том, насколько цели каждого конкретного работника и отдела согласуются с корпоративными целями и задачами, сформулированными в ССП. Например компания вводила сбалансированную систему показателей на нижние организационные уровни в полном соответствии с уже разработанной корпоративной ССП. Перед руководством стояли две принципиальные задачи:

1. соотнесение с корпоративными целями индивидуальных целей работников и целей бизнес-единиц, а также системы вознаграждения в каждом подразделении;
2. проведение оценки деятельности на основе работы в команде (коллективе).

Лекция 4 . Модели раскрытия информации в корпоративной отчетности.

Вопросы лекции:

1. Международные модели раскрытия информации корпоративной отчетности.
2. Правила и требования, предъявляемые к корпоративной отчетности организаций.
3. Расширенный язык корпоративной отчетности (XBRL) как инструмент формирования качественной отчетности.

1. Международные модели раскрытия информации корпоративной отчетности.

В международной практике выделяют три модели раскрытия учетной информации.

К первой модели относятся корпорации, которые публикуют свою годовую (полугодовую) отчетность в соответствии с различными стандартами финансовой отчетности. Сюда входят исключительно корпорации, зарегистрированные на фондовой бирже США или в системе NASDAQ. Исключение составляют отчеты канадских компаний, поскольку в 1993 г. между США и Канадой было принято соглашение о взаимном признании режимов раскрытия отчетности своих стран вследствие высокой степени сходства систем бухгалтерского учета и отчетности, применяемых в этих странах. Корпорации, акции которых котируются на американских фондовых биржах, должны соблюдать требования Комиссии по ценным бумагам и биржам, согласно которым фирмы обязаны сдавать отчеты специальной формы, в которой отражаются количественные данные о доходах и капитале, рассчитанные в соответствии с Общепринятыми учетными принципами США. С целью принятия дальнейших решений происходит сравнение принципов отражения учетной информации при применении как учетных стандартов США, так и неамериканских стандартов финансовой отчетности.

Во второй модели сравниваются годовые отчеты корпораций из разных стран. Так, на первом этапе определяется релевантность учетной информации для принятия управленческих решений в рамках отдельной страны. На втором этапе полученные результаты сравниваются между странами, при этом, как правило, в качестве контрольного образца используются данные по США. Для достижения высокой степени сравнения обычно сопоставляют корпорации, соответствующие друг другу по признаку отраслевой принадлежности и по размеру. В отличие от первой модели преимущество данного подхода состоит в том, что масштабы гораздо больше. Однако с целью более точного определения релевантности отчетной информации при принятии управленческих решений следует обобщать полученные результаты, так как они могут быть подвержены влиянию специфических факторов, характерных для каждой конкретной страны, таких, например, как риски различных типов, экономический рост или эффективность рынка.

К третьей модели относятся годовые отчеты корпораций, применяющих при раскрытии финансовой отчетности в разные отчетные периоды различные стандарты ГААП. Такой подход позволяет сравнивать между собой отчеты с целью определения степени релевантности учетной информации для принятия управленческих решений. Как и в первой модели, объем исходных данных небольшой из-за малого количества относящихся к этой категории корпораций. Кроме того, в силу изменяющихся условий внешней среды за сравниваемые периоды выгода может быть упущена, что в соответствии с отчетностью может быть вызвано действиями лишь одной корпорации.

2. Правила и требования, предъявляемые к корпоративной отчетности организаций.

В эпоху информационного развития экономики большое значение приобретает стратегическая обратная связь – информирование, коммуникация. Движение материальных ресурсов, как в национальном, так и в международном масштабе все больше зависит от информации, на основе которой разные группы людей принимают экономические решения.

На сегодняшний момент важной задачей для развития российской экономики является проведение реформ, способных обеспечить прозрачность экономических субъектов.

Ключевую роль в данном процессе играет реформирование корпоративной отчетности.

Большая ответственность лежит на разработчиках стандартов и регулирующих органах, которые формируют инфраструктуру и определяют роль большинства участников цепочки корпоративной отчетности.

Правительством Российской Федерации осуществляются меры, направленные на формирование полного перечня требований к компаниям, привлекающим инвестиционные ресурсы, в отношении их открытости.

Все большее значение приобретает раскрытие нефинансовой информации (помимо традиционной финансовой информации), характеризующей потенциал и стратегию развития компании, в том числе в сфере корпоративного управления.

Говорить о широком использовании корпоративной отчетности в мире в целом еще рано, поскольку не во всех странах компании составляют и ведут корпоративную отчетность и социальную ответственность бизнеса.

На сегодняшний день в России составление корпоративной отчетности носит добровольный характер, но не исключено что в перспективе возможно законодательное прикрепление социальных обязательств перед обществом. Разработка Российской базы, стратегии, политики и концепции развития социально ответственного ведения предпринимательства будут основаны на опыте зарубежных стран, использующих корпоративную отчетность на протяжении многих лет и успешно зарекомендовавших себя на мировом рынке.

Успех в решении стратегических задач зависит от правильного составления и предоставления корпоративной отчетности.

Основными требованиями к составлению корпоративной отчетности, полезной пользователям, являются:

- **целесообразность.** Это требование заключается в подготовке и использованию информации, которая должна отвечать той цели, для которой она подготовлена;

- рентабельность. Отражает что затраты на подготовку информации для отчетности не должны превышать выгоды от ее использования;
- объективность. Подготовленная и представленная информация не должна быть заведомо ложной или предвзятой;
- адресность. Отчетность должна быть доведена до пользователя по средствам наиболее эффективных и для каждого предприятия индивидуальных средств коммуникации;
- краткость. Данные по предприятию должны быть сформулированы четко и информативно и не содержать ничего лишнего;
- точность. Степень погрешности, присущая информации, не должна превышать уровня, чтобы изменить решение, принимаемое на ее основе;
- оперативность. Скорость работы с информацией должна быть высокой, чтобы она была готова к тому времени, когда она необходима;
- сопоставимость. Зачастую информация должна быть сопоставимой по времени и по подразделениям организации.

Для составления корпоративной отчетности анализируются стандарты финансовой, бухгалтерской, налоговой и управленческой отчетности.

Также необходимо раскрытие информации:

- о сделках с миноритарными акционерами (размер пакета акций которых не позволяет ему напрямую участвовать в управлении компанией), внутрикорпоративных сделках и сделках с заинтересованными лицами;
- о корпоративном управлении;
- об уставных документах компании (Устав, внутренние положения и т.п.);
- отчеты о социальной политике и о защите окружающей среды.

При этом информация должна быть качественной и обладать такими качествами как:

– сравнимость, т.е. должна быть сопоставима с предыдущими периодами деятельности, целями или внешними показателями, полученными на основе работы других организаций и законодательного регулирования;

– надежность. В социальном и этическом (нравственном, поведенческом) учете, аудите и отчете информация не должна содержать существенных ошибок. Для этого ее необходимо представить в соответствии с реальными данными о деятельности компании. Кроме того, информация по корпорации должна быть представлена в нейтральном стиле;

– релевантность, т.е. должна быть полезна как для компании, так и для заинтересованных групп, в целях формирования представления о ее деятельности, а также для принятия решений;

- понятность, т.е. быть удобной для понимания самой компанией и заинтересованными в ней группами. Технические и научные термины должны иметь пояснения в отчете;

- интегрированность. Социальный, этический учет, аудит и отчетность должны быть частью повседневной деятельности компании, ее организационной системы и процесса принятия решений; и не могут рассматриваться в качестве одноразовой задачи для создания социального отчета;

- постоянное улучшение. На основе ранее полученных результатов социального, этического учета, аудита и отчета компания обязана прилагать усилия по улучшению своей деятельности. Принцип постоянного улучшения – это требование стабильного развития учета, аудита и отчетности как таковых внутри организации.

Помимо того, что отчетность должна быть составлена, она еще должна быть представлена в доступной и понятной форме для всех заинтересованных лиц. Пресс-конференциями, презентациями и рассылкой корпоративной отчетности по Интернету, в случаях необходимости, занимаются специально созданные отделы по связям с пользователями корпоративной отчетности.

Развитие корпоративной отчетности в России способствует укреплению предприятия на рынке, выполнению обязательств, повышению ответственности, сокращению дебиторской и кредиторской задолженности, ускорению оборачиваемости оборотных средств и, следовательно, улучшению всеобщего состояния предприятия.

3. Расширенный язык корпоративной отчетности (XBRL) как инструмент формирования качественной отчетности.

XBRL – аббревиатура от eXtensible Business Reporting Language, что в переводе на русский язык означает "Расширяемый язык деловой отчетности". XBRL – это формат подготовки финансовой отчетности согласно US GAAP(ОПБУ США) и IFRS (МСФО), применяемый в большинстве стран мира с крупной экономикой.

XBRL – очень перспективный формат, основанный на языке разметки XML. Использование XBRL существенно упрощает обработку разнообразной деловой отчетности, включая ее сбор, проверку, систематизацию, распространение и проведение других операций. Благодаря XBRL становится возможным быстрое сравнение и анализ финансовых данных совершенно разных компаний или одной компании за разные отчетные периоды времени. XBRL – формат, в развитии которого заинтересован широкий круг пользователей деловой информации, начиная от специалистов и менеджеров компании, заканчивая ее акционерами, финансовыми аналитиками и государственными контролирующими и регулятивными органами.

Структура XBRL-документации:

Для тех, кто пытается понять, какая часть структуры XBRL относится к ним, полезной является трех-уровневая структура. Существуют три уровня XBRL документации, состоящие из:

1. Уровень технических основ,
2. Уровень правил моделирования, используемый пользователями, обладающими необходимыми навыками в XBRL, в качестве руководства по использованию XBRL для таких приложений, как финансовая отчетность, и
3. Уровень руководства пользователя, который позволяет конечным пользователям создавать XBRL документы.

В пределах этих уровней документы могут быть предназначены для разных аудиторий: либо только для разработчиков программного обеспечения, преимущественно разработчиков программного обеспечения или преимущественно для бухгалтеров (или подобного типа бизнес пользователей).

Для получения бизнес отчетов, спецификация XBRL описывает два типа документов: документ таксономии (taxonomy document) и экземпляр документа (instance document).

Причиной для разделения XBRL отчетов на два документа является повторное использование статей (элементов) отчета в новых экземплярах отчета. Каждый раз при создании нового отчета (например, баланса), достаточно создать всего лишь еще один экземпляр документа и заполнить его новыми значениями статей. Концепции отчета остаются прежними, меняются лишь содержащиеся в них факты. Смысл отчетных концепций остается прежним. Примером может быть баланс, используемый для компании с несколькими дочерними компаниями. Для всех компаний может быть использована одна и та же таксономия документа, но каждое дочернее подразделение будет иметь свой экземпляр документа. У каждого документа есть свое предназначение и вместе они формируют бизнес отчет.

Также, когда экземпляры документов используют концепции из той же таксономии, вы знаете, что факты в экземпляре документа сравнимы. Таким образом, активы из одного баланса можно сравнить с активами из другого. Вы знаете, что определение активов одинаково для обоих документов.

Таксономия – это документ, описывающий содержащиеся в отчете концепции (статьи отчета) и связи между ними.

Документы таксономий определяют концепции, которые будут в отчете. Концепция это базовый элемент информации, существующей в отчете. Таксономии включают определение концепции и описывают отношения между концепциями. Однако документ таксономии не включает никаких реальных отчетных значений

для этих концепций. Значения концепций содержатся в экземпляре документа; они называются фактами

Однако баланс это больше, чем просто беспорядочный набор концепций. Существует структура, показывающая отношения между этими концепциями. На рисунке показаны отношения для концепций баланса.

Экземпляр документа - это документ, содержащий фактические данные.

Как упоминалось, документ таксономии не предоставляет никаких значений. Это просто концепции и взаимоотношения между ними. Значения содержатся в экземпляре документа.

Лекция 5. Использование информации корпоративной отчетности для принятия управленческих решений.

Вопросы лекции:

1. Полезность информации корпоративной отчетности для основных групп пользователей.
2. Электронная корпоративная отчетность.
3. Интегрированная отчетность.
4. Форенестический учет и отчетность, направления их развития.
5. Способы предупреждения мошенничества с корпоративной отчетностью.

1. Полезность информации корпоративной отчетности для основных групп пользователей.

Основным средством получения информации о бизнес-процессах организации традиционно являются отчеты. По мере стремления руководства компаний к прозрачности и централизации управления корпоративные системы отчетности приобретают все большее значение.

Корпоративная отчетность предприятия представляет собой свод взаимосвязанных показателей — итогов работы за истекший отчетный период, представляемых в утвержденных формах. В ее рамках собирается, систематизируется и отражается вся информация о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, в том числе натуральные показатели величин прибылей и убытков, плановые показатели возможностей и перспектив. На основании анализа отчетности строится дальнейшая стратегия развития компании и принимаются управленческие решения.

Система отчетности должна обеспечивать полный набор средств создания, публикации, доставки и управления отчетами. Ее конечная цель — повышение эффективности принятия решений посредством предоставления пользователям быстрого и безопасного доступа к данным.

Пользователи корпоративной отчетности делятся на 2 группы: внутренние внешние.

К внутренним относятся высшее руководство компании и менеджеры всех уровней управления.

В качестве внешних пользователей выступают: акционеры компании, учредители (им необходимо определить увеличение или уменьшение доли собственных средств и оценить эффективность использования ресурсов руководством компании); контрагенты (поставщики и покупатели - хотят знать, будут ли своевременно оплачены их счета и будут ли они по-прежнему получать необходимые им товары или услуги); инвесторы (заинтересованы в определении структуры капитала фирмы и в оценке эффективности использования ею ресурсов); кредиторы (оценить целесообразность предоставления или продления срока кредита, определить условия кредитования); налоговая служба (в части определения сумм налога); службы статистики (для формирования статистических данных по отраслям); пресса (составления списков крупнейших фирм и их ранжирования, расчета коэффициентов по финансовым показателям их деятельности).

Качественные характеристики являются атрибутами, которые делают представляемую в финансовой отчетности информацию полезной для пользователей.

МСФО выделяет четыре основные качественные характеристики, а именно:

1) Уместность. Информация является уместной, когда она влияет на экономические решения пользователей, помогая им оценивать прошлые, настоящие и будущие события, подтверждать или исправлять их прошлые оценки.

2) Надежность. Информация является надежной, когда в ней нет существенных ошибок и искажений, и когда пользователи могут положиться на нее, как на представляющую правдиво то, что она должна представлять.

3) Сопоставимость. Информация, содержащаяся в финансовой отчетности компании, должна быть сопоставимой во времени и сравнимой с информацией других компаний. Это позволяет проследить тенденции в финансовом положении компании и результатах деятельности. Исходя из этого, оценка и отражение финансовых результатов от аналогичных операций и других событий должны осуществляться по методологии, единой для всей компании и на протяжении ее существования, также как и для разных компаний. То есть пользователи финансовой отчетности должны иметь возможность сравнения данных отчетности компании на протяжении некоторого времени с целью определения тенденций в ее финансовом положении, результатах деятельности и движении денежных средств. Для этого в каждом периоде обычно принимается та же самая учетная политика.

4) Понятность. Информация должна быть доступной для понимания пользователей, которые должны обладать достаточными знаниями в сфере деловой и экономической деятельности, бухгалтерского учета и желание изучать информацию с должным усердием.

2. Электронная корпоративная отчетность.

Решения для построения корпоративной системы отчетности предлагают практически все поставщики ERP-систем.

ERP - (enterprise resource planning или «планирование ресурсов предприятия») - программная система, охватывающая ключевые процессы деятельности и управления, позволяющая получить самый общий взгляд на работу предприятия.

Основное предназначение систем класса ERP — обеспечение единого информационного поля для всех инфраструктурных единиц предприятия и предоставление полной всеобъемлющей достоверной информации для принятия управленческих решений. При этом архитектурно вся модель ERP-системы предприятия может быть реализована как на одном едином комплексе (программном приложении), так на совокупности нескольких систем, интегрированных между собой. Если говорить о единых ERP-комплексах, то из признанных в мире систем можно привести следующие примеры: SAP, Oracle E-Business Suite, Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics NAV. Относясь к одному классу ERP-систем, тем не менее все они имеют каждая свою специфику, функциональные возможности и стоимость.

Преимущества: Внедрение на предприятии ERP-системы обеспечивает высокий уровень достоверности данных, оперативность в получении необходимой информации, единство представления информации для всех подразделений. При этом настраиваемый ролевой доступ к данным системы обеспечивает надежный уровень их защиты от несанкционированного получения и утечек информации. В ERP-системах автоматизируются все основные и вспомогательные бизнес-процессы, включая финансовый учет и дистрибуцию, производство и логистику, управление персоналом и управление взаимоотношениями с клиентами. Налаженная система управления существенно повышает уровень капитализации компании и ее привлекательность на рынке.

По оценкам аналитиков, около трех четвертей рынка систем подготовки отчетности принадлежит «большой четверке» — IBM, Microsoft, Oracle, SAP. Из российских игроков можно выделить «1С» с продуктом «1С:Консолидация». Однако на рынке остается немало активных независимых поставщиков, наиболее известны среди которых Microstrategy и SAS.

3. Интегрированная отчетность (ИО).

Международный Комитет по Интегрированной Отчетности (МКИО) собрал вместе мировых лидеров из коммерческих и инвестиционных кругов, бухгалтеров, специалистов по ценным бумагам, регуляторов, представителей академических кругов, гражданского общества и органов, устанавливающих стандарты, чтобы выработать новый подход к отчетности.

Этот подход – Интегрированная отчетность – должен отвечать требованиям 21 века. Он основан на взаимосвязи финансовой и управленческой отчетности и пояснений, отчетов о корпоративном управлении и отчетов по вознаграждениям работникам, а также отчетов в области устойчивого развития.

Цель интегрированного отчета — избежать путаницы и дать четкую, сжатую и понятную информацию о компании.

Преимущества ИО:

ИО более широко разъясняет показатели деятельности, чем традиционная отчетность. ИО делает видимым то, как организация использует различные ресурсы, и в какой степени она зависит от них, а также от различных связей или капиталов (финансового, производственного, кадрового, интеллектуального, природного и социального), а также доступ организации к ним и ее влияние на них. Включение данной информации в отчетность имеет важное значение для:

- возможность содержательной оценки жизнеспособности бизнес-модели и стратегии компании в долгосрочной перспективе;
- удовлетворение потребностей инвесторов и других заинтересованных сторон в информации и лучшем понимании бизнес-модели и зависимости от ключевых взаимоотношений и ресурсов, а также связей между динамикой рынка, стратегией, рисками и ключевыми показателями деятельности (КПД); и
- эффективное распределение ограниченных ресурсов.

Интегрированный отчет в лаконичной форме содержит:

- актуальную информацию о корпоративной стратегии, бизнес модели и условиях, в которых работает компания;
- историческую справку, в которой делается акцент на общие события, а не только на стандартные финансовые показатели;
- информацию, позволяющую лучше понять трудности и риски, с которыми компания сталкивается при достижении своих стратегических целей, и оценить устойчивость бизнеса в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

4. Форенестический учет и отчетность, направления их развития.

Форенестический учет – система знаний в области финансов, бухгалтерского учета, налогообложения и аудита, способствующая анализу и расследованию

судебных дел с целью последующего выражения экспертом мнения по данному вопросу.

В условиях быстроменяющегося мира деловых взаимоотношений, возрастающей глобализации и интеграции бизнес-среды форенестический учет становится особенно актуальным.

В результате опроса персонала, проводившегося в 760 компаниях по всему миру, было выяснено, что 88% опрошенных были свидетелями корпоративного мошенничества за последние 12 месяцев. Подобные преступления наиболее характерны для компаний, функционирующих в таких сферах, как: финансовые услуги, медиа, технологии, производство и здравоохранение.

Отличие аудитора от форенестического бухгалтера заключается в основе подхода к оценке данных отчетности: обычный аудит не направлен на поиск мошенничества, в то время как форенестический учет предполагает наличие или возможность обмана. В результате, отличия проявляются не только в цели, но и в сроках и способах проведения аудита, документальном подтверждении и масштабе расследования.

Характеристики форенестического учета:

Цель	раскрытие мошенничества.
Область	все документы предприятия. Документация на сомнительные хозяйственные операции должна быть проверена, исследована и проверена заново. Возможно даже несущественные хозяйственные операции.
Способы сбора данных	анализ (аудит) деятельности; опрос персонала; изучение содержания компьютерных файлов (в т.ч. удаленных); просмотр рабочего места сотрудников.
Принципы	срочность; размах; существенность.

Специалисты в области форенестического учета часто привлекаются службой внутреннего аудита для помощи юристам в раскрытии мошенничества

Перспективным направлением развития является появление форенестического учета в России. Необходимо отметить, что данное направление является новым, хотя в зарубежных странах организованы множество курсов, сертификатов по данной специальности.

5. Способы предупреждения мошенничества с корпоративной отчетностью.

Мошенничество- это хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием [ст. 159 УК РФ];

Мошенничество и злоупотребление в сфере профессиональной деятельности – это использование лицом своего служебного положения с целью личного обогащения посредством умышленного ненадлежащего использования или злоупотребления ресурсами и активами организации-работодателя [The Association of Fraud Examiners].

Самым распространенным видом корпоративного мошенничества является воровство, то есть хищение денег или имущества (продукции, оборудования, запасных частей, сырья, полуфабрикатов и т.п.). Одним из самых сложных для расследования методов незаконного вывода активов является мошенническая схема с использованием векселей. Причем могут использоваться как поддельные, так и реальные векселя. Схема реализуется не путем подделки векселя, а через прокрутку в отчетности компании-жертвы данных настоящего векселя. Данная махинация не очень сложна в исполнении, но достаточно трудна для обнаружения. Так же известен такой вид мошенничества как взятки и «откаты». Коррупция не является привилегией государственных чиновников. Она охватывает все подразделения фирм – от финансовой дирекции до ремонтной службы.

Общепризнанной методики по выявлению, фиксации и предотвращению корпоративных мошенничеств в настоящее время не существует не только в России, но и в мире. В России проблемы аудита мошенничества находятся на стадии становления - аудит мошенничества не многим отличается от классического аудита. В развитых странах аудит мошенничества имеет более долгую историю развития и накопленную научно-методическую базу.

Система противодействия корпоративному мошенничеству включает этапы:

- предупреждение мошенничества;
- выявление;
- расследование.

Основная цель предупреждения - недопущение фактов мошенничества путем применения превентивных мер, реализации контрольных процедур и правильного распределения полномочий. В основе предотвращения мошенничества лежат организация эффективной системы внутреннего контроля и развертывание программ по противодействию мошенничеству.

Процесс выявления мошенничества включает мероприятия, которые предпринимаются в целях обнаружения фактов, возможно, свидетельствующих о совершении корпоративного мошенничества. Выявление мошенничества обычно

начинается с определения его признаков и показателей - своего рода "красных флажков", которые могут ассоциироваться с конкретным способом совершения мошенничества в определенных условиях финансово-хозяйственной деятельности.

Знания о закономерностях корпоративного мошенничества, в том числе способах его совершения, сокрытия, отражения в учете и отчетности по типичным схемам хищений, позволяют эффективно выявлять и расследовать мошенничество.

Расследование проводится, когда выявлены достаточные сведения, указывающие на признаки совершаемого мошенничества.

Цель расследования - сбор в необходимом процессуальном формате (для возможного использования в судопроизводстве) следующих фактических данных:

- виновные лица;
- мотивы совершения мошенничества;
- механизм осуществления мошенничества и размер ущерба.

Субъектами противодействия корпоративному мошенничеству являются:

- сотрудники служб безопасности, внутреннего контроля, внутреннего аудита (в том числе "аудиторы мошенничества"), финансовых и иных "линейных" служб компании;
- специалисты по борьбе с корпоративным мошенничеством (внешний консалтинг);
- аудиторы;
- сотрудники правоохранительных органов.