Совершенствование корпоративной отчетности как информационной базы для принятия инвестиционных решений

тема диссертации и автореферата по ВАК 08.00.12, кандидат экономических наук Мамедов Гейдар Юсиф оглы

**Год:**

2010

**Автор научной работы:**

Мамедов Гейдар Юсиф оглы

**Ученая cтепень:**

кандидат экономических наук

**Место защиты диссертации:**

Москва

**Код cпециальности ВАК:**

08.00.12

**Специальность:**

Бухгалтерский учет, статистика

**Количество cтраниц:**

150

## Оглавление диссертации кандидат экономических наук Мамедов Гейдар Юсиф оглы

Введение.;

Глава 1. Анализ финансовой отчётности как информационной базы для принятия инвестиционных решений.II

1.1. Анализ взаимосвязи рыночной стоимости компаний с финансовой отчётностью. Определение информационных ожиданий основных пользователей отчётности.

1.2. Балансовая и рыночная стоимость компании. Роль нефинансовых показателей в формировании рыночной стоимости.1'

1.3. Основные направления совершенствования корпоративной отчётности.3(

Глава 2. Система нефинансовых и финансовых показателей деятельности компаний

2.1. Характеристика отрасли розничной торговли как объекта исследования.

2.2. Методика определения основных нефинансовых показателей деятельности организации.4:

2.3.Система нефинансовых показателей деятельности для предприятий розничной торговли.5:

2.4. Анализ влияния различий в подходах к учёту различных операций на финансовые показатели.1'.

Глава 3. Пути совершенствования корпоративной отчётности.9'.

3.1. Отраслевые стандарты, как основной рычаг совершенствования корпоративной отчётности.9'.

3.2. Методика расчёта нефинансовых показателей и форма раскрытия в корпоративной отчётности (на примере компаний сферы розничной торговли).9:

3.3. Предложения по стандартизации методов учёта различных хозяйственных операций.

3.4. Анализ корпоративной отчётности с использованием нефинансовых показателей и в условиях унификации учётных методов.

## Введение диссертации (часть автореферата) На тему "Совершенствование корпоративной отчетности как информационной базы для принятия инвестиционных решений"

В конце 2008 г. мир столкнулся с одним из сильнейших экономических потрясений за последние несколько десятилетий. Рынки капиталов практически замерли, что повлекло за собой существенное уменьшение финансирования. В результате произошло падение потребления и производства по всему миру. Отсутствие уверенности в платёжеспособности заёмщиков являлось основной причиной замерзания кредитныхрынков. Не осталась в стороне и наша страна. На фоне падения курса рубля и неопределённости в завтрашнем дне, практически остановилось кредитование бизнеса. Финансовый кризис поднял множество вопросов касательно качества отчётности публичных компаний. Компании, которые ещё незадолго до 4-го квартала 2008 г. казались достаточно успешным и расширялись за счёт привлечения дешёвых кредитных средств, вдруг оказались на грани банкротства. Списание «токсичных» активов банками, повлекшее банкротство Lehman Brothers и ряда других банков по всему миру, включая Россию, обрушило шквал критики на концепцию справедливой стоимости в учёте ценных бумаг. Доверие к компаниям, и в частности, доверие к качеству отчётности, очень сильно пострадало. В этих условиях был поднят вопрос о качестве финансовой отчётности публичных компаний

Финансовый кризис чётко продемонстрировал, что корпоративная отчётность нуждается в преобразованиях и изменениях. Надёжность и прозрачность информации становятся необходимыми условиями доступа к рынкам капитала для компаний. Свобода в выборе методов учёта даёт возможность манипулировать таким показателем, как прибыль, и ставит под сомнение «финансовые» успехи компаний, показывающих существенный рост прибыли. Стало очевидно, что раскрытие одних только финансовых показателей недостаточно для получения объективной оценки деятельности компании. В нынешних условиях в очередной раз подчёркивается необходимость формирования комплексной системы корпоративной отчётности с раскрытием как финансовой, так и нефинансовой информации, а также необходимость усиления регулирования и уменьшения свободы выбора при учёте бухгалтерских операций.

Мы видим две основные проблемы корпоративной отчётности на сегодняшний день, которые и определили актуальность темы диссертации:

1) Отсутствие стандартизации и единого подхода к учёту различных бухгалтерских операций в рамках одной отрасли.

