

На правах рукописи

МАМЕДОВ ГЕЙДАР ЮСИФ ОГЛЫ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ
ОТЧЁТНОСТИ КАК ИНФОРМАЦИОННОЙ БАЗЫ
ДЛЯ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ**

Специальность 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика

АВТОРЕФЕРАТ
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва
2010

Диссертация выполнена на кафедре международного бухгалтерского учёта экономического факультета Государственного университета – Высшая школа экономики

Научный руководитель: Кандидат экономических наук, доцент
Шишкова Татьяна Владимировна

Официальные оппоненты:

- **Кондраков Николай Петрович**, доктор экономических наук, профессор, директор Центра эккаунтинга и аудита Академии народного хозяйства при Правительстве России;
- **Тивикова Екатерина Леонидовна**, кандидат экономических наук, заместитель главного директора, ООО «Торговый дом «Форвард»

Ведущая организация - кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита Московского государственного университета экономики, статистики и информатики.

Защита состоится « » 2010 года в на заседании Диссертационного совета Д 501.001.18 при Московском Государственном Университете имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, Москва, ГСП-1, Ленинские горы, МГУ имени М.В. Ломоносова, 3-й корпус гуманитарных факультетов, экономический факультет, ауд. № 507.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке 2-ого учебного корпуса МГУ имени М.В. Ломоносова.

Автореферат разослан « » 2010 года.

Ученый секретарь
Диссертационного Совета Д-501.001.18
при МГУ им. М.В. Ломоносова
доктор экономических наук, профессор



— В.П. Суйц.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

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 кредитных рынков. 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 относительно 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 величиной прибыли, 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 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 Л.Л., Николаева О.Е., Палий В.Ф., Пучкова С.И., Рассказова-Николаева С.А., Серeda К.Н., Соловьева О.В., Суйц В.П., Филатова Е.В., Хорин А.Н., Шеремет А.Д., Шишкова Т.В., Шнейдман Л.З., 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 зарубежных авторов Роберт Дж. Экклз, Питер Сенге, Даниел Андриссен, Роберт Х. 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 отчетности и которые отражают уровень развития компании;

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

- предложить стандартизацию подхода 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 раскрытия нефинансовых показателей для компаний сферы розничной торговли

Предметом исследования является содержание и формат раскрытия финансовой и нефинансовой информации в корпоративной отчетности публичных компаний.

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 син-

теза, 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 развитии концепции корпоративной отчетности как информационной базы для принятия инвестиционных решений. В ходе исследования сформулированы и обоснованы следующие положения, определяющие новизну и являющиеся предметом защиты:

- определены основные информационные ожидания пользователей корпоративной отчетности; выявлены области корпоративной отчетности публичных компаний, в которых объём, формат и содержание раскрываемой информации не соответствуют ожиданиям основных пользователей. Определены направления совершенствования корпоративной отчетности для соответствия ожиданиям пользователей – внедрение нефинансовых показателей в систему корпоративной отчетности и единый подход к учёту идентичных бухгалтерских операций в рамках одной отрасли;

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

- предложено внедрить в систему корпоративной отчетности обязательное требование по раскрытию нефинансовых показателей. Предложена

методика расчёта каждого показателя и формат представления 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. Предложено стандартизировать учёт идентичных хозяйственных операций в рамках сферы розничной торговли и устранить влияние на величину финансовых результатов компаний использования различных методов учёта идентичных хозяйственных операций;

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 использованы в деятельности компаний ООО «Эрнст энд Янг», ООО «Адидаш», 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 четырех работах общим объемом 1,3 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 8 приложений. Изложение материала подчинено общей логике исследования, его цели и задачам.

Во введении обоснована актуальность темы диссертационного исследования, степень разработанности темы исследования, сформулированы цели и задачи исследования, определены объект и предмет, научная новизна исследования.

В первой главе «Анализ корпоративной отчетности как информационной базы для принятия инвестиционных решений» описываются основные причины расхождения рыночной стоимости компаний и балансовой, определяются информационные ожидания основных пользователей корпоративной отчетности по раскрытию информации, определяется роль нефинансовых показателей в системе корпоративной отчетности.

Вторая глава «Система нефинансовых и финансовых показателей деятельности компаний» описывает методы определения нефинансовых показателей, дается характеристика отрасли розничной торговли, на примере которой построено диссертационное исследование. В рамках второй главы определены основные нефинансовые показатели деятельности компаний розничной торговли и основные направления совершенствования финансовой части корпоративной отчетности.

