

УДК 65.011

ВНУТРИОТРАСЛЕВЫЕ СТАНДАРТЫ КОРПОРАТИВНОЙ ОТЧЕТНОСТИ

© 2010

О.В. Горлова, преподаватель кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
*Самарский институт (филиал) Российский государственный торгово-экономический
университет, Самара (Россия)*

Ключевые слова: корпоративная отчетность; внутриотраслевые стандарты; система показателей, анализ.

Аннотация: статья посвящена рассмотрению вопросов необходимости внутриотраслевых стандартов корпоративной отчетности, в рамках этого разработана система рыночно-ориентированных отчетов и показателей для аптечной сети.

Современный этап экономического развития характеризуется углублением процессов глобализации, интеграции России в мировое экономическое сообщество по всем ключевым направлениям, включая создание единого информационного пространства (на базе приближений Российских учетных стандартов к МСФО). Основа создания информационного пространства – составление рыночно-ориентированной бухгалтерской отчетности.

Актуальность данной работы заключается в том, что показатели, которые формируют на основе данных традиционного бухгалтерского учета, в последние годы в значительной мере утратили ценность для менеджмента и инвесторов. Ведущие финансовые специалисты считают, что пользователи отчетности должны иметь возможность достаточно точно прогнозировать успешность бизнеса в долгосрочной перспективе.

При этом вопрос о границах финансовых отчетов и различиях между финансовой отчетностью и другими элементами этих отчетов остается дискуссионным.

Эффективная система управления доходами и расходами – это один из факторов, определяющих перспективы развития организации, ее будущую инвестиционную привлекательность, кредитоспособность и в конечном счете рыночную стоимость. Доходы и расходы – это факты хозяйственной жизни, которые с экономической, юридической и бухгалтерской точек зрения изменяют финансовый результат хозяйственной деятельности организации.

Целью данной работы является рассмотрение проблемы составления рыночно-ориентированной внутриотраслевой корпоративной отчетности.

Объектом исследования является сеть аптек ИМПЛОЗИЯ.

Розничный аптечный бизнес в настоящее время является очень динамичной и быстро развивающейся отраслью. Связано это во многом с изменением структуры потребительского спроса и, как следствие, стремлением бизнеса удовлетворить растущие по-

требности клиентов вести здоровый образ жизни. По данным социологических опросов, проводимых ЦМИ «Фармэксперт», для покупателей наиболее важными факторами идеальной аптеки являются широта ассортимента (69%), доступность цен (65%) и удобное месторасположение (38%). Неоспоримое преимущество по этим показателям имеют сетевые организации. Но управление разветвленной аптечной сетью является сложной задачей, решить которую без применения развитых средств построения отчетов, консолидации и анализа данных практически невозможно.

Одна из основных проблем состоит в том, что концептуальные основы должны охватывать более широкий круг информации, нежели только традиционную финансовую отчетность, соответственно и цель должна быть достаточно широкой для того, чтобы охватить информацию, которая часто представляется в финансовых отчетах, но за пределами финансовой отчетности. Это представлено вашему вниманию в виде таблицы 1.

В российском бухгалтерском учете таких широких требований по раскрытию информации для пользователей нет, а те требования, которые есть, зачастую просто не выполняются.

Также многие инвесторы высказывают озабоченность по поводу информативности отчетности по МСФО: нет уверенности в том, что отчетной информации окажется достаточно для инвесторов. Иначе говоря, существует сомнение в том, что отчетность по МСФО адекватно отражает финансовое положение организации и служит адекватному восприятию компаниями финансовыми рынками.

В качестве еще одной проблемы можно выделить недостаточную сравнимость компаний между собой, в том числе внутри отрасли. Сравнимость должна достигаться универсальностью МСФО и применением их во всех странах мира.

Решение всех этих проблем видится в том, что инвесторам необходима не только отчетность по МСФО, а нечто большее. Среди наиболее серьезных разработок,

Таблица 1. Структура информации, полезной для принятия управленческих решений.