2) Отсутствия стандартов, требующих раскрытия информации нефинансового характера о деятельности компании

Степень изученности проблемы. При исследовании вопросов формирования оптимальной модели финансовой отчетности, исходя из информационных запросов инвесторов, акционеров и кредиторов, автор опирался на работы отечественных ученых, специалистов в области бухгалтерского учета, среди которых: Агафонова Н., Кондраков Н.П., Морозова JI.JL, Николаева О.Е., Палий В.Ф., Пучкова С.И., Рассказова-Николаева С.А., Середа К.Н., Соловьева О.В., Филатова Е.В., Хорин А.Н., Шеремет А.Д., Шишкова Т.В., Шнейдман JI.3., Чая В.Т., и др. Важное значение имели разработки анализа финансовой отчетности акционерных обществ таких ученых, как: Роберт Каплан, Дэйвид Нортон, Блатов Н.А., Вейцман Н.Р., Бочаров В.В., Хьюберт К. Рамперсад. Результаты социологических и маркетинговых исследований в области формирования оптимальной модели отчетности для инвесторов представлены в работах таких зарубежных авторов, как Роберт Дж. Экклз, Питер Сенге, Даниел Андриссен, Роберт X. Герц.

Целью данной работы является совершенствование концепции составления финансовой отчетности публичных компаний как информационной базы для инвестиционных решений.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- определить основные информационные ожидания пользователей корпоративной отчётности и степень раскрытия в корпоративной отчётности необходимой информации. Определить направления совершенствования корпоративной отчётности для соответствия ожиданиям пользователей;

- в рамках выявленных расхождений между ожиданиями пользователей и предоставляемой информацией определить основные нефинансовые показатели, которые интересуют пользователей финансовой отчётности, и которые отражают уровень развития компании;

- разработать систему нефинансовых показателей для публикации в корпоративной отчётности компаний выбранной отрасли (сфера розничной торговли), а также методы расчёта нефинансовых показателей и форму раскрытия их в корпоративной отчётности;

- предложить единый подход к учёту идентичных бухгалтерских операций; выявить подобные операции в рамках отрасли розничной торговли; проанализировать влияние расхождений в методах учёта таких операций на финансовые результаты;

- разработать форму корпоративной отчётности для компаний сферы розничной торговли и предложить формат раскрытия информации, которой не хватает в существующей корпоративной отчётности.

Предметом исследования является содержание и формат раскрытия финансовой и нефинансовой информации в корпоративной отчётности публичных компаний. Изучение финансовой части корпоративной отчётности исследование основывалось на международных стандартах финансовой отчётности.

Объектом исследования является деятельность публичных зарубежных и российских компаний сферы розничной торговли, управляемых профессиональным менеджментом и собственниками.

Теоретической и методологической основой исследования послужили научные труды ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области учета и отчетности; нормативные акты Российской Федерации по вопросам ведения бухгалтерского учета и формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности; нормативные акты США (USA GAAP), международные стандарты финансовой отчетности; а также материалы, опубликованные в периодической печати и представленные в компьютерной сети Интернет.

Методологической основой работы является комплексный подход к исследуемым процессам и явлениям. В зависимости от характера решаемых задач использовался широкий набор методов сравнительного анализа и синтеза, систематизации, научной абстракции, исторический и логический подходы к исследованию и другие методы, которые позволили обеспечить достоверность и обоснованность выводов и рекомендаций, предложенных в диссертационном исследовании.

Работа выполнена в рамках раздела 1 «Бухгалтерский учет и экономический анализ» паспорта специальности ВАК Минобразования РФ 08.00.12 - Бухгалтерский учет, статистика — п. 1.1. Исходные парадигмы, базовые концепции, основополагающие принципы, постулаты и правила бухгалтерского учета и п. 1.4. Методологические основы и целевые установки бухгалтерского учета и экономического анализа.

Научная новизна проведенного исследования состоит в теоретическом обосновании и разработке концепции корпоративной отчетности публичных компаний. В ходе исследования сформулированы и обоснованы следующие положения, определяющие новизну и являющиеся предметом защиты: определены основные информационные ожидания пользователей корпоративной отчётности; выявлены области корпоративной отчётности публичных компаний, в которых объём, формат и содержание раскрываемой информации не соответствуют ожиданиям основных пользователей. Определены направления совершенствования корпоративной отчётности для соответствия ожиданиям пользователей - внедрение нефинансовых показателей в систему корпоративной отчётности и единый подход к учёту идентичных бухгалтерских операций в рамках одной отрасли;

- определены основные нефинансовые показатели, которые интересуют пользователей финансовой отчётности и которые демонстрируют насколько успешно компания развивается. Разработана система нефинансовых показателей для компаний сферы розничной торговли;