В третьей главе «Пути совершенствования корпоративной отчетности» на примере сферы розничной торговли мы выдвигаем концепцию отраслевых стандартов, предлагаем методику расчёта нефинансовых показателей, разрабатываем формат раскрытия нефинансовых показателей деятельности в корпоративной отчетности. В рамках предложенных нововведений в финансовой части корпоративной отчетности мы предлагаем ряд изменений в системе финансового учёта хозяйственных операций, а также на практическом примере, показываем результат совершенствования корпоративной отчетности путём внедрения предложенных и изменений.

В заключении обобщаются основные результаты проведенного исследования.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

1. Анализ информационного разрыва между ожиданиями пользователей финансовой отчётности и предоставляемой информацией.

Основной разрыв между информационными ожиданиями пользователей корпоративной отчётности и информацией, содержащейся в ней, возникает из-за различий между бизнес-моделью, которая охватывает все значимые финансовые и нефинансовые показатели, и финансовой моделью, которая ограничивается лишь финансовой частью бизнес-модели. В новой модели отчётности должна быть отражена вся необходимая для инвесторов информация. Центральное место в бизнес-модели занимает перечень показателей деятельности, которым менеджеры отводят важную или потенциально важную роль. Из трудов Р.Каплана и Д.Нортонa мир ещё 10 лет назад узнал, что финансовые показатели являются лишь частью общей системы показателей, которая используется для оценки деятельности предприятия. Из отчётности компаний за предыдущие периоды невозможно сделать вывод о ходе её развития в предстоящие периоды. Пользователям отчётности нужна информация, которая повлияет на будущие показатели, на способность компании получать доходы в будущем. Инвесторы хотят видеть в отчётности факторы стоимости, которые компании сейчас не раскрывают. Данный информационный разрыв приводит к существенному различию между балансовой стоимостью и рыночной стоимостью компаний. Детально это продемонстрировано в табл. 1. Мы рассматриваем три варианта оценки компании: рыночная стоимость, соответствующая котировкам акций компании на фондовом рынке; экономическая стоимость, представляющая собой справедливую стоимость, что есть приведённая стоимость будущих денежных потоков, и балансовая стоимость, соответствующая балансовой стоимости чистых активов компании. При этом особую важность составляет именно правильная оценка экономической стоимости, что, на наш взгляд, требует детального раскрытия нефинансовых показателей дея-

тельности, от которых зависит способность компании генерировать денежные потоки в будущем. Из табл.1 видно, что в случае, когда компания раскрывает нефинансовые показатели деятельности, инвестор может определить экономическую стоимость бизнеса и далее, в зависимости от рыночных котировок, определить переоценена или недооценена компания. Однако, когда компания не раскрывает нефинансовые показатели, её экономическую стоимость достаточно сложно определить и рыночные котировки акций такой компании более подвержены слухам и спекуляциям.

Таблица 1

Формирования экономической стоимости

Балансовая стоимость	Балансовая стоимость
+	+
Сильные нефинансовые показатели деятельности	Сильные нефинансовые показатели деятельности
=	=
Возможность компании расширяться, увеличивать долю рынка и наращивать доходы	Возможность компании расширяться, увеличивать долю рынка и наращивать доходы
↓	↓
Увеличение чистых активов в будущем	Увеличение чистых активов в будущем
↓	↓
Экономическая стоимость компании сегодня превышает балансовую	Экономическая стоимость компании сегодня превышает балансовую
+	+
Информация о нефинансовых показателях раскрывается в корпоративной отчётности	Информация о нефинансовых показателях НЕ раскрывается в корпоративной отчётности
=	=
Рыночная стоимость должна соответствовать экономической	Экономическая стоимость не может быть определена, из-за отсутствия данных о драйверах роста
+ / -	+ / -
спекулятивная наценка	спекулятивная наценка
=	=
Рыночная стоимость	Рыночная стоимость

Разрыв между рыночной стоимостью и экономической стоимостью будет всегда, поскольку на рынке есть спекулянты, есть люди, которые действуют против устоявшихся правил инвестирования. Мы не стремимся искоренить разрыв между экономической стоимостью и рыночной. Основная задача состоит в том, чтобы добавить в отчётность информацию, которой не хватает инвесторам, чтобы отчётность содержала необходимую для пользователя информацию, чтобы пользователь мог оценить экономиче-

скую стоимость предприятия. Когда инвесторам не хватает важной информации, инвесторы склонны проявлять излишнюю осторожность и оценивать акции компании дешевле, чем рассчитывают менеджеры, которые исходят из более обширной информации о текущей деятельности своей фирмы, ее стратегиях и планах на будущее. Очень часто инвесторы не сходятся с менеджерами в стоимостной оценке большинства компаний отчасти потому, что инвесторам не хватает информации для правильного определения стоимости.