Вся информация, полезная для принятия инвестиционных, кредитных и аналогичных решений			
Финансовая информация, представляемая в отчетах			Прочая информация
Основная финансовая отчетность		Дополнительная информация	
Финансовая отчетность	Примечания к финансовой отчетности		
		Прочие составляющие финансовой информации	

которые получили широкое применение в работе корпораций, следует отметить систему сбалансированных показателей The Balanced Scorecard (разработчики - директор Norlan Norton Institute Дэвид Нортон (в настоящее время также занимает пост руководителя Balanced Scorecard Collaborative) и профессор Harvard Business School Роберт Каплан), а также концепцию отчетности о стоимости Value Reporting (концепция предложена специалистами фирмы PriceWaterhouseCoopers). Наиболее перспективной в этом плане представляется модель обеспечения прозрачности компании, разработанная специалистами фирмы PriceWaterhouseCoopers и включающая в себя три уровня стандартов для формирования отчетности:

1 уровень – Международные стандарты финансовой отчетности

2 уровень – Отраслевые стандарты (стандартизация специфических экономических показателей)

3 уровень – Специфическая для компании информация [3].

В частности, раскрытие специфической информации, характерной для конкретной отрасли, в соответствии с отраслевыми стандартами, позволит эффективно проводить внутриотраслевой анализ отчетности компаний.

Таким образом, при подготовке финансовых отчетов появилась необходимость наряду с прочими данными включать дополнительную информацию в отраслевом разрезе (по хозяйственным сегментам бизнеса) и с учетом географического местонахождения рынков сбыта (по географическим сегментам). Следовательно, появляется необходимость в анализе доходов и расходов каждого сегмента. Решение этой задачи – прерогатива системы бухгалтерского управленческого учета.

Правильность применения принципов подготовки бухгалтерской отчетности без раскрытия миссии, стратегии и целей деятельности компании нельзя признать безусловной. Для рыночно-ориентированной системы отчетности характерно превалирование содержания над формой подачи информации. Бухгалтерская отчетность важна не сама по себе - будет ли она составлена в произвольной конфигурации данных или по правилам формального (буквального) следования отдельным предписаниям (инструкциям, методическим рекомендациям) МСФО. Содержательность и адекватность информации предопределяется информационными ожиданиями или интересом к ключевым, наиболее важным по сути показателям бизнеса.

Кроме того, применяемая в рыночно-ориентированной отчетности терминология соответствует принятой

Таблица 2. Различия подходов к формированию отчетности.

Критерии сравнения	Существующий порядок	Рыночный подход
Информационные потребности пользователей отчетности	Ориентация на информационные запросы акционеров и инвесторов, а также общие информационные потребности большого числа потенциальных пользователей	Удовлетворение информационных ожиданий всех без исключения групп заинтересованных лиц в рамках основного отчета
Соблюдение принципа независимости при составлении отчетности	Презумпция лояльности действий исполнительного органа юридического лица - добросовестно, разумно, в интересах юридического лица	Презумпция несбалансированности интересов (конфликта, антагонизма, приоритетности) участвующих сторон в компании
Подотчетность исполнительных органов	Руководство и менеджмент, ориентированные на собственника	Подотчетность исполнительных органов компании всем участвующим сторонам
Концепции формирования отчетности	Фискально-юридическая направленность отчетности	Экономическая или финансовая концепция формирования отчетности
Форма отчетности	Бухгалтерская отчетность в формате, стандартизуемом ведомственными нормативными актами	Корпоративная отчетность, ориентированная на интересы пользователей

Таблица 3. Система показателей, характеризующих эффективность аптечного бизнеса.