- предложено внедрить в систему корпоративной отчётности обязательное требование по раскрытию нефинансовых показателей. Предложена методика расчёта каждого показателя и формат предоставления данной информации в корпоративной отчётности; предложено стандартизировать методы учёта идентичных хозяйственных операций в рамках каждой отдельной отрасли с учётом особенностей бизнеса, и тем самым улучшить сравнимость финансовых результатов компаний одного сектора. На примере компаний сферы розничной торговли, выявлены основные области финансового учёта по международным стандартам, в которых существует свобода выбора методов учёта. Предложено стандартизировать подходы к учёту в рамках сферы розничной торговли, и устранить возможность различия финансовых результатов компаний не по причине различий в эффективности деятельности, а по причине использования различных методов учёта идентичных хозяйственных операций;

- разработана система корпоративной отчётности, предложены список основных форм финансовой отчётности и основных компонентов пояснительной записки для включения в корпоративную отчётность и форма раскрытия нефинансовых показателей в корпоративной отчётности

Практическая значимость исследования состоит в том, что результаты исследования могут быть широко использованы в организационно-методической работе финансовых и бухгалтерских служб предприятий.

Предложенная в работе система нефинансовых показателей, методика стандартизации учёта идентичных операций в рамках одной отрасли могут быть использованы как публичными, так и непубличными компаниями при подготовке отчетности для инвесторов, акционеров и кредиторов, а также пользователями отчетности при анализе и оценке эффективности деятельности компании.

Основные результаты работы могут быть использованы регулирующими органами при разработке новых и пересмотре действующих нормативных документов в области учета и отчетности.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования были использованы в деятельности компаний ООО «Эрнст энд Янг», ООО «Адидас», а также ООО «Альянс Групп», а также в учебном процессе при чтении курса лекций по МСФО факультета экономики Государственного университета — Высшая школа экономики.

Публикации. Основные положения, раскрывающие содержание темы диссертационного исследования, опубликованы в трех работах общим объемом 1,2 п.л., в том числе две - в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК России.

Объем и структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и 7 приложений. Изложение материала подчинено общей логике исследования, его цели и задачам.

## Заключение диссертации по теме "Бухгалтерский учет, статистика", Мамедов Гейдар Юсиф оглы

Заключение

В ходе проделанного анализа были выявлены информационные разрывы между ожиданиями инвесторов и тем, какую информацию предоставляют компании. Мы проанализировали колебания на фондовых рынках, доступность капитала для компаний, а также причины падения доверия к корпоративной отчётности компаний. В результате мы обнаружили, что основной причиной уменьшения доверия к отчётности и существенных колебаний на рынках капитала является:

1) отсутствие нефинансовых показателей в общей системе корпоративной отчётности, а также чёткого регулирования в этой области;

2) существенная свобода в выборе методов учёта ведёт к различиям в методах учёта различных бухгалтерских операций и, как результат, -необоснованным различиям в финансовых показателях компаний одного сектора.

Исходя из анализа проблемы, был сделан ряд выводов, а именно:

1) Необходимость включения нефинансовых показателей в систему корпоративной отчетности, а также создания системы регулирования предоставления нефинансовой информации. Большинство крупных компаний, присутствующих на фондовых рынках, имеют огромные нематериальные активы, наработанные годами (имидж, торговые марки, научные разработки, лучший персонал, наработанную клиентскую базу, влияние на поставщиков и т.д.). Эти нематериальные активы не отражаются в бухгалтерском балансе компаний и составляют часть того расхождения, которое имеется между балансовой стоимостью компании и рыночной. Данные активы должны находить отражение в финансовой отчётности, однако, поскольку компания не может их контролировать (сотрудник всегда может уволиться), и, поскольку, их невозможно достоверно оценить (затратный метод не подходит, поскольку имидж нарабатывается десятилетиями, и началось это ещё тогда, когда месячная зарплата сотрудника, возможно, была 250 долларов в месяц), признание на балансе было бы неверным. Конкурентные преимущества найдут своё отражение в доле рынка, которая будет увеличиваться за счёт признания компании покупателями, в сокращении расходов намаркетинг за счёт устоявшегося имени, увеличении производительности труда за счёт привлечения лучшего персонала. Именно это необходимо продемонстрировать инвесторам. Все эти факторы найдут отражение в динамике будущих расходов и доходов. Говоря конкретно, компании должны добавить в отчётность нефинансовые показатели своей деятельности. Набор показателей, которые должна публиковать каждая компания, должен регулироваться отраслевыми стандартами, которые определяли бы направления и инструкции к методике расчёта того или иного показателя.