Все компании, котирующиеся на биржевых площадках, предоставляют годовые отчёты, в которых описывают характеристики компании, влияние и риски отраслевой структуры, информацию о менеджерах и акционерах, финансовые данные, а также управленческий анализ финансовых данных, вкратце описываются перспективы развития. Однако, в годовом отчёте не хватает списка нефинансовой информации, которую должны раскрывать компании той или иной отрасли. Сейчас каждая компания имеет свободу и выбор в раскрытии своей нефинансовой деятельности. Отсутствие единого качественного подхода к предоставлению нефинансовой информации и является причиной разрыва между ожиданиями инвесторов и публикуемой информацией.

2. Предпосылки для нововведений в финансовой части корпоративной отчётности

Свобода выбора в учёте различных операций привела к возможности манипуляций финансовыми показателями деятельности компаниями, вследствие чего доверие к финансовым показателям, и, в частности, к такому важному из них, как прибыль, существенно уменьшилось. Инвесторы не могут эффективно сравнивать различные компании, поскольку среди компаний нет единого подхода в методике учёта различных операций. Ярким примером является финансовый лизинг или, до недавнего времени, учёт процентов по кредитам. МСФО 17 имеет ряд критериев, при которых компания может

классифицировать лизинг как операционный. В то же время есть требования, когда компания обязана классифицировать лизинг как финансовый и признавать актив, и, соответственно, обязательство на балансе. Однако, много компаний, желающих улучшить свои показатели ликвидности, находят способы оформить свои договорные отношения так, чтобы формально лизинг соответствовал требованиям операционного лизинга и, соответственно, обязательство на балансе не признавалось. Аналогичная ситуация была с учётом процентов по расходам. МСФО 23 позволял компании капитализировать проценты по кредитам, привлечённым на долгосрочное инвестирование, будь то строительство, или же создание продукта с долгосрочным циклом производства. Ряд компаний капитализировал проценты, другие же списывали их по мере возникновения. В результате для тех компаний, которые списывали расходы по кредитам в момент их возникновения, очевидно, что эффективная ставка процента по кредитам была выше, чем у тех, которые капитализировали. В то же время компании, списывающие проценты по кредитам, имели меньшую стоимость аналогичных объектов основных средств нежели компании, которые капитализировали их. В результате, такие показатели, как цена акции / балансовая стоимость чистых активов или рентабельность активов у абсолютно идентичных компаний, различались, хотя на самом деле вся разница заключалась лишь в методах учёта, а не в фундаментальных различиях между компаниями. С 2009 года учёт процентов стандартизирован. Теперь МСФО требует, чтобы все проценты капитализировались в стоимость основных средств до момента ввода в эксплуатацию. Однако, кроме учёта процентов, есть ряд областей бухгалтерского учёта, где свобода подходов к выбору метода учёта хозяйственных операций существенно влияет на сравнение финансовых показателей компаний.

На наш взгляд, необходимо стандартизировать методику учёта в рамках каждой отдельной отрасли за счёт введения отраслевых стандартов. В результате будет достигнуто единство в подходах к учёту тех или иных операций в рамках одной отрасли. Мы считаем, что это является необходимым

условием для обеспечения сопоставимости и сравнимости данных финансовой отчетности. При этом необходимо понимать, что учёт бухгалтерских операций не может быть стандартизирован в целом, это необходимо лишь в рамках одной отрасли, поскольку каждой отрасли присущи свои особенности.

3. Определение нефинансовых показателей для включения в корпоративную отчётность и анализ методов их расчёта на примере сферы розничной торговли.

Для формирования базы нововведений в системе корпоративной отчётности мы выбрали сектор розничной торговли. Во-первых, стоимость компаний потребительского сектора на фондовых рынках наименее подвержена политическим составляющим, в отличие от металлургических, нефтегазовых и прочих ресурсных отраслей. Поэтому при анализе стоимостных факторов наиболее легко будет определить зависимость стоимости от различных составляющих. Во-вторых, по нашему мнению, рынок розничной торговли остаётся фрагментированным и наиболее молодым по сравнению с другими рынками, и по этой причине наиболее разрозненным в формате, а также составе предоставляемой информации. Для нашего анализа мы изучили отчётность крупнейших российских компаний потребительского сектора, акции которых котируются на бирже – Седьмой Континент, Дикси, Магнит, а также группа X5 (магазины формата Перекресток и Пятерочка). Дополнительно мы изучили годовые отчёты европейских и американских лидеров розничной торговли, а именно, Carrefour, Tesco, Wall-Mart. В результате проведённого анализа мы сформировали набор нефинансовых показателей, которые являются факторами роста для компаний сферы розничной торговли. Мы также предложили стандартную методику расчёта данных показателей.

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 ассортимента продукции в данном магазине. Необходимо использовать следующую методику для определения форматов:

- Магазины у дома: 2 500 – 4 500 наименований
- Дискаунтеры: 4 500 – 7 500 наименований
- Супермаркеты: 7 500 – 18 000 наименований
- Гипермаркеты: более 18 000 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 открыты не менее 13 месяцев, или 12 месяцев за месяц до даты отчётности. Разработана формула для расчёта продаж в сопоставимых магазинах, применение которой, позволит достигнуть стандартного подхода у всех компаний сектора к расчёту показателя роста продаж в сопоставимых магазинах.

Показатель: открытия и закрытия магазинов. Было отмечено, что 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: среднее количество чеков и средняя сумма чека. В результате проведённого анализа основное нововведение, предлагаемое нами в отношении данного показателя, это предоставление суммы среднего чека, а также среднее количество чеков в разрезе форматов и отдельно по сопоставимым (открытым более чем 12 месяцев до даты предшест-

вующей дате отчётности) и новым магазинам. Средний размер чека считается как общая выручка за вычетом НДС, поделённая на количество чеков, среднее 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 риску изменений в арендных ставках и какой путь развития присущ компании – через приобретение помещений (более медленный и капиталоемкий, но более прибыльный) или через аренду помещений (быстрый, менее капиталоемкий, однако менее прибыльный, поскольку существенной нагрузкой на компанию становятся арендные платежи). Мы предлагаем принять 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, а именно - доля выручки от импортных товаров, доля импортных товаров в денежном выражении в общих закупках; а также доля импортных наименований ассортимента в общем ассортименте компании. Данная информация позволит пользователю отчётности определить, насколько компания подвержена валютным рискам, информация о ассортименте торговой сети необходима 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 составляет большой интерес, чтобы понимать, за счёт чего достигается рост выручки и какие есть риски понижения посещаемости. Пользователь отчётности мог бы сравни-

вать рост цен компании с индексом роста продовольственных цен. Расчёт данного показателя должен основываться 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. В целом, считаем, что менеджмент сам должен обсуждать эти показатели в корпоративной отчетности, максимально подробно описывая как свою логистическую сеть, так и программы поддержания лояльности покупателей.

4. Предложения по совершенствованию и стандартизации методов учёта различных бухгалтерских операций в рамках одной отрасли

Как было отмечено, одной из основных проблем при сравнении финансовых результатов деятельности компаний является отсутствие единого подхода к методам учёта идентичных хозяйственных операций. Различия в методах учёта имеют прямое влияние на финансовые показатели компании, в частности на показатель прибыли. В результате свобода выбора методов учёта позволяет компаниям манипулировать финансовыми показателями, что существенно снижает доверие к финансовой отчётности со стороны инвесторов. Мы предлагаем стандартизировать методы учёта различных бухгалтерских операций в рамках каждой индустрии с учётом особенностей того или иного сектора. На примере сектора сферы розничной торговли мы предлагаем ряд изменений в системе учёта бухгалтерских операций:

- Стандартизировать подход к учёту торговых бонусов и скидок поставщиков. Все ретроплатежи и скидки со стороны поставщиков являются скидками для поддержания лояльности со стороны торговых сетей и поэтому должны уменьшать величину себестоимости и ни

при каких условиях не учитываться в качестве прочей выручки.

- Предложена единая методика по расчёту и учёту резерва по недостаткам и излишкам, а именно, расчет резерва по недостаткам и излишкам на отчётную дату проводить на основе исторической зависимости 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. Функциональной валютой 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 которой право собственности остаётся у арендодателя, в качестве операционной аренды. Вся прочая долгосрочная аренда - оборудование, автомобили и прочее должна признаваться в качестве финансового лизинга.

Основные положения диссертации опубликованы в следующих печатных работах автора:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК:

1. Мамедов Г.Ю. Совершенствование корпоративной отчётности публичных компаний // Вестник МГОУ. 2009, май. – 0,7 п.л.
2. Мамедов Г.Ю. Анализ деятельности компаний сферы розничной торговли на основе нефинансовых показателей // Российское предпринимательство. 2009, июль. – 0,2 п.л.

Статьи в других изданиях:

1. Мамедов Г.Ю. Сравнительный анализ методов финансового учёта предприятий нефтяной отрасли согласно US GAAP// Материалы научной конференции молодых специалистов. 2006, октябрь. – 0,1 п.л.
2. Мамедов Г.Ю. Модель финансовой отчётности в новой парадигме рынков капитала // Экономика и финансы. 2009, август. – 0,3 п.л.