Наименование показателя	Расчетная формула	Характеристика показателя
1	2	3
1 Коэффициент рентабельности продаж	$K_{\text{рент.продаж}} = \frac{\Pi}{В}$ $K_{\text{рент.продаж.лек.ср-в}} = \frac{\Pi_{\text{лек.ср-в}}}{В_{\text{лек.ср-в}}}$ <p>где</p> $K_{\text{рент.продаж.сопут.товаров}} = \frac{\Pi_{\text{сопут.товары}}}{В_{\text{сопут.товары}}}$ <p>где $\Pi_{\text{лек.ср-в}}$ - прибыль от реализации лекарственных средств; $В_{\text{лек.ср-в}}$ - выручка от реализации лекарственных средств $\Pi_{\text{сопут.товары}}$ - чистая прибыль от реализации сопутствующих товаров; $В_{\text{сопут.товары}}$ - выручка от реализации сопутствующих товаров</p>	Показывает сколько чистой прибыли приходится на один рубль выручки от реализации. Данный показатель рассчитывается в общем по аптечной сети и по товарным группам: - лекарственные средства; - сопутствующие товары
2 Коэффициент оборачиваемости запасов	$K_{\text{обор.зап}} = \frac{C/C}{\text{Запасы}}$ $K_{\text{обор.лек.ср-в}} = \frac{C/C_{\text{лек.ср-в}}}{\text{Лек.ср-в}}$ <p>где $C/C_{\text{лек.ср-в}}$ - себестоимость продаж лекарственных средств; Лек.ср-в - среднегодовая стоимость остатков лекарственных средств</p> $K_{\text{обор.сопут.тов-в}} = \frac{C/C_{\text{сопут.тов-в}}}{\text{сопут.товары}}$ <p>где $C/C_{\text{сопут.тов-в}}$ - себестоимость продаж сопутствующих товаров; Сопут.товары- среднегодовая стоимость остатков сопутствующих товаров</p>	Показывает количество оборотов денежных средств вложенных в запасы в анализируемом периоде. Данный показатель рассчитывается в общем и по товарным группам: - лекарственные средства; - сопутствующие товары
3 Коэффициент широты и стабильности ассортимента товаров	$K_s = \frac{\sum_{i=1}^n q_i^1}{n \cdot q_i^0}$ <p>где K_s - коэффициент широты и стабильности ассортимента товаров; q_i^0 - количество разновидностей товаров, предусмотренных ассортиментным минимумом; q_i^1 - количество разновидностей товаров, имеющих в продаже; n - количество проверок</p>	Характеризует степень приближения ассортимента товаров к ассортиментному минимуму, принимаемому за единицу (единица - вероятность отсутствия перебоев в реализации товаров)
4 Коэффициент списания лекарственных средств с истекшим сроком годности	$K_{\text{просроч.л.с}} = \frac{\sum \text{Сп}}{\sum \text{Ост}_{\text{нач}} + \text{Пост.}}$ <p>где Сп - списанные лекарственные средства с истекшим сроком годности; $\text{Ост}_{\text{нач}}$ - остаток лекарственных средств на начало периода; Пост - сумма поступивших лекарственных средств</p>	Показывает насколько эффективно работает система отслеживания сроков годности в аптечной сети
5 Коэффициент обеспеченности аптечной сети консультантами	$K_{\text{обесп.консул.}} = \frac{K_{\text{конс.}}}{\text{Ч}_{\text{осн.раб.}}}$ <p>где $K_{\text{конс.}}$ - среднесписочная численность консультантов; $\text{Ч}_{\text{осн.раб.}}$ - среднесписочная численность основных работников</p>	Отражает долю квалифицированных консультантов в общей численности основных работников и показывает насколько аптечная сеть обеспечена консультантами

Таблица 3 продолжение. Система показателей, характеризующих эффективность аптечного бизнеса.