2) Стандартизация методов учёта различных операций в рамках одной отрасли. Необходимость стандартизации методов финансового учёта в рамках одной отрасли обусловлена тем фактом, что на сегодняшний день финансовые показатели различных компаний становится сложнее сравнивать из-за разных методов бухгалтерского учёта операций. Стандартизированный подход в рамках отрасли позволит учесть особенности каждой отдельной отрасли и, в то же время, стандартизирует подходы, чтобы компании рассчитывали показатели деятельности одинаковыми методами.

Мы разработали подходы к формированию отраслевых стандартов регулирования корпоративной отчётности с требованиями по предоставлению нефинансовой информации. В частности, мы сформировали список нефинансовых показателей, которые компании сферы розничной торговли должны публиковать в своей отчётности, а также разработали методику по расчёту данных показателей. Были определены следующие ключевые нефинансовые показатели деятельности и методика их расчётов: Показатель: Раскрытие информации по форматам, в которых оперирует компания, а именно: все компании сферы розничной торговли должны предоставлять количество магазинов, торговую площадь, а также размер выручки в разрезе форматов деятельности. Формат магазина должен определяться в зависимости от ассортиментапродукции в заданном магазине. Необходимо использовать следующие критерии для определения форматов:

• Магазины у дома: 2500 - 4500 наименований;

• Дискаунтеры: 4500 - 7500 наименований;

• Супермаркеты: 7500 - 18000 наименований;

• Гипермаркеты: боле 18000 наименований.

Показатель: рост продаж в сопоставимых магазинах. Для достижения единства расчёта данного показателя была разработана методика, согласно которой сопоставимыми магазинами должны считаться те, которые на дату отчётности работают не менее 13 месяцев, или 12 месяцев за месяц до даты отчётности.

Разработана формула для расчёта продаж в сопоставимых магазинах: (продажи в нынешнем году с даты, аналогичной дате открытия магазина / продажи в предыдущем году с даты открытия магазина) - 1. Применение данной формулы позволит достигнуть стандартного подхода всеми компаниями сектора к расчёту показателя роста продаж в сопоставимых магазинах. Показатель: открытие и закрытие магазинов. Как было отмечено, многие компании на сегодняшний день предоставляют свёрнутые данные по открытию и закрытию магазинов, с чем мы не согласны. Именно закрытие магазинов является одним из самых важных показателей, демонстрирующих лояльность потребителей к торговой марке, и, как следствие, потенциал дальнейшего роста. На наш взгляд, все компании должны предоставлять данные о закрытии магазинов. Также должна публиковаться информация по приросту или уменьшению торговой площади в связи с открытием/закрытием магазинов. Показатель: среднедневное количество чеков и средний размера суммы чека. В результате проведённого анализа основное нововведение, предлагаемое нами в отношении данного показателя, - предоставление размера среднего чека, а также среднедневного количества чеков в разрезе форматов и отдельно по старым (открытым более чем 12 месяцев до даты предшествующей дате отчётности) и новым магазинам. Средний размер чека считается как общая выручка за вычетом НДС, поделённая на количество чеков; среднедневное количество чеков считается как общее количество чеков за период поделённое на количество дней в периоде, в котором магазин функционировал. Показатель: отношение собственных площадей к арендованным. Данный показатель показывает, насколько компания подвержена изменениям в арендных ставках, и какой путь развития присущ компании: через приобретение помещений (более медленный и капиталоёмкий, но менее прибыльный) или аренда помещений (быстрый, менее капиталоёмкий, однако, менее прибыльный, поскольку существенное влияние наприбыль оказывают арендные платежи). Мы предлагаем адаптировать единую методику расчёта данного показателя через общую площадь магазинов, при этом не учитывая площадь складских и офисных помещений.

Показатель: Данные об ассортименте компании, а именно, общее количество наименований ассортимента в разрезе форматов, доля товаров непищевого характера в общем ассортименте компании, а также детальное предоставление данных о зависимости от импорта, доля выручки от импортных товаров, доля импортных товаров в общем денежном выражении в закупках, а также доля импортных наименований ассортимента в общем ассортименте компании. Данная информация позволит пользователю отчётности определить насколько компания подвержена валютным рискам, а также информация об ассортименте торговой сети, необходимая для комплексного анализа бизнес-модели компании.

Показатель: Рост средних цен в торговой сети. На данный момент ни одна компания сферы розничной торговли не раскрывает данный показатель. Мы считаем, что для пользователей отчётности рост цен представляет большой интерес, чтобы понимать, за счёт чего достигается рост выручки и какие есть риски снижения посещаемости. Пользователь отчётности мог бы сравнивать рост цен компании с индексом роста продовольственных цен. Мы также предложили методику расчёта данного показателя, которая основывается на средневзвешенном подходе.

Показатель: Последние два показателя, - особенности логистической системы компании и система скидок и программы лояльности, — мы выделили в отдельную группу. В отношении данных показателей мы разработали список информационных данных, которые каждая компания должна предоставлять. Однако в целом считаем, что менеджмент сам должен представлять эти показатели в корпоративной отчетности, максимально подробно описывая как свою логистическую сеть, так и программы поддержания лояльности покупателей.

Мы рассмотрели различные области бухгалтерского учёта операций в сфере розничной торговли и предложили подход в отношении каждой области. Основной целью являлась стандартизация подходов к учёту тех или иных хозяйственных операций в рамках компаний одной отрасли, вследствие чего должен быть достигнут одинаковый подход к расчёту показателей финансовой отчетности у всех компаний отрасли. Предложенные нововведения имеют целью усовершенствовать финансовую отчетность компаний и облегчить возможность сравнения финансовых показателей между компаний одной отрасли. Были предложены следующие нововведения:

• Стандартизировать подход к учёту торговых бонусов и скидок поставщиков. По нашему мнению, все ретроплатежи и скидки со стороны поставщиков, по сути, являются скидками для поддержания лояльности со стороны торговых сетей, а посему должны уменьшать себестоимость и ни при каких условиях не учитываться в качестве прочей выручки.

• Предложена единая методика по расчёту и учёту резерва по недостачам и излишкам, а именно, мы предложили рассчитывать резерв по недостачам и излишкам на отчётную дату исходя из исторических данных между фактическими остатками и учётными. Резерв, начисленный в прошлом году, списывается, и начисляется новый резерв за текущий финансовый год.

• Предложено стандартизировать выбор валюты отчётности и функциональной валюты в рамках каждой отрасли и лишить менеджмент свободы выбора как функциональной валюты, так и валюты отчётности. Функциональной должна быть местная валюта. Валюта отчётности всегда должна соответствовать функциональной валюте.

• Выработан подход по разделению аренды на финансовую и операционную в рамках сферы розничной торговли. Предложено классифицировать аренду помещений, по которому право собственности остаётся у арендодателя в качестве операционной аренды. Вся прочая долгосрочная аренда — оборудование, автомобили и прочее - должна признаваться в качестве финансового лизинга.

В результате предложенных нововведений ожидается стандартизация методов учёта различных операций в рамках одной отрасли. Тем самым будет достигнуто повышение качества отчётности и будет обеспечена пользователям возможность более надёжного и корректного сравнения финансовых результатов различных компаний одной отрасли.

## Список литературы диссертационного исследования кандидат экономических наук Мамедов Гейдар Юсиф оглы, 2010 год

1. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 21.11.1996 N 129-ФЗ.

2. Аверчев И.В. МСФО в примерах и задачах. М.: , Эксмо, 2007. - 400 с.

3. Агафонова М.Н. Бухгалтерский учет и документооборот в оптовой и розничной торговле. М.: РОСБУХ, 2008. - 720 с.

4. Андриссен Д., Тиссен Р. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов. — М.: Олимп-Бизнес, 2004.-304 с.

5. Барух J1. Нематериальные активы. Управление, измерение, отчетность. — М.: Квинто Консалтинг, 2006. - 240 с.

6. Баффет У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. - 272 с.

7. Белов Г. В., Белова Г. Б. Товары и услуги на потребительском рынке. -М.: Академкнига, 2003. 256 с.

8. Бивен Д. Войны супермаркетов. М.: Эксмо, 2008. - 288 с.

9. Битюцких В.Т. Мифы финансового анализа и управление стоимостью компании. М.: Олимп-Бизнес, 2007. - 224 с.

10. Бочаров В.В. Комплексный финансовый анализ. Спб: Питер, 2005. — 432 с.

11. П.Волков А.С. Создание рыночной стоимости и инвестиционной привлекательности. М.: Вершина, 2007. - 304 с.

12. Гершун A.M., Нефедьева Ю.С. Разработка сбалансированной системы показателей. М.: Олимп-Бизнес. 2004. - 128 с.

13. Главные тренды потребительского рынка 2008: 50 слов от 50 CEO — М.: Эксмо, 2008. 128 с.

14. Грэхем Б., Мередит С.Б. Анализ финансовой отчётности компаний. М.: Вильяме, 2009. - 144 с.

15. Депамфилис Д. Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании. М.: Олимп - Бизнес, 2007. - 960 с.