<p>6 Коэффициент эффективности работы справочной службы аптечной сети</p>	$K_{\text{эфф.справ.}} = \frac{K_{\text{звонков.}}}{\text{Ч}_{\text{покупат.}}}$ <p>где $K_{\text{звонков.}}$ - общее количество звонков в фармсправку за период; $\text{Ч}_{\text{покупат.}}$ - общее количество покупателей за период</p>	<p>Показывает какая доля звонков приходится на одного покупателя за опред. период (месяц, день), т.е. насколько справочная служба привлекает клиентов</p>
---	--	---

Таблица 4. Отчет о финансовых результатах холдинга и его географических сегментов в соответствии с МСФО.

Показатели	Общие показатели холдинга	Географические сегменты				
		Самара	Тольятти	Сызрань	Ульяновск	Пенза
1 Доход от реализации товаров, в т.ч.:	2792211	977274	698053	335065	362987	418832
- лекарственные средства, в т.ч.:	1448667	442254	362987	181494	195455	266477
накопительная система скидок	1025477	338832	230987	161494	178002	116162
- сопутствующие товары, в т.ч.:	1343544	340451	256144	289784	214777	242388
накопительная система скидок	951224	210544	190244	175211	185511	189714
2 Себестоимость реализов. товаров, в т.ч.:	2326843	744590	511905	349026	365295	356027
- лекарственные средства, в т.ч.:	1167909	353564	290389	145192	156364	222400
накопительная система скидок	982514	275544	276471	122144	122544	195422
- сопутствующие товары, в т.ч.:	1158934	345612	285466	107057	165477	155322
накопительная система скидок	845522	237782	204484	95012	159244	149000
3 Валовая прибыль	465368	232684	186148	- 13961	-2308	62805
- лекарственные средства, в т.ч.:	280758	88690	102598	36302	39091	44077
накопительная система скидок	42963	63288	- 45484	39350	55458	-79260
- сопутствующие товары, в т.ч.:	184610	-5161	-29322	182727	49300	87066
накопительная система скидок	105702	-27238	- 14240	80199	26267	40714
4 Операционные расходы, в т.ч.:	353679	94045	82447	54619	59121	63447
Заработная плата	82665	21666	17487	10054	14887	19571
Амортизация	145611	41158	37165	21462	22004	23822
Расходы по реализации	103317	23287	23688	19463	18992	17887
Общедминистративные расходы	22086	7934	4107	3640	3238	2167

Таблица 4 продолжение. Отчет о финансовых результатах холдинга и его географических сегментов в соответствии с МСФО.

5 Прибыль от операционной деятельности	111689	138639	103701	- 68580	- 61429	- 642
6 Доходы и расходы от не операц. д-ти, вт.ч.:	14600	- 3168	784	2511	9190	5283
Доходы в виде процентов	15800	7768	5245	1502	721	564
Расходы по выплаченным процентам	41788	21487	10012	3562	1844	4883
Прочие доходы, в том числе:	46555	13123	6554	5132	10544	11202
- компенсация льгот	35000	7550	5824	4944	8562	8120
7 Прибыль до уплаты налога	126289	135471	104485	- 66069	- 52239	4641
8 Отложенные налоговые обязательства	3650	3650	-	-	-	-
9 Налог на прибыль	29433	31637	25076	-	-	1114
10 Чистая прибыль	96856	103834	79409	- 66069	- 52239	3527
11 ЕВИТА	313688	198116	151662	-	-	32232

экономической и финансовой лексике; корпоративная отчетность в полном объеме опирается на данные бюджетирования, финансового планирования и прогнозирования, а также на показатели оценки стоимости.

Ниже приведены различия между существующими и рыночно-ориентированными подходами к формированию отчетности (таблица 2).

Как видно из приведенных сравнительных характеристик, фундаментальные основы формирования отчетности все еще остаются недостаточно адекватными рыночным условиям. Так, степень доверия к отчету, подготовленному управляющим-собственником исходя из допущения о добросовестности и разумности (как одного из постулатов гражданского законодательства), потенциально ниже, чем к отчету, составленному наемным, профессиональным менеджментом компании.