16. Дымшиц М. Потребительская лояльность. Механизмы повторной покупки. М.: Вершина, 2007. - 241 с.

17. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2004. - 304 с.

18. Керимов В.Э. Управленческий учет в организациях и предприятиях потребительской кооперации. М.: Дашков и Ко, 2005. — 225 с.

19. Кожинов В.Я. Бухгалтерский учет в торговле. Типовые хозяйственные операции и ситуации. М.: Экзамен, 2006. - 592 с.

20. Кравченко Н.А. Инвестиционный анализ. М.: Дело, 2007. - 264 с.

21. Малашенко Н.П. Маркетинг на потребительском рынке. — М.:, Омега-Л, 2008.-208 с.

22. Мард М., Хитчнер Д., Хайден С. Справедливая стоимость в финансовой отчётности. М.: Маросейка, 2009. - 248 с.

23. Международные стандарты финансовой отчётности. Изд-е второе. — М.: Изд-во «Весь мир», 2009.

24. Монин А. Ритейл в России. Особенности национальной розницы. — Спб: Невский проспект, Вектор, 2007. 208 с.

25. Морозова Л.Л., Морозова Е.Л. Учетная политика организаций. — М.: Актив, 2009. 208 с.

26. МСФО. Точка зрения КПМГ. Практическое руководство по Международным стандартам финансовой отчетности, подготовленное КПМГ 2007/2008. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. - 1760 с.

27. Николаева Г. А., Сергеева Т. С. Бухгалтерский учет в оптовой торговле. -М.: Приор, 2009. 256 с.

28. Николаева О.Е, Шишкова Т.В. Классический управленческий учёт. М.: ЛКИ, 2010.-400 с.

29. Николаева Т.В., Алексеева О.В. Стратегический управленческий учёт. -М.: ЛКИ, 2008.-308 с.

30. Орлова Е. В. Скидки и бонусы. Учет и налоги. М.: Налог Инфо, 2007.

31. Пациорковский В.В. Рынок потребительских услуг. М.: ИСЭПН РАН, 2006. - 202 с.

32. Рамперсад X.,Универсальная система показателей деятельности. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 360 с.

33. Рассказова-Николаева С.А., БуШмелева Н.В. Новые правила отражения в учете и отчетности расчетов по обязательствам, выраженным в иностранной валюте. — М.: Экономика и Жизнь, 2007. — 160 с.

34. Рассказова-Николаева С.А., Шебек С.В. Корпоративные стандарты: от концепции до инструкции. М.: Книжный мир, 2008. - 320 с.

35. Рейли Р.Ф., Швайс Р.П. Оценка нематериальных активов, Квинто -Консалтинг, 2005. 762 с.

36. Рекхэм Н., Винсентис Д. Продажи. Искусство создания и сохранения потребительской ценности. -М.: Претекст, 2008. 334 с.

37. Рид Лажу А., Фостер Рид С. Искусство слияний и поглощений. М.: Альпина Паблишерз, 2009. — 958 с.

38. Роувит С., Хардинг Д. Искусство слияний и поглощений. Четыре ключевых решения, от которых зависит успех сделки. М.: Гревцов Паблишер, 2007. - 256 с.

39. Рош Д., Стоимость компании: от желаемого к действительному. М.: Гревцов Паблишерз, 2008. — 352 с.

40. Сенге П., Клейнер А., Роберте Ш. Танец перемен: новые проблемы самообучающихся организаций. М.: Олимп-Бизнес, 2004. - 624 с.

41. Середа К.Н. Антикризисная бухгалтерия. Р: Феникс, 2009. — 256 с.

42. Современный супермаркет. Учебник по современным формам торговли. -M.BBPG, 2006.-336 с.

43. Соловьева О.В. Международная практика учёта и отчётности. — М.: Инфра-М, 2004. 332 с.

44. Соловьева О.В. МСФО и ГААП: учёт и отчётность. М.: ФБК-пресс, 2004. - 328 с.

45. Суйц В .П., Ситникова В.А. Аудит. М.: КноРус, 2008. - 168 с.

46. Суйц В.П. Управленческий учёт. М.: Высшее образование, 2007. — 384 с.

47. Сухова JI. Ф., Глаз В. Н., Чернова Н. А. Анализ финансового состояния и бизнес-план торговой организации потребительской кооперации. — М.: Финансы и статистика, 2006. 278 с.

48. Теплова Т. Инвестиционные рычаги максимизации стоимости компании. М.: Вершина, 2007. - 272 с.

49. Хагстрем Р. Путь Уоррена Баффета. Стратегии инвестиций величайшего в мире инвестора. М.: Лори, 2000. — 240 с.

50. Хамби К., Хант Т., Филлипс Т. Набирая очки. Как розничная сеть супермаркетов Tesco выиграла битву за лояльного покупателя. — М.: Баланс Бизнес Букс, 2006. 304 с.

51. Хиггинс Р.С. Финансовый анализ: инструменты для принятия бизнес-решений. 8-е изд. - М.: Вильяме, 2008. - 464 с.

52. Хитчнер Д. Оценка стоимости нематериальных активов. — М.: Омега-JI, 2008.- 144 с.

53. Хорин А.Н., Керимов В.Э. Стратегический анализ. — М.: Эксмо, 2009. -448 с.

54. Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В. Оценка конкурентоспособности предприятия. — М.: Юиити—Дана, 2008. — 800 с.

55. Шатраков А.Ю., Комков Н.И., Юрченко Е.В., Асланов М.А., Бондарева Н.Н. Условия и механизмы управления нематериальными активами. М.: Экономика, 2009. - 304 с.

56. Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. — М.: Инфра-М, 2009. — 368 с.

57. Шеремет А.Д. Управленческий учёт. М.: Инфра-М, 2009. - 432 с.

58. Шишкова Т.В., Козельцева Е.А. Международные стандарты финансовой отчетности. М.: Эксмо, 2009. - 320 с.

59. Эванс Ф., Бишоп Д. Оценка компаний при слияниях и поглощениях. Создание стоимости в частных компаниях. М.: Альпина Паблишерз, 2009.-336 с.

60. Экклз Р., Герц Р. Революция в корпоративной отчетности. Как разговаривать с рынком капитала на языке стоимости, а не прибыли. -М.: Олимп-Бизнес, 2002. 400 с.

61. Antill N., Lee К. Company Valuation Under IFRS: Interpreting and Forecasting Accounts Using International Financial Reporting Standards. -2nd edition. Hampshire, Great Britain, 2008. - 406 p.

62. Barreneche R. A. New Retail. NY: Phaidon, 2008. - 200 p.

63. Bebbington J., Gray R., Laughlin R. Financial Accounting: Practice and Principles. NJ: CENGAGE LRNG Business Press, 2001. - 544 p.

64. Bhattacharya H. Total Management by Ratios: An Analytic Approach to Management Control and Stock Market Valuations. Great Britain: Sage Publications, 2007. - 374 p.

65. Bragg S. M. The Ultimate Accountants' Reference: Including GAAP, IRS & SEC Regulations, Leases, and More. NJ: Wiley & Sons, 2006. - 888 p.

66. Bragg S. Accounting Control Best Practices (Wiley Best Practices). NJ: Wiley & Sons, 2009. - 209 p.

67. Bragg S. Just-in-Time Accounting: How to Decrease Costs and Increase Efficiency. NJ: Wiley & Sons, 2009. - 349 p.

68. Cash P. R. Management of Retail Buying. NJ, Wiley & Sons Inc, 2005. -271 p.

69. Chorafas D. N. IFRS, Fair Value and Corporate Governance: The Impact on Budgets, Balance Sheets and Management Accounts. MA: CIMA Publishing, 2006.-412 p.

70. Cohen J. Intangible Assets: Valuation and Economic Benefit. NJ: Wiley & Sons, 2005.-201 p.

71. Cook L. Financial Valuation of Employee Stock Ownership Plan Shares. NJ:

72. Wiley & Sons, 2005. 249 p.

73. Demslci J. Managerial Uses of Accounting Information (Springer Series in Accounting Scholarship). FL: Business Media, 2008. - 99 p.

74. Drury C. Management Accounting for Business Decisions. NJ: Wiley & Sons, 2005.-201 p.

75. Evans F. and Bishop D. Valuation for M&A: Building Value in Private Companies. NJ: Wiley & Sons, 2001.-291 p.

76. Few Lee C. Advances in Quantitative Analysis of Finance and Accounting: New Series (Advances in Quantitative Analysis of Finance and Accounting, Vol. 1). Great Britain: World Scientific Publishing, 2004. - 298 p.

77. Hitchner J.R. and Mard M.J. Financial Valuation Workbook: Step-by-Step Exercises to Flelp You Master Financial Valuation (Wiley Finance). NJ: Wiley & Sons, 2006. - 383 p.

78. Horwich D. The Professional's Guide to Purchase and Sale of a Business: Taxation, Valuation, Law, and Accounting. Great Britain: Elsevier, 2002. -302 p.

79. Howard M. Accounting and Business Valuation Methods: how to interpret IFRS accounts. Great Britain: Elsevier, 2007. 100 p.

80. Hughes H., Ayres K., Hoskin D. Financial Accounting: A Valuation Emphasis, Department of Accounting and MIS, The Ohio State University. NJ: Wiley & Sons, 2007. - 320 p.

81. Hughes J.S., Frances L.A. and Hoskin R.E. Financial Accounting: A Valuation Emphasis. NJ: Wiley & Sons, 2004. - 553 p.

82. Improving Business reporting: a customer focus, meeting the information needs of investors and creditors. The American institute of certified public accountants.

83. Johnson R. Shareholder Value A Business Experience (Quantitative Finance Series). - Great Britain: Elsevier - 2001. - 450 p.

84. Koller Т., Goedhart M., and Wessels D. Valuation: Measuring and Managingthe Value of Companies, Fourth Edition, University Edition by McKinsey & Company Inc. NJ: Wiley & Sons, 1999. - 740 p.

85. Madden B.J. CFROI Valuation. Great Britain: Elsevier, 1999. - 206 p.

86. Mard M.J., Hitchner J.R. and Hyden S.D. Valuation for Financial Reporting : Fair Value Measurements and Reporting, Intangible Assets, Goodwill and Impairment. NJ: Wiley & Sons, 2007. - 209 p.

87. Nobes C., Parker R.B. Comparative International Accounting. 9th edition. -Harlow, England, Pearson Eduction Limited, 2006. - 600 p.

88. Palepu K., Healy P. and Bernard V. Business Analysis and Valuation: Using Financial Statements. USA: Thomson South-Western, 2005. - 301 p.

89. Penman S. Financial Statement Analysis & Security Valuation w/S&P package. NJ: Wiley & Sons, 2001. - 330 p.

90. Pratt S.P. Business Valuation Discounts and Premiums. NJ: Wiley & Sons, 2009.-455 p.

91. Rachlin R. and Sweeny A. Accounting and Financial Fundamentals for Non-Financial Executives. NY: American Management Association, 1996. - 280 P

92. Ratner I. and Stein G., Business Valuation and Bankruptcy (Wiley Finance). -NJ: Wiley & Sons, 2006. 255 p.

93. Sack Elmaleh M. and Willis J. Financial Accounting: A Mercifully Brief Introduction. USA: Ephiphany Communications, 2005. - 233 p.

94. Shim J. Schaum's Financial Accounting 2 Ed. NJ: Wiley & Sons, 1999. - 356 P

95. Standfield K., Torre A. Intangible Management: Tools for Solving the Accounting and Management Crisis. FL: Butterworth-Heinemann, 2006. -275 p.

96. Stewart M., Warner R., Portman J. Leases & Rental Agreements. CA: NOLO, 2007. - 208 p.

97. Stickney C. P. and Weil R. Financial Accounting: An Introduction to

98. Concepts, Methods and Uses. USA: Thomson South-Western, 2006. - 491 p.

99. Stimes P. Equity Valuation, Risk and Investment: A Practitioner's Roadmap (Wiley Finance). NJ: Wiley & Sons, 2008. - 275 p.

100. Sutherland J., Canwell D. Key Concepts in Accounting and Finance. NY: Palgrave Macmillan, 2004. - 272 p.

101. Think of number. The economist, September 1999.

102. Van Teeffelen G.-J. Glass Ball, De Volkskrant, October 1999.

103. Weaver S., Weston F. Finance & Accounting for Non-Financial Managers. -NY: McGraw Hill, 2004. 234 p.

104. Weiner A. Financial Accounting As a Second Language. NJ: Wiley & Sons, 2008.-305 p.

105. Weygandt J.J., Kimmel P.D. and Kieso D.E. Financial Accounting. NJ: Wiley & Sons, 2001. - 798 p.

106. Weygandt J.J., Kimmel P.D. and Kieso D.E. Managerial Accounting: Tools for Business Decision Making. NJ: Wiley & Sons, 2007. - 336 p.

107. Интернет ресурс: www, accaglobal .com

108. Интернет ресурс: www.cisaaa.org

109. Интернет ресурс: www.ey.com

110. Интернет ресурс: www.fasb.org

111. Интернет ресурс: www.gaap.ru

112. Интернет ресурс: www.iasb.org

113. Интернет ресурс: www.minfin.ru

114. Интернет ресурс: www.planetretail.net

115. Интернет ресурс: www.pricewaterhousecoopers.com

116. Интернет ресурс: www.rbc.ru

117. Интернет ресурс: http://ru.wikipedia.org