В рамках формирования отраслевых стандартов составления отчетности, мы разработали систему рыночно-ориентированных отчетов и показателей для аптечной сети.

В качестве основной формы управленческой отчетности о доходах и расходах аптечного холдинга ИМПЛОЗИЯ, действующего на территории Поволжского региона, мы предлагаем Отчет о прибылях и убытках (таблица 4), составленный в соответствии с требованиями МСФО и с учетом географических сегментов бизнеса. В отчете, помимо общих показателей доходов и расходов представляется интегральной информацией о составе доходов и расходов ап-

течной сети, в частности по реализации лекарственных средств, в том числе по системе накопительных скидок, и сопутствующие товары, в том числе по системе накопительных скидок, а также показателя ЕВИТА.

Как дополнительная информация, раскрывающая показатели Отчета о прибылях и убытках, нами разработана система показателей, характеризующих эффективность аптечного бизнеса (таблица 3).

Открытая и полная отчетность по всем доходам и расходам компании и есть соблюдение принципа прозрачности отчетности. При этом краеугольным камнем новой корпоративной культуры должно стать всеобщее признание того, что от информации зависит не только доверие общества к бизнесу, но и будущее экономики в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бухгалтерский учет: Учебник/ И.И. Бочкарева, В. А. Быков и др.; Под. ред. Я.В. Соколова. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2004. – 768с.
2. Бетге Й. Балансоведение. - М.: Бухгалтерский учет, 2000.
3. Экклз Р.Дж. Революция в корпоративной отчетности. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002.
4. Дипиаза С.А. Будущее корпоративной отчетности. - М.: Альпина-Паблишер, 2003
5. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2001. с.427

INTRABRANCH STANDARDS OF THE CORPORATE THE REPORTING

© 2010

O.V. Gorlova, lecturer of the chair «Accounting, the analysis and audit»*Russian State University of Trade and Economics Samara Institute (Branch), Samara (Russia)*

Keywords: the corporate reporting; intrabranсh standards; system of indicators, the analysis.

Annotation: article is devoted consideration of questions of necessity of intrabranсh standards of the corporate reporting, within the limits of it the system of the market-focused reports and indicators is developed for a chemist's network.

УДК-334.021
ББК 65.05**ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НА РАЗВИТИЕ
МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

© 2010

О.В. Зюзин, ассистент кафедры «Экономика и управление качеством на предприятии»*Тольяттинский филиал Московского государственного университета пищевых производств,
Тольятти (Россия)*

Ключевые слова: малое предпринимательство; государственная поддержка; занятость населения.

Аннотация: В статье анализируется воздействие массивной государственной поддержки на развитие малого предпринимательства и его роль в решении государственных задач.

Малое предпринимательство в современном мире является неотъемлемой частью любой развитой экономики. В России с дальнейшим развитием этого наиболее многочисленного сегмента экономики связывают большие надежды в решении наиболее первоочередных задач – устойчивого роста экономики, повышении национальной конкурентоспособности, увеличении количества рабочих мест, улучшении уровня жизни населения, что неизбежно приведёт к увеличению людей среднего класса являющихся оплотом политической и экономической стабильности в обществе.

В настоящее время в России деятельность субъектов малого предпринимательства регулируется Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209-ФЗ от 24.07.2007 года [1]. Настоящий Федеральный закон определяет критерии отнесения предприятий к малому бизнесу. Всего три критерия:

- ограничение по численности;
- до ста человек для малых предприятий;
- до пятнадцати человек для микропредприятий;

средняя численность работников малого предприятия и микропредприятия определяется с учетом всех его работников, в том числе работающих по гражданско-правовым договорам или по совместительству с

учетом реально отработанного времени, работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений.

- ограничение по статусу;

для юридических лиц установлена максимальная суммарная доля участия в уставном капитале: Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов, которая не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов). Доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать также двадцать пять процентов.

- ограничение по выручке.

выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации.