

КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСЫ, ИНВЕСТИЦИИ, УЧЕТ

УДК: 330.1 + 336.6

JEL: M40, M41

Персонализация данных как тенденция развития корпоративной отчетности

Ж. Е. Кащина

Группа компаний «ЛС-Групп»,
Российская Федерация, 191014, Санкт-Петербург, пер. Солдатский, 5

Для цитирования: Кащина Ж.Е. (2021) Персонализация данных как тенденция развития корпоративной отчетности. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. Т. 37. Вып. 4. С. 656–681. <https://doi.org/10.21638/spbu05.2021.406>

В статье рассматриваются проблемы методологии корпоративной отчетности, связанные с несоответствием ее современных форм информационным потребностям заинтересованных пользователей. Цель исследования — охарактеризовать актуальную практику персонализированной отчетности как инструмента взаимодействия участников экономических отношений, а также оценить вероятные перспективы ее развития в условиях современной информационной среды. Вводится понятие персонализированной отчетности, характеризующее тенденцию инициативного представления компаниями данных, ориентированных на информационные запросы конкретного контрагента. Теоретической основой для данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные текущему кризису публичной корпоративной отчетности и возможным вариантам развития ее практики, а также исследования, в которых раскрывается степень соответствия традиционных форм корпоративной финансовой отчетности уровню развития современных технологий. Практической базой данного исследования стали материалы опроса топ-менеджмента более 300 российских компаний и полученные данными компаниями запросы контрагентов на предоставление им персонализированной отчетности. Методика данного опроса основывалась на работах ряда зарубежных авторов, проводивших сходные исследования в последние годы. Исследование подтвердило выдвинутую гипотезу, доказав наличие практики персонализированной отчетности и потребности в ее развитии. Сформулирован ряд предложений относительно формата, сроков представления и содержательного наполнения персонализированной корпоративной отчетности. Кроме того, текущий уровень развития информационных технологий позволяет допустить, что благодаря их реализации в практике бухгалтерского учета заинтересованные лица смогут получать персонализированную отчетность компаний в режиме реального

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2021

времени. В этой связи персонализированная отчетность может рассматриваться как дополнение или — в перспективе — альтернатива современным формам финансовой отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, отчетность, данные, заинтересованные лица, персонализация, информация, современность, технологии, развитие, кризис.

Введение

В последние годы представителями как бизнеса, так и научного сообщества неоднократно поднимался вопрос о совершенствовании форм и содержания корпоративной отчетности. В этой связи можно назвать работы и отечественных авторов (см., например: [Ковалев, 2014; Соколов, 2003; Пятов, Соловей, 2018; Палий, 2007]), и зарубежных (см., например: [Мэтьюс, Перера, 1999; Хендриксен, Ван Бреда, 2000; Эклз и др., 2002; MacNeal, 1970; Mattessich, 2014; Chambers, 1969; Sorter, 1969; Stamp, Mumford, 1993]). Причиной существования разных взглядов на проблематику корпоративной отчетности, в частности, является тот факт, что принципы, заложенные в технологию составления и представления отчетных данных, не вполне соответствуют существующим запросам ключевых игроков бизнес-среды [Ковалев, 2014]. При этом, несмотря на продолжающуюся критику содержащихся в публичной отчетности сведений, она остается важным, а иногда и единственным официальным источником информации о положении дел компании.

Одной из основных тем дискуссий в литературе, посвященной учету, на протяжении многих лет является актуальность используемых общепринятых форм отчетности. При этом многие авторы (см., например: [Mattessich, 2014; Stamp, Mumford, Peasnell, 1993]) сходятся во мнении, что именно в предоставлении актуальной информации о реальных показателях деятельности предприятия всем заинтересованным пользователям и состоит главная цель корпоративной отчетности.

Здесь возникает вопрос о том, в какой степени данные традиционной публичной отчетности могут быть полезны современным пользователям. В данном случае полезность определяется способностью информации влиять на ожидания участников рынка о состоянии экономики, финансовом положении компаний, будущих доходах и рисках.

К причинам низкой полезности учетной информации можно отнести такие недостатки современной публичной отчетности, как ее ретроспективность, чрезмерная агрегированность и одновариантность оценок. При этом следует отметить тот факт, что большинство предлагаемых решений часто носят методологический характер, в то время как вышеперечисленные проблемы в настоящее время возможно решить техническими средствами. Строго говоря, традиционный иерархический процесс принятия решений на основе данных периодической отчетности представляется слишком медленным для реалий новой (цифровой) экономики. В этой связи чрезвычайно важным является тот факт, что на фоне общей тенденции активного проникновения новых технологий в различные сферы деятельности в настоящее время корпоративная отчетность явно отстает от существующих реалий. Так, например, по мнению основателя и президента компании Advisory Capital Partners Inc., старшего партнера аудиторской компании PricewaterhouseCoopers Роберта Эклза, «революция в отчетности неотвратима. Сегодня за ней стоят могу-

щественные силы — энергия и энтузиазм свободного предпринимательства, мощь передовых технологий. Рынки проявляют все больший аппетит на полезную информацию, которая должна поступать к ним быстрее, чем в прошлом» [Экклз и др., 2002, с. 17].

Одной из возможных причин существующего кризиса современной корпоративной отчетности может быть то обстоятельство, что закрепленный в бухгалтерских стандартах метод моделирования деятельности фирмы по определению рассматривается как формирующий достоверные данные. Так, по мнению экспертов американского исследовательского центра Brookings [Blair, Wallman, 2001], сегодня большинство пользователей корпоративной отчетности приходят к выводу, что любой новый показатель или коэффициент не увеличивает степень раскрытия информации, которую пользователи считают необходимой. В работах других западных авторов также можно встретить более резкие заявления: в частности, известный американский ученый XX в. Г. Хэтфилд писал, что «современная финансовая отчетность — это невозможная криптограмма с эзотерическим значением, которое открывается только инициированной касте после долгого поста» [Hatfield, 1927, p. 270].

Кроме того, по мнению западных авторов, серьезная проблема отчетности заключается в том, что стандарты бухгалтерского учета стали настолько сложными, что пользователям труднее разобраться с принципами учета, чем понять положение дел компании [Blair, Wallman, 2001]. Так, по словам Х. Питта, председателя Комиссии по ценным бумагам и биржам США, существующие правила раскрытия финансовой информации слишком часто поощряют непрозрачную отчетность. Строго говоря, сегодня компании больше заинтересованы в избегании ответственности, чем в раскрытии информации инвесторам (см.: [Rosenfield, 2006]). Профессор Стэнфордского университета, член Совета по Международным стандартам финансовой отчетности М. Барт, в частности, пишет, что в настоящее время достоверность данных отчетности не отождествляется с их полезностью для инвестора, однако «тот факт, что тот или иной показатель может быть рассчитан точно, не обязательно дает верное представление о реальном положении дел компании» [Barth, Schipper, 2008, p. 178]. Авторы исследования, проведенного Чикагским университетом и аудиторской компанией «КПМГ», говоря о кризисе в современной корпоративной отчетности, сравнивают составление корпоративной отчетности с ритуалами, которые обеспечивают легитимность управленческих решений, принятых на их основе [Francis, Schipper, 1999]. Данное утверждение и другие подобные ему, безусловно, свидетельствуют о тенденции изменения взглядов пользователей на сущность и роль отчетности — от понимания ее как чисто технической процедуры, имеющей прежде всего контрольное предназначение, к трактовке отчетности как важнейшего средства коммуникации в бизнес-среде.

Очевидно, что в настоящее время благодаря современным техническим средствам существует огромный потенциал в развитии информационного обеспечения компаниями их заинтересованных сторон посредством принципиально новой интерактивной корпоративной отчетности, передаваемой в режиме реального времени.

Кроме того, современные методы хранения и передачи учетных данных также могут значительно увеличить степень понятности и детализации данных финансовой отчетности, а смена вышеупомянутого подхода one-size-fits-all (англ. 'одна

отчетность для всех') будет означать, что потребности каждого пользователя могут определять частоту и объем предоставляемых им учетных данных [Kraheil, Titera, 2015].

В настоящем исследовании будет проверена гипотеза о том, что сегодня со стороны пользователей учетной и отчетной информации существует высокая заинтересованность в доступе к первичной информации о фактах хозяйственной жизни компании.

Вместе с тем отчетность, предоставляемая в режиме реального времени, теоретически могла бы полностью устранить проблему временного лага в оценке финансового положения компаний, связанную с ретроспективностью данных, содержащихся в существующих формах отчетности [Sunder, 2016a]. Следует также отметить, что если целью публичной отчетности является прежде всего удовлетворение интересов пользователей, то главной характеристикой персонализированной отчетности становится удовлетворение их индивидуальных запросов (в режиме онлайн).

На основе приведенных выше теоретических разработок в настоящей работе предпринята попытка обосновать возможность использования «персонализированной отчетности» как наиболее актуального направления развития практики корпоративной отчетности.

1. Бухгалтерская корпоративная отчетность в современной экономике

Общая оценка развития бухгалтерского учета за значительный период времени показывает, что методы, а также теоретические разработки в области учета в настоящее время находятся если не в кризисе, то в состоянии стагнации. Так, по мнению новозеландских ученых Мэтьюса и Перера, «все подходы к теории бухгалтерского учета находятся в зачаточном состоянии и отчаянно нуждаются в дальнейшем конструктивном развитии» [Мэтьюс, Перера, 1999, с. 138]. В литературе 40-х годов прошлого века уже можно было встретить также более категоричные заявления. В частности, обобщая выводы, содержащиеся в работах американского профессора Дж. Кэмпбелла, можно утверждать, что неопределенность прогнозов, сделанных с помощью бухгалтерского учета, маскируется внутри вездесущего организационного мифа, основанного на вечном настоящем (непрерывности деятельности фирмы) [Campbell, 1949]. Поэтому рациональность и прогнозирование посредством использования бухгалтерской информации в рамках метафорического мифа о непрерывности деятельности фирмы могут казаться разумными.

В настоящее время многие авторы (см., например: [Francis, Schipper, 1999]) по-прежнему отмечают необходимость пересмотра методов составления финансовой отчетности. Так, периодически проводимые исследования все чаще выявляют тенденции потери информативности данных, содержащихся в корпоративной отчетности, по мнению ее пользователей (инвесторов, контрагентов и т. д.). В настоящее время для пользователей данные, содержащиеся в стандартной корпоративной отчетности, не являются определяющими при принятии инвестиционных решений; более того, многие из них считают традиционные корпоративные отчеты всего

лишь «проформой» или «скорректированными» показателями для лучшего представления результатов о деятельности фирмы.

Причинами, свидетельствующими о кризисной стадии развития учета, по мнению профессора СПбГУ В. В. Ковалева, могут являться изменение действующих целевых установок, недостаточность методологических и инструментальных средств, а также невосприятие (вынужденное или осознанное) возникающих проблем [Ковалев, 2013].

Прежде всего, критика учетной методологии и техники нередко связана с полезностью учетной информации для принятия решений заинтересованными пользователями. Так, некоторые зарубежные авторы отмечают, что «современный бухгалтерский учет представляет собой не что иное, как способ выдать желаемое за действительное, замаскированное под определенность “мантии” бухгалтерских аналитических методов и стандартов» [Cooper, Crowther, Carter, 2001, p. 137]. Так, заслуженный профессор Университета Британской Колумбии, автор многочисленных монографий по бухгалтерскому учету Р. Маттессич писал о доминирующей коммуникативной функции учета, состоящей прежде всего в удовлетворении информационных потребностей всех пользователей отчетности: «...несмотря на то что показатель прибыли, равно как и показатель капитала, публикуемые с финансовой отчетностью, является “сегодня откровенной чушью” (цит. Э. Макинтош), при этом серьезные инвестиционные решения на рынках капитала принимаются в настоящее время все еще на основе традиционных форм отчетности» [Mattesich, 2014, p. 103]. Таким образом, по мнению Р. Маттессича, создание отчетности, ориентированной на конкретную группу пользователей, является важнейшей проблемой, которую учетная наука должна решать сегодня.

В качестве подтверждения проблемы низкой полезности учетных данных прошлых периодов можно также привести слова Дж. Фрэнк Брауна (J. F. Brown), руководителя аудиторской практики компании PricewaterhouseCoopers: «...традиционные финансовые отчеты, приспособленные к потребностям индустриальной эпохи, безнадежно отстали от современной, подвижной знаниями экономики. Они вообще не предназначены для многочисленных заинтересованных групп, помимо узкого круга акционеров компании» (цит. по: [Экклз и др., 2002, с. 2]). В этой связи известный российский ученый В. Ф. Палий писал, что «сегодня уже никого не устраивает обобщение информации в годовой финансовой отчетности. Даже месячная финансовая отчетность кажется недостаточно своевременной. Начинает проявляться понимание необходимости теоретических разработок научных подходов к содержанию финансовой отчетности» [Палий, 2007, с. 12].

Еще одной важной причиной снижения полезности данных отчетности является тот факт, что существующие корпоративные отчеты не свободны от субъективных мнений, ожиданий и прогнозов их эмитентов. Так, по мнению Л. Хита, почетного профессора Вашингтонского университета, граница, в которой должна закончиться ответственность бухгалтера и начаться ответственность пользователя, к сожалению, не ясна [Heath, 1978, p. 114].

Частью проблематики, связанной с формированием нового подхода к корпоративной отчетности, является вопрос о существующих требованиях пользователей к новым моделям отчетности. Обзор исследований западных специалистов позволил идентифицировать несколько предложений. В числе этих работ:

- исследования зарубежных авторов, обосновывающих увеличение количества компаний, которые начинают признавать, что существующие формы отчетности (финансовая, экологическая и пр.) — это лишь некоторые из возможных публичных данных, предоставляемых заинтересованным пользователям [Ball, Owen, Gray, 2000];
- разработки, акцентирующие внимание на необходимости раскрытия сведений вне рамок стандартной отчетности (как обязательной, так и добровольной), — в настоящее время это обычная практика среди компаний, которые ищут способы привлечь инвесторов, в том числе за счет снижения асимметрии информации [García-Sánchez, 2018];
- эмпирические исследования, указывающие на важность дезагрегации бухгалтерских данных в контексте корпоративной отчетности, объясняющие это такими недостатками финансовых показателей, как агрегированность и унификация [Amir, Einhorn, Kama, 2014].

По мнению как зарубежных, так и российских авторов, речь не идет о безальтернативном выборе той или иной модели, поскольку оптимальной модели не существует в принципе и дать более или менее строгое формализованное описание подобной модели вряд ли возможно. Многие вопросы, касающиеся объемов отчетности, используемых оценок, структуры, содержания и аналитичности публичных данных, однозначно не могут быть решены. А потому ключевым является тезис о том, что существующая модель учета и отчетности должна постоянно развиваться и адаптироваться под запросы заинтересованных лиц [Ковалев, 2014]. При этом, отвечая на формирующиеся вызовы в отношении публичной отчетности, необходимо иметь в виду прежде всего понимание того, что нужно бизнесу: первичны не желания профессии, но запросы бизнеса [Sunder, 2016b]. Очевидно, что невнимание к интересам пользователей может привести к неэффективности усилий по формированию новых форм корпоративной отчетности.

Таким образом, можно сделать предположение о том, что такой вид информации, как ретроспективные данные традиционной публичной отчетности, не могут являться определяющим фактором, способным влиять на ожидания участников рынка о состоянии экономики, финансовом положении компаний, будущих доходах и рисках, что противоречит основной цели корпоративной отчетности.

В последние десятилетия XX в. практика бухгалтерского учета столкнулась с необходимостью нивелирования возможных противоречий интересов широкого круга заинтересованных пользователей корпоративной отчетности. Так, например, говоря о состоянии современной учетной практики и проблеме полезности данных отчетности для пользователей, профессор В. В. Ковалев констатировал, что, по сути, сейчас в стране реальными пользователями отчетности являются лишь представители налоговых органов [Ковалев, 2014]. Несмотря на то что и компании, и регуляторы по определению должны действовать в интересах пользователей, на практике этого часто не происходит. Так, по мнению почетного профессора Калифорнийского университета Дж. Стаубуса, вместо этого существует «традиционная негласная доктрина подчинения пользователей корпоративной отчетности интересам государства и руководства компании» [Staubus, 1977, p. 16].

Современные технологии посредством трансформации окружающей среды однозначно влияют и на самого пользователя данных, меняя его ощущение доступ-

ности информации. Так, профессор СПбГУ М. Л. Пятов и доцент МГУ В. Н. Рогожникова, отсылая читателя к работам американского журналиста, лауреата Пулитцеровской премии Т. Фридмана (Th. Friedman), пишут, что сегодня потребители информации все больше превращаются в ее производителей, все больше привыкают формировать окружающее пространство по своему выбору [Пятов, Рогожникова, 2020]. Здесь необходимо отметить, что учетные данные безусловно остаются «профессионально ориентированными», но если раньше (в «доинтернетовскую» эпоху) доступ к таким сведениям для широкого круга пользователей был ограничен, то теперь это ограничение снято. Кроме того, развитие технологий индивидуализации поисковых алгоритмов, «обучающихся» в процессе обработки запросов пользователя сети, неизбежно влияет и на поведение пользователя отчетности, предпочитающего в настоящее время персонализацию получаемого «контента», подобного индивидуальной ленте новостей в профиле социальных сетей.

Учет интересов различных групп пользователей — это новый подход к совершенствованию публичной отчетности [Green et al., 2018, p. 548]. Естественно, что в процессе поиска оптимальных методов корпоративной отчетности возникают некоторые проблемы. Во-первых, цели и информационные потребности различных групп участников не обязательно совпадают между собой и даже внутри групп. Компаниям сложно выбрать единую форму финансовой отчетности для обслуживания различных групп пользователей, которые могут преследовать диаметрально противоположные интересы. Во-вторых, остается неясным, является ли информация, предоставляемая отдельным лицам, частным случаем и должна ли она включаться в формы отчета и представляться на постоянной основе. В-третьих, индивидуальные требования к финансовой отчетности часто предполагают незначительное или полное отсутствие связи между ними (несистемность, невозможность формализовать) [Sunder, 2016b, p. 4].

Помимо полезности, содержащаяся в отчетности информация должна также обладать и таким качеством, как сопоставимость. В этой связи можно привести следующие слова британского профессора М. Бромвича: «Моделей принятия инвестором решений очень много. Сложность состоит в том, что любые формализованные отчеты, включающие агрегированную информацию, никогда не смогут соответствовать абсолютно всем созданным и создаваемым моделям оценки» [Bromwich, 1992, p. 202].

Очевидно, что развитию корпоративной отчетности препятствует ее ангажированность определенными заинтересованными сторонами. Так, американские ученые Р. Л. Уоттс и Дж. Л. Циммерман, сторонники позитивистской теории бухгалтерского учета, считали, что наличие противоположных целей заинтересованных сторон препятствует общему согласию относительно направления развития бухгалтерского учета [Watts, Zimmerman, 1979]. В этой связи уместно привести слова американского профессора С. Зеффа о том, что «слишком часто сегодня теория бухгалтерского учета используется скорее для подкрепления чьего-то предвзятого мнения...» [Zeff, 2002, p. 48].

Таким образом, можно предположить, что подходы к корпоративной отчетности будут развиваться в направлении специализированной функции, обеспечивающей внутренние и внешние заинтересованные стороны единым доступом к учетной информации. При этом роль агрегированных данных бухгалтерской

отчетности, на которые пользователи традиционно опирались при принятии экономических решений, будет уменьшаться по причине возникновения технических возможностей открытого доступа к учетным данным, дезагрегированным и детализированным до необходимого уровня [Bhimani, Willcocks, 2014, p. 469].

Следует также отметить, что в последние десятилетия происходит очевидная переоценка функционального предназначения бухгалтерского учета, меняются требования к его содержанию: коммуникативная функция учета становится доминирующе важной по сравнению с функцией контроля, имеет место уход от предписательности в вариативность (например, выбор методов, оценок, учет риска и др.) [Ковалев, 2014].

Проблематика современной корпоративной отчетности может быть связана с консервативным подходом к формированию ее новых моделей. В этой связи уместно будет вспомнить слова американского ученого, профессора Университета Пенсильвании К. МакНила о том, что история не знает более сильного нежелания, как нежелание человечества отказаться от устоявшихся принципов [MacNeal, 1970, p. 316]. Попытки отойти от традиционных устоев встречаются, как правило, с сопротивлением, аналогичным тому, с которым сталкивается любое нарушение давно сложившихся традиций. Строго говоря, недостатки подавляющего большинства решений, направленных на совершенствование методов корпоративной отчетности на протяжении XIX–XX вв., были связаны по большей части с техническими ограничениями. Так, с учетом возможностей современных технологий, по нашему мнению, уже не совсем справедливо утверждение Я. В. Соколова о том, что чем выше аналитичность, тем ниже оперативность учета — и наоборот: чем выше оперативность, тем ниже аналитичность [Соколов, 1996, с. 568]. На сегодняшний день эти характеристики учетной информации являются комплементарными. По мнению Р. Ходжкинсона (R. Hodgkinson), исполнительного директора Института присяжных бухгалтеров Англии и Уэльса, запрос на новую отчетность возник еще тридцать лет назад, однако больших успехов в решении этой проблемы пока не достигнуто (см.: [Ковалев, 2014]). Так, критикуя консерватизм методологии отчетности, профессор Сиднейского университета Р. Чамберс еще в 1969 г. писал, что финансовые отчеты продолжают предлагать пользователю упряжку лошадей в эпоху гоночных автомобилей «Формулы-1» и постоянство методов учета не является доказательством полезности полученной информации. Возможно даже, что коммерческие фирмы процветали вопреки бухгалтерскому учету, а не благодаря ему [Chambers, 1968, p. 700–714].

Стремительно развивающиеся технологии изменяют среду нашего существования в целом, а значит, и среду осуществления участников экономической деятельности. Меняются скорости формирования и передачи данных и, как следствие, принятия решений на их основе. Своевременность предоставляемых сведений не может не учитываться при оценке положения дел и перспектив развития хозяйствующих субъектов, а следовательно, актуальная информация, передаваемая в режиме онлайн, становится ключевой потребностью заинтересованных лиц — пользователей отчетности.

На основании вышесказанного можно сформулировать гипотезу о том, что возможными способами выхода из кризиса станут отказ от унификации форм от-

четности или формирование дополнительной детализированной отчетности, ориентированной на конкретного пользователя.

2. Путь разрешения конфликта интересов пользователей — персонализация

В современном мире информация все чаще становится предметом экономической деятельности, целью которой является воздействие на потребителя. Речь, в частности, идет о создании технологий обработки «больших данных». В этих условиях персонализированная отчетность, ориентированная на конкретного пользователя, может стать важной частью конкурентного преимущества любой компании. Так, по мнению М.Л. Пятова и В.В. Глинского, персонализированность отчетных данных, заключающаяся в их настройке под запросы конкретного пользователя, — «это также воплощающаяся реальность текущего момента времени» [Пятов, Глинский, 2018, с. 8].

Под *персонализированной отчетностью*¹ в контексте данного исследования мы будем понимать как финансовые, так и нефинансовые (агрегированные или первичные) данные, объединенные в виде формализованного отчета, содержание которого определяется соглашением между пользователем такой отчетности и предоставляющей ее стороной.

Безусловно, идея детализации определенной части данных отчетности в интересах тех или иных групп пользователей не нова. В настоящее время она реализуется, с одной стороны, в пояснениях к балансу, с другой — в раскрытии специфики методологии в пояснительной записке. Кроме того, развитие публичной отчетности характеризуется выбором и утверждением детализации ее статей и в то же время их унификацией. В России в настоящее время, согласно п. 4 Приказа Минфина России от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности», нормативным регулированием бухгалтерского учета не предусмотрена четкая структуризация информации, формируемой в пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках². Принято считать, что содержание пояснений определяется организациями самостоятельно в произвольной форме. Действующие нормативные акты содержат лишь общие требования к ее содержанию. Однако они неоднородны, и если какое-либо требование отдельного Положения по бухгалтерскому учету не реализовано в таблицах-пояснениях, рекомендованных Минфином России, то, следовательно, данное раскрытие организация должна дать самостоятельно, разработав таблицу-пояснение или раскрыв требуемую информацию в текстовой форме. При этом также подразумевается, что раскрываемая в пояснениях информация должна полностью удовлетворять индивидуальным требованиям и запросам всех групп пользователей отчетности, что на практике реализовать практически невозможно. При этом в настоящее время развитие технологий и динамики информаци-

¹ Термин «персонализированная отчетность» может быть определен как детализированная или индивидуализированная отчетность.

² Приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 19.04.2019) «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 № 18023) (с изм. и доп., вступ. в силу с отчетности за 2020 год). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103394/ (дата обращения: 24.11.2021).

онных запросов как никогда раньше способствует персонализации или индивидуальной детализации данных отчетности.

Настрой на дискуссионность и признание важности учета интересов всех групп пользователей прослеживается в настоящее время в исследованиях многих зарубежных авторов, по мнению которых целесообразно рассматривать проблематику отчетности прежде всего в плане расширения состава публичных данных, ориентируясь при этом на потребности конкретного пользователя. В частности, некоторыми авторами подчеркивается мысль о том, что одним из возможных результатов развития современных технологий может стать замена традиционных финансовых отчетов на исходные (первичные) данные, которые конечный пользователь способен проанализировать самостоятельно. Так, американские исследователи Дж. Кое и П. МакМайкл признают, что открытие компаниями доступа к учетным данным может определенным образом содействовать созданию доверительной среды в процессе коммуникации пользователей и эмитентов отчетности [Coyne, McMickle, 2017]. Говоря о проблеме ретроспективности данных отчетности, С. Лодхия и Дж. Стоун приходят к выводу, что современные интернет-технологии способны удовлетворить потребность пользователей в непрерывном представлении учетных данных отчетности, благодаря чему временной лаг между возникновением событий и принятием решений на их основе может резко сокращаться [Lodhia, Stone, 2017]. Исключительно актуальной, по мнению шведского ученого Х. Бистрёма, остается проблема прогностического потенциала корпоративной отчетности. В частности, Бистрём в своих работах делает вывод о том, что раскрытие компаниями учетных данных могло бы оказать существенное влияние на моделирование инвесторами кредитных рисков [Byström, 2016]. О важности индивидуального подхода к удовлетворению запросов пользователей отчетности писал и профессор Иллинойского университета в Чикаго А. Риахи-Белкауи. По его мнению, целью качественной финансовой отчетности является предоставление учетной информации в такой форме, чтобы это позволяло пользователю самостоятельно и с максимальной точностью оценивать его инвестиционные риски. Строго говоря, по словам Риахи-Белкауи, сроки и формат предоставляемой информации должны соответствовать различным потребностям пользователей отчетности [Riahi-Belkaoui, 2004, p. 194].

Сказанное выше свидетельствует о том, что современные интернет-технологии определенно создают условия для полной индивидуализации (персонализации) корпоративной отчетности, приспособления ее к персональным нуждам конкретного потребителя. Структурированная информация в сочетании со способностью аналитических и поисковых систем находить и интерпретировать нужные данные позволяют современному пользователю составить собственный «отчет» о результатах деятельности компании за любой период ее деятельности [Kraheil, Titera, 2015]. Таким образом, пользователи могут строить собственные прогнозы исходя из различных сценариев и предпосылок относительно темпов роста дохода, себестоимости продукции компании и множества других меняющихся показателей ее деятельности. Российские и зарубежные авторы сходятся во мнении, что полный или даже частичный доступ к внутренней учетной информации может значительно улучшить качество анализа, проводимого пользователями, а также повысить доверие к содержанию отчетности (см., например: [Ковалев, 2014; Пятов, Соловей,

2018; Палий, 2007; Мэтьюс, Перера, 1999; Хендриксен, Ван Бреда, 2000; Эклз и др., 2002; Broadbent J., Unerman J., 2011; Byström, 2016; Mattessich, 2014; Riahi-Belkaoui, 2004; Stamp, Mumford, 1993; Stiglitz, 2002]).

В этой связи будет уместно вспомнить слова известных американских ученых Э. С. Хендриксена и М. Ф. Ван Бреды, которые еще в 1992 г. писали: «На смену бухгалтерским регистрам придут базы данных, частью которых станет финансовая информация. Использование структурных гипертекстов позволит пользователю добраться до информации любого уровня детализации, которая может ему понадобиться для анализа. Со всей той информацией “на кончиках пальцев” инвесторов и совершится реальная революция в бухгалтерском учете. Все, что для этого необходимо — это принять новую технологию» [Hendriksen, Van Breda, 2000, p. 37].

Одной из проблем, которые могут быть проанализированы в рамках данной статьи, является средний уровень компетенций пользователя отчетной информации. Очевидно, что далеко не каждый потенциальный инвестор обладает достаточным уровнем профессиональной подготовки, чтобы создать персонализированный запрос набора учетных данных. Отнюдь не являясь сдерживающим фактором, данное обстоятельство дает значительное преимущество тем, кто обладает такими компетенциями. Так, финансовые аналитики совместно с IT-специалистами в будущем потенциально смогут разрабатывать формы персонализированных отчетов, различающиеся по степени детализации и методам агрегирования, руководствуясь индивидуальными запросами пользователей. Тот факт, что некоторые пользователи могут не обладать соответствующими компетенциями или не располагать достаточным количеством времени, чтобы обработать значительный массив учетных данных, сам по себе не является основанием для отказа от идеи персонализированной отчетности.

3. Исследование и интерпретация результатов

Методологическую основу для нашего исследования составили работы таких зарубежных авторов, как Р. Эклз, Р. Герц и Э. Киган, Дж. Краел и В. Титера, Г. Уотс, С. Фернье и А. Даинти и др. [Эклз и др., 2002; Krahel, Titera, 2015; Watts, Fernie, Dainty, 2018].

Существование потребности пользователей в усилении прозрачности корпоративной отчетности подтверждают также результаты опроса 281 респондента (руководители компаний, аналитики, инвесторы), проведенного аудиторской компанией PricewaterhouseCoopers в 1999 г. [Эклз и др., 2002]. Согласно результатам данного опроса, трое из четверых инвесторов и четверо из пятерых аналитиков уверены, что усиление информационной прозрачности укрепляет доверие к бизнесу; 76 % опрошенных аналитиков и 70 % инвесторов уверены, что большая информационная прозрачность побуждает к более долгосрочным инвестициям, а 75 % аналитиков и 62 % инвесторов считают, что усиление информационной прозрачности ведет к росту интереса инвесторов. Особенно примечательны результаты опроса руководителей компаний, 61 % которых полагают, что рынок сильно недооценивает их компании, а 80 % и вовсе считают рыночную цену акций их компаний сильно заниженной. В среднем по данным опроса, проведенного PricewaterhouseCoopers, руководители компаний воспринимают выгоды повышения прозрачно-

сти корпоративной отчетности с меньшим энтузиазмом, чем пользователи отчетности [Экклз и др., 2002, с. 207, 215].

В статье «Большие данные и стандарты бухгалтерского учета и аудита», опубликованной в журнале *Accounting Horizons* в 2015 г., Дж. Краел и В. Титера обосновывают предположение о том, что в настоящее время благодаря современному уровню развития интернет-технологий все более актуальной становится замена стандартных финансовых отчетов на исходные (первичные) данные, которые могут быть получены и проанализированы конечным пользователем в режиме онлайн. Результаты данного исследования показали высокую заинтересованность со стороны пользователей отчетности в получении дезагрегированных учетных данных с целью проведения собственного анализа и принятия инвестиционных решений [Krahel, Titera, 2015].

В ходе исследования авторами данной статьи был проведен опрос респондентов, которым было предложено ответить на следующие вопросы:

1. Должны ли стандарты бухгалтерского учета и отчетности адаптироваться к частным запросам пользователей отчетности?
2. Какие дополнительные данные могут быть важными для анализа финансового состояния компании?
3. Может ли раскрытие первичных учетных данных значительно снизить стоимость фирмы?
4. Потеряют ли фирмы, которые инициируют более широкое раскрытие информации, значительное конкурентное преимущество или, наоборот, приобретут его?
5. Смогут ли пользователи доверять самостоятельно настроенным финансовым отчетам?
6. Какова идеальная глубина раскрытия учетной информации?

В ходе исследования авторы приходят к выводу, что большинство современных пользователей признают, что объективность данных существующих форм отчетности является, строго говоря, мифом. Безусловно, речь идет не о преднамеренной фальсификации, а лишь о том, что процесс отбора данных и методы их оценки по определению не могут быть абсолютно объективными. Возможно, именно данный факт является причиной результатов исследования, которое показало востребованность детализированной индивидуальной корпоративной отчетности у современных пользователей.

В продолжение исследований, проведенных зарубежными авторами, наша работа была посвящена следующим вопросам:

1. Существует ли на практике потребность у российских пользователей в персонализированной корпоративной отчетности?
2. Каково содержание действительных информационных запросов конкретных групп российских пользователей отчетности, не удовлетворяемых ее существующим (общим) форматом?
3. Насколько развитие практики персонализированной отчетности обеспечивается современным уровнем реализуемых в экономической деятельности технологий?

В ходе нашей работы в целях определения содержания действительных информационных запросов конкретных групп пользователей отчетности, не удовлетворяемых ее существующим (общим) форматом, в период с 2018–2020 гг. автором было проведено исследование, материалом для которого послужило более 100 различных формализованных запросов пользователей отчетности: тендерные таблицы; требования и письма контролирующих органов; внутренние положения и документы, касающиеся «скоринга»³ заемщиков кредитных организаций; запросы различных кредиторов, направляемые в рамках соблюдения должной осмотрительности. Репрезентативность данных подтверждается тем, что в ходе исследования с целью изучения информационных требований, предъявляемых заинтересованными сторонами в равной степени были проанализированы запросы всех основных групп пользователей корпоративной отчетности⁴.

Важно уточнить, что анализируемые запросы были получены предприятием строительной отрасли, которая является в последние годы одной из наиболее динамично развивающихся в России. Кроме того, можно утверждать, что требования, предъявляемые пользователями к отчетной информации предприятий других отраслей, практически аналогичны исследуемым. Особенно это относится к запросам контролирующих органов и кредитных организаций, так как отраслевая принадлежность в данном случае не является значимым показателем.

В процессе исследования были проанализированы различные виды учетной информации, запрашиваемой ее пользователями. В случае рассматриваемого предприятия это обслуживающие банки, инвесторы, заказчики работ, поставщики материалов, субподрядные организации, контролирующие государственные органы.

Пользователей финансовой отчетности, чьи запросы были проанализированы, можно распределить по следующим основным группам: кредиторы (банки и контрагенты), акционеры и собственники, контролирующие государственные органы. В общей сложности были изучены запросы от 100 пользователей учетной информации, таких как Федеральная налоговая служба РФ, Пенсионный фонд РФ, Росстат, крупные и средние банки, а также крупные производственные предприятия, нуждающиеся в широком перечне поставщиков и разработавшие собственные процедуры выбора и оценки поставщика/подрядчика.

Данные запросы были систематизированы и объединены в три основные группы: первичная информация о фактах хозяйственной деятельности, нефинансовая информация (опыт, референции и т.д.) и информация, раскрывающая юридический аспект фактов хозяйственной жизни, касающаяся возможных изменений в активах организации и запрашиваемая с целью построения максимально точного краткосрочного прогноза.

Процедура исследования состояла из трех этапов:

- 1) получение запроса от пользователя;
- 2) выявление и систематизация данных, не содержащихся в стандартной отчетности;

³ Кредитный скоринг (от англ. score 'оценка' — система оперативной оценки клиента (потенциального заемщика), основанная на численных статистических методах, которой преимущественно пользуются розничные банки и микрофинансовые компании.

⁴ Предварительные результаты исследования были опубликованы в 2019 г. (см.: [Кашина, 2019]).

3) анализ данных, не содержащихся в стандартной отчетности либо раскрытых недостаточно.

Результаты проведенного исследования (рис. 1) показали, что в 55 % запросов от контрагентов (заказчики, поставщики и пр.), в 85 % запросов от контролирующих органов и в 100 % запросов от банков содержится требование о предоставлении первичной информации о фактах хозяйственной жизни (копии первичных документов, оборотно-сальдовые ведомости по счетам с расшифровкой и т.д.). Таким образом, можно сказать, что самостоятельно проводить анализ на основе первичной информации предпочитают большинство пользователей финансовой отчетности.

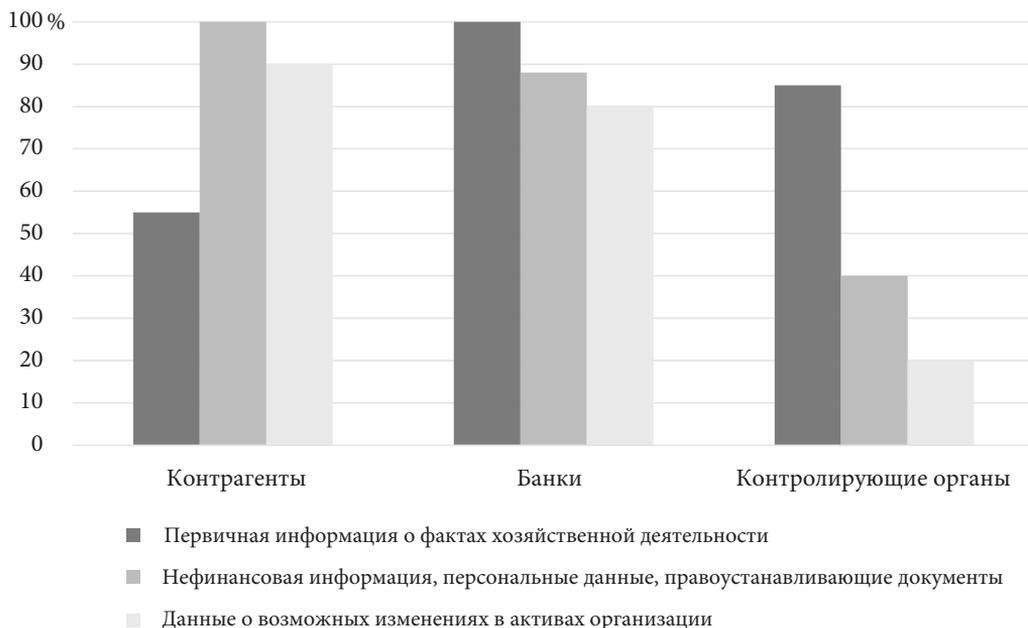


Рис. 1. Основные группы дополнительных формализованных запросов пользователей корпоративной отчетности

В доступе к нефинансовой информации (подтверждение квалификации персонала, персональные данные, референции и т.д.) при проверке контрагентов нуждается 100 % заказчиков и покупателей товаров и услуг. При оценке заемщика в 88 % анкетах банков содержится требование о раскрытии нефинансовой информации о текущей деятельности предприятия. В 40 % случаев контролирующие органы запрашивают информацию такого типа. Следовательно, несмотря на тот факт, что многими компаниями составляется нефинансовая отчетность, пользователям интересны именно актуальные первичные данные, на основе которых она формируется.

Процедура предоставления информации, касающейся возможных изменений в активах организации в ближайшее время, содержится в 90 % запросов от заказчиков и покупателей товаров и услуг, в 80 % запросов от банков и в 20 % запросов от кон-

тролирующих органов. К таким данным относятся правоустанавливающие документы, в том числе подтверждающие право собственности, право пользования или требования, плановые показатели, прогнозы, открытые контракты и т. д. Иными словами, пользователей интересует отражение фактом не только экономических, но и юридических отношений. Так, например, в качестве чисто юридического факта можно рассматривать заключение договора.

Кроме того, для целей исследования были получены репрезентативные данные о видах дополнительной учетной информации, запрашиваемой пользователями стандартной корпоративной отчетности. Данные были получены путем прямого опроса руководителей и ответственных представителей более 300 предприятий, относящихся к строительной отрасли Санкт-Петербурга. Опрос проводился в течение 2018–2020 гг. (рис. 2). Размер выборки определялся методом вероятностной выборки. Всего было составлено 300 очных анкет среди случайно выбранных фирм. Респондентам были заданы вопросы в форме анкеты или в ходе телефонного опроса. Важно уточнить, что анализируемые запросы были получены предприятиями строительной отрасли, которая является в последние годы одной из наиболее динамично развивающихся в России. Кроме того, можно утверждать, что требования, предъявляемые пользователями к отчетной информации предприятий других отраслей, практически аналогичны исследуемым. Особенно это относится к запросам контролирующих органов и кредитных организаций, так как отраслевая принадлежность в данном случае не является значимым показателем.

В ходе проведенного авторами исследования респондентам были заданы следующие вопросы:

1. Получаете ли запросы о предоставлении дополнительной отчетности, кроме стандартной?
2. Если да, то получаете ли запросы о предоставлении дополнительной отчетности от...? (Варианты ответов (возможно несколько вариантов ответа): кредитные учреждения, контрагенты (покупатели, заказчики, поставщики, продавцы), контролирующие государственные органы.)
3. Получаете ли запросы о предоставлении дополнительной финансовой информации?
4. Получаете ли запросы о предоставлении дополнительной нефинансовой информации?
5. Если запрашивается дополнительная информация, то требуется ли предоставить первичные учетные данные?

Результаты проведенного исследования (табл. 1) показали, что в среднем 94 % респондентов получают запросы о предоставлении информации об их компании помимо стандартной отчетности, при этом наиболее часто такие запросы поступают от кредитных учреждений (83 %) и фирм — контрагентов компании (73 %). Возможно, это связано с тем, что данные пользователи отчетности наиболее заинтересованы в актуальности предоставляемых данных, а также имеют более широкий и гибкий инструментарий для их анализа. По данным опроса, пользователей отчетности в равной степени интересует как финансовая (95 %), так и нефинансовая информация (81 %) о деятельности компании. С одной стороны, это подтверждает востребованность интегрированной отчетности, с другой — говорит о том, что

■ 2020 ■ 2019 ■ 2018

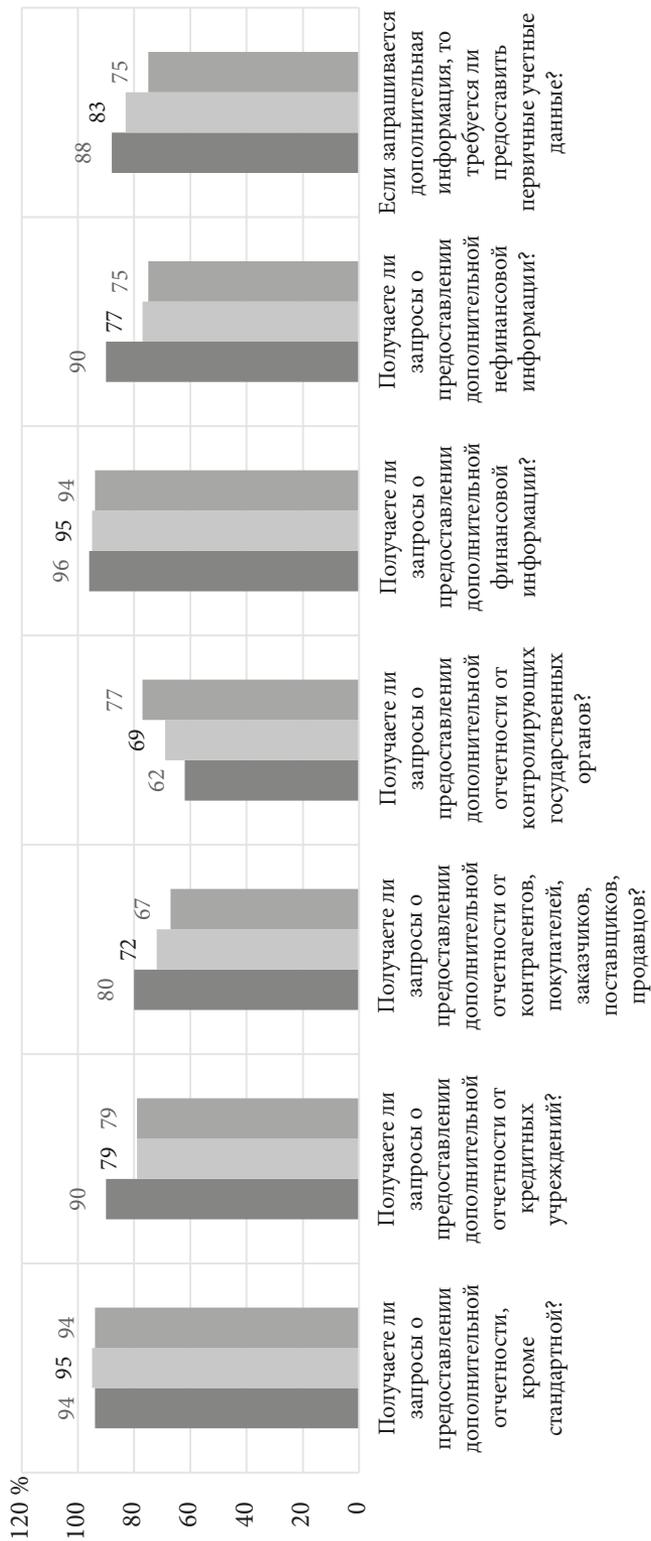


Рис. 2. Результаты опроса за период с 2018 по 2020 г.

Таблица 1. Данные опроса, проведенного в рамках исследования существующей практики персонализированной отчетности, %

Вопрос		Количество респондентов			Описательная статистика		
		Год					
		2018	2019	2020	Среднее	Стандартное отклонение	Медиана
Получаете ли запросы о предоставлении дополнительной отчетности, кроме стандартной?		94	95	94	94	0,005	94
Если да, то получаете ли запросы о предоставлении дополнительной отчетности от:	кредитных учреждений?	79	79	90	83	0,06	79
	контрагентов, покупателей, заказчиков, поставщиков, продавцов?	67	72	80	73	0,06	72
	контролирующих государственных органов?	77	69	62	69	0,08	69
Если да, то каков вид запрашиваемой информации?	финансовая	94	95	96	95	0,01	95
	нефинансовая	75	77	90	81	0,08	77
Если запрашивается дополнительная информация, то требуется ли предоставить первичные учетные данные?		75	83	88	82	0,07	83

пользователи явно желают актуализации содержания данной отчетности в режиме реального времени. Кроме того, данные опроса подтвердили потребность пользователей отчетности в доступе к первичной информации (82%). Вероятно, это связано с их потребностью повысить уровень достоверности этой информации, а также с попыткой через анализ контрагентов провести оценку качества активов компании (например, дебиторской задолженности).

Исследование было проведено в целях определения социально-экономических и рыночных факторов, влияющих на решение предприятий предоставлять дополнительную детализированную персонализированную отчетность, а также учетную информацию по запросам ее пользователей. В данном случае была использована качественная регрессионная модель. Подобные модели, например, полезны при оценке потребительских характеристик, связанных с решениями о покупке. С целью подробного анализа поведенческих предпочтений компаний-респондентов была применена пробит-модель дискретного выбора для ответов на вопрос о целях предоставления дополнительной учетной информации. В данном случае зависимая переменная принимает значения 0 и 1. Предполагается, что пробит-анализ дает статистически значимые данные о том, какие факторы увеличивают или уменьшают вероятность повышения уровня раскрытия информации о деятельности предприятия [Rowley, 2012].

В процессе исследования нами было сформулировано предположение, что на частоту запросов о предоставлении дополнительной учетной информации, поступающих к эмитентам отчетности от ее пользователей, могут влиять такие показатели, как размер фирмы, концентрация рынка, а также цель предоставления информации. Здесь следует отметить, что в предыдущих исследованиях также было проанализировано содержание действительных информационных запросов конкретных групп пользователей отчетности, не удовлетворяемых ее существующим (общим) форматом [Кащина, 2019]. Результаты данных исследований показали, что содержание запросов о предоставлении дополнительной отчетности не зависит от целей ее предоставления. Все запросы содержали требование о предоставлении в том или ином объеме первичной информации о фактах хозяйственной деятельности, нефинансовой информации (опыт, референции и т. д.) и информации, раскрывающей юридический аспект фактов хозяйственной жизни, касающейся возможных изменений в активах организации и запрашиваемой с целью построения максимально точного краткосрочного прогноза.

Данное исследование также предполагало, что некоторые рыночные характеристики влияют на решения компаний о предоставлении персонализированной отчетности, а также на направленность запросов пользователей. К таким характеристикам были отнесены размер предприятия, цель представления отчетности, концентрация рынка. Таким образом, были выбраны переменные, которые в построенной регрессионной модели предположительно считались статистически значимыми [Кащина, 2021].

В ходе проверки регрессионной модели были построены следующие статистические гипотезы, касающиеся значимости социально-экономических и рыночных факторов, влияющих на решение предприятий о предоставлении персонализированной отчетности:

- вероятность запросов о предоставлении дополнительной отчетной информации положительно связана с размером предприятия, отрицательно — с концентрацией рынка;
- вероятность запроса сведений в случае проведения тендера и вероятность подтверждения легитимности перед контролирующими органами по отношению к размерам фирмы имеют отрицательную корреляцию.

Поскольку в исследовании используются перекрестные данные, было бы уместно подразумевать, что исследование не включает другие факторы за определенный период времени, а также прочие характеристики каждого респондента: это может ограничить возможность оценки факторов.

Согласно результатам опроса (табл. 2), малые и средние предприятия составляли 77 % от общего числа респондентов, а крупные предприятия — 23 %. Более 94 % всех респондентов положительно ответили на вопрос о том, получают ли они запросы о предоставлении дополнительной отчетности. При этом наиболее часто от кредитных организаций получают подобного рода запросы 37 % респондентов, в составе тендерной документации — 36 %, и еще 27 % респондентов регулярно (чаще, чем другим) представляют дополнительные учетные данные контролирующим государственным органам. 72 % респондентов оценили уровень концентрации рынка как высокую; как среднюю и ниже — 28 %.

Таблица 2. Некоторые характеристики компаний-респондентов, опрошенных в рамках исследования существующей практики персонализированной отчетности, %

Размер предприятия*	Малое	48
	Среднее	29
	Крупное	23
Цель предоставления персонализированной отчетности**	Кредит	37
	Тендер	36
	Проверка компании контролирующими государственными органами	27
Концентрация рынка***	Высокая	72
	Средняя и ниже	28

Примечание. * — $n = 300$, где n — число опрошенных; ** — $m = 282$, где m — число опрошенных, получающих запросы о предоставлении персонализированной отчетности; *** — по мнению респондентов, $n = 300$, где n — число опрошенных.

В процессе исследования ожидалось, что решение о предоставлении дополнительной персонализированной отчетности может зависеть от размеров предприятия, концентрации рынка, а также от типа пользователя, запрашивающего детальную учетную информация. Однако результаты показали, что не все переменные имеют статистически значимое влияние на предоставление фирмами более детализированной отчетности.

Высокая концентрация рынка прежде всего означает наличие высококонкурентной среды. Соответственно, можно предположить, что дополнительную или персонализированную отчетность в данном случае компании могут воспринимать как дополнительное конкурентное преимущество. Так, по мнению ученых из Университета Портленда в США, настраиваемая отчетность, безусловно, обладает важным преимуществом, объединяя для заинтересованных пользователей в одном отчете наиболее актуальную финансовую и нефинансовую информацию о компании [Hertz, Brown, Marshall, 2017]. О дополнительном раскрытии учетной информации как о конкурентном преимуществе еще в 1976 г. также писали американские ученые М. Дженсен и В. Меклинг, что даже без указания внешнего регулятора менеджеры компаний будут заинтересованы в предоставлении пользователям достоверных учетных записей [Jensen, Meckling, 1976]. Фирмы готовы нести расходы на повышение достоверности бухгалтерской отчетности гораздо в больших объемах, чем это требуется по закону. Так, результаты нашего исследования показали, что переменная концентрации рынка не имеет статистически значимого влияния на предоставление фирмами более детализированной отчетности. Данный факт может свидетельствовать о том, что пока инициатива о дополнительном раскрытии учетной информации скорее идет от пользователей, чем от компаний — эмитентов отчетности, что, в частности, подтвердило и вышеописанное исследование, проведенное аудиторской компанией PricewaterhouseCoopers [Экклз и др., 2002].

Кроме того, согласно оценочной модели, переменная размера фирмы оказалась статистически значимой⁵ и имела отрицательную связь с переменной тендера. Дан-

⁵ Количество корректно предсказанных случаев составило 92 (83,6%).

ный факт можно объяснить в том числе репутационной составляющей крупных компаний, а также техническими возможностями крупных предприятий (в отличие от малых и средних предприятий) оперативно информировать контрагентов об их текущем положении дел.

Таким образом, результаты исследования подтверждают гипотезу о том, что сегодня со стороны пользователей учетной и отчетной информации существует высокая заинтересованность в доступе к первичной информации о фактах хозяйственной жизни компании в режиме реального времени, при этом интегрированные интернет-технологии могут способствовать значительному повышению доверия к бизнесу и закреплению за персонализированной отчетностью статуса конкурентного преимущества.

Однако в этой связи остаются открытыми, в частности, такие вопросы: существует ли необходимость адаптации стандартов бухгалтерского учета и отчетности к частным запросам пользователей отчетности? какова оптимальная степень раскрытия учетной информации?

Следует также отметить, что проведенное исследование прежде всего позволило подтвердить предположение о том, что формализация форм отчетности в условиях растущей автоматизации теряет свою значимость, а также констатировать будущую неотвратимость перехода от анализа выборки к анализу большего объема данных.

В результате нами было обосновано предположение о том, что подавляющее большинство пользователей отчетности (кредиторы, контрагенты, контролирующие органы и т. д.) заинтересованы в получении первичной информации о фактах хозяйственной жизни компании. Из этого, в частности, можно сделать вывод, что в настоящее время самостоятельно проводить анализ на основе первичной информации предпочитают большинство пользователей финансовой отчетности.

Исследование показало, что в доступе к нефинансовой информации и данным управленческого учета при проверке контрагентов нуждается практически 100% заказчиков и покупателей товаров и услуг. Кроме того, при оценке заемщика банки регулярно предъявляют требование о раскрытии нефинансовой информации о текущей деятельности предприятия, а также о предоставлении первичной информации. Следовательно, несмотря на тот факт, что многие компании составляют интегрированную отчетность, пользователям интересны именно актуальные первичные данные, на основе которых она формируется.

В большинстве запросов от контрагентов и кредиторов, а также от контролирующих органов также содержится просьба предоставить актуальную информацию, касающуюся возможных изменений в активах организации в ближайшее время. К таким данным относятся правоустанавливающие документы, в том числе подтверждающие право собственности, право пользования или требования, плановые показатели, прогнозы, открытые контракты и т. д.

Следует также отметить, что большинство параметров деятельности компании, интересующих пользователей отчетности, не относится к разряду финансовой или оперативной статистики, которые относительно легко измерить с помощью современных систем финансового и производственного контроля. Иными словами, пользователей интересует отражение фактов не только экономических, но и юридических отношений.

Заключение

Исследование данных о видах дополнительной учетной информации, запрашиваемой пользователями стандартной корпоративной отчетности, показало, что со стороны пользователей отчетности существует заинтересованность в доступе к более детализированной в сравнении с публичной отчетностью информации о компании в режиме реального времени, что в настоящее время формирует инициативную практику представления персонализированной корпоративной отчетности.

Данные проведенного исследования показали, что, хотя большинство пользователей отчетности признают, что повышение информационной прозрачности (предоставление рынку большего количества интересующей его информации) влечет за собой совершенно очевидные выгоды для компании, в настоящее время абсолютное меньшинство эмитентов отчетности добровольно готовы открыть пользователям доступ к первичным учетным данным компании. Главным образом это связано с отсутствием соответствующего законодательства, регулирующего подобный информационный обмен, а также с расхождением в восприятии информационной прозрачности между пользователями и эмитентами. Так, в ходе исследования выяснилось, что большинство компаний склонны оценивать свои усилия по удовлетворению информационных потребностей пользователей гораздо выше, чем их оценивает рынок.

Кроме того, текущий уровень развития информационных технологий позволяет допустить, что благодаря их реализации в практике бухгалтерского учета заинтересованные лица смогут получать персонализированную отчетность компаний в режиме реального времени. В этой связи персонализированная отчетность может рассматриваться как дополнение или (в перспективе) альтернатива современным формам финансовой отчетности.

Согласно эмпирическим результатам, малые и средние предприятия, как правило, чаще получают запросы от заинтересованных сторон о предоставлении дополнительной отчетности и учетной информации. Результаты исследования также демонстрируют, что такой фактор, как концентрация рынка, не влияет на частоту получаемых компаниями запросов, а малые и средние предприятия чаще получают запросы в рамках конкурсных (тендерных) процедур, чем в ходе скоринга заемщика, проводимого банками, или в ходе проверки компании контролирующими органами. Таким образом, можно сделать вывод, что лишь незначительное количество характеристик предприятия, рынка и цели запроса дополнительной детализированной отчетности влияет на частоту подобных запросов пользователей.

На основе полученных данных были определены следующие направления совершенствования бухгалтерской финансовой отчетности:

- формирование отчетности в режиме реального времени;
- персонификация бухгалтерской (финансовой) отчетности, заключающаяся в модификации форм, создании модульной, ориентированной на пользователя отчетности;
- интерактивный режим обмена данными, фактически означающий возможности управления пользователями поступающими к ним информационными потоками.

Развитие вышеперечисленных новаций, безусловно, потребует создания соответствующей нормативно-правовой базы для регулирования и легального применения внедряемых учетных систем, а также для удостоверения подлинности предоставляемой учетной информации. Посредником между эмитентом и пользователем отчетности в таком случае неизбежно должно стать государство. Таким образом, очевидной становится необходимость переосмысления общепринятых методов представления корпоративной отчетности, а также исследования основных изменений ее практики, возникающих в том числе в связи с новыми информационными запросами пользователей отчетности.

Литература

- Кащина Ж.Е. (2019) Персонализация корпоративной отчетности как направление развития ее практики. *Вестник Новосибирского государственного университета экономики и управления*. Т. 1. С. 161–173.
- Кащина Ж.Е. (2021) Персонализация корпоративной отчетности как новый этап развития ее практики. *Международный бухгалтерский учет*. Т. 24(9). С. 1033–1053.
- Ковалев В.В. (2013) Является ли бухгалтерский учет наукой: ретроспектива взглядов и тенденции. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. № 2. С. 90–112.
- Ковалев В.В. (2014) О новых моделях корпоративной отчетности: обзор материалов форума по отчетности бизнеса и экономическому развитию. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. № 3. С. 165–173.
- Мэтьюс М.Р., Перера М.Х. (1999) *Теория бухгалтерского учета*. М.: ЮНИТИ. 623 с.
- Палий В.Ф. (2007) *Теория бухгалтерского учета: современные проблемы*. М.: Бухгалтерский учет. 88 с.
- Пятов М.Л., Глинский В.В. (2018) Концепция гуманизации данных статистики в работах Я.В. Соколова. *Вопросы статистики*. Т. 25, № 3. С. 79–88.
- Пятов М.Л., Рогожникова В.Н. (2020) Современный дилетантизм. *Вопросы философии*. № 7. С. 202–213.
- Пятов М.Л., Соловей Т.Н. (2018) Отчетность компаний в условиях новой информационной реальности. *Сборник докладов международного научного форума «Образование и предпринимательство в Сибири: направления взаимодействия и развитие регионов»*. В 4 т. Т. 1. Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления. С. 208–212.
- Соколов Я.В. (1996) *Бухгалтерский учет: От истоков до наших дней*. М.: Юнити. 638 с.
- Хендриксен Э.С., Ван Бреда М.Ф. (2000) *Теория бухгалтерского учета*. Пер. с англ. под ред. Я.В. Соколова. М.: Финансы и статистика. 576 с.
- Экклз Р., Герц Р., Киган Э., Филлипс Д. (2002) *Революция в корпоративной отчетности*. М.: Олимп-Бизнес. 380 с.
- Amir E., Einhorn E., Kama I. (2014) The role of accounting disaggregation in detecting and mitigating earnings management. *Review of Accounting Studies*, vol. 19, pp. 43–68.
- Ball A., Owen D.L., Gray R. (2000) External transparency or internal capture? The role of third-party statements in adding value to corporate environmental reports. *Business Strategy and the Environment*, vol. 9, pp. 1–23.
- Barth M.E., Schipper K. (2008) Financial Reporting Transparency. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, vol. 23, pp. 173–190.
- Bhimani A., Willcocks L. (2014) “Bigdata” and the transformation of accounting information. *Accounting Business Research*, vol. 44, pp. 469–490.
- Blair M., Wallman S. (2001) *Unseen Wealth: Report of the Brookings Task Force on Intangibles*. Washington, Brookings Institution Press. 136 p.
- Bromwich M. (1992) *Financial Reporting, Information and Capital Markets*. London, Pitman Publishing. 384 p.
- Byström H. (2016) Blockchains, Real-Time Accounting and the Future of Credit Risk Modeling. *Scandinavian Working Papers in Economics*. URL: http://project.nek.lu.se/publications/workpap/papers/wp16_4.pdf (accessed: 05.01.2019).
- Campbell J. (1949) *The Hero with a Thousand Faces*. Princeton, Princeton University Press. 418 p.

- Chambers R. J. (1968) New Pathways in Accounting Thought and Action. *The Accountants' Journal*, pp. 700–714.
- Cooper S., Crowther D., Carter C. (2001) Challenging the predictiveability of accounting techniques in modelling organizational futures. *Management Decision*, vol. 39, pp. 137–146.
- Coyne J. G., McMickle P. L. (2017) Can blockchains serve an accounting purpose? *Journal of emerging technologies in accounting*, vol. 14, pp. 574–604.
- Francis J., Schipper K. (1999) Have financial statements lost their relevance? *Journal of Accounting Research*, vol. 37, pp. 319–352.
- García-Sánchez N. (2018) Institutional investor protection pressures versus firm incentives in the disclosure of integrated reporting. *Australian Accounting Review*, vol. 28, pp. 199–219.
- Green S., McKinney Jr. E., Heppard K., Garcia L. (2018) Big Data, digital demand and decision-making. *International Journal of Accounting & Information Management*, vol. 26, pp. 541–555.
- Hatfield H. R. (1927) *Accounting, its principles and problems*. Lawrence, Kansas, Scholars Book Co. 380 p.
- Heath L. C. (1978) *Financial reporting and the evaluation of solvency*. New York, AICPA. 153 p.
- Hertz K., Brown D., Marshall S. (2017) Evolution of corporate reporting: from stand-alone corporate social responsibility reporting to integrated reporting. *Research in accounting regulation*, vol. 29, pp. 172–176.
- Jensen M. C., Meckling W. H. (1976) Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, vol. 13, pp. 305–360.
- Krahl J., Titera W. (2015) Consequences of big data and formalization on accounting and auditing standards. *Accounting Horizons*, vol. 29, pp. 409–422.
- Lodhia S., Stone G. (2017) Integrated reporting in an Internet and social media communication environment: conceptual insights. *Australian Accounting Review*, vol. 27, pp. 17–33.
- MacNeal K. (1970) *Truth in accounting*. Lawrence, Scholars Book Co. 184 p.
- Mattessich R. (2014) *Reality and accounting*. London and New York, Routledge. 296 p.
- Riahi-Belkaoui A. (2004) *Accounting Theory*. 5th ed. UK, Thomson. 598 p.
- Rosenfield P. (2006) *Contemporary Issues in Financial Reporting: A User-Oriented Approach*. New York, Routledge. 586 p.
- Rowley J. (2012) Conducting research interviews. *Management Research Review*, vol. 35, pp. 260–271.
- Sorter G. H. (1969) An 'Events' approach to basic accounting theory. *Accounting Review*, vol. 44, pp. 12–19.
- Stamp E., Mumford M. J., Peasnell K. V. (1993) *Philosophical perspectives on accounting*. London, Routledge. 324 p.
- Staubus G. J. (1977) *Making Accounting Decisions*. Houston, Scholars Book Co. 277 p.
- Stiglitz J. E. (2002) Information and the change in the paradigm in economics. *American Economic Review*, vol. 92, pp. 460–501.
- Sunder S. (2016a) Better financial reporting: Meanings and means. *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 35, pp. 211–223.
- Sunder S. (2016b) Rethinking financial reporting: Standards, norms and institutions. *Foundations and Trends in Accounting*, vol. 11, pp. 1–118.
- Watts G., Fernie S., Dainty A. (2018) Paradox and legitimacy in construction: How CSR reports restrict CSR practice. *International Journal of Building Pathology and Adaptation*, vol. 37, pp. 231–246.
- Watts R. L., Zimmerman J. L. (1979) The demand for and supply of accounting theories: The market for excuses. *The Accounting Review*, vol. 4, pp. 273–304.
- Zeff S. A. (2002) Political lobbying on proposed standards: a challenge to the IASB. *Accounting Horizons*, vol. 16, pp. 43–54.

Статья поступила в редакцию: 19.02.2021
Статья рекомендована в печать: 21.10.2021

Контактная информация:

Касцина Жанна Евгеньевна — финансовый директор; z.kaschina@lsg.spb.ru

Personalization as a trend in the development of corporate reporting

Z. E. Kashchina

LS-Group Ltd.,

5, Soldatsky per., St. Petersburg, 191014, Russian Federation

For citation: Kashchina Z. E. (2021) Personalization as a trend in the development of corporate reporting. *St Petersburg University Journal of Economic Studies*, vol. 37, iss. 4, pp. 656–681. <https://doi.org/10.21638/spbu05.2021.406> (In Russian)

The article deals with the problems of the financial reporting methodology associated with the discrepancy between its new forms and the information needs of stakeholders. The purpose of the study is to examine the hypothesis about the existence of an interest of economic participants in financial reporting, focused on individual information requests of specific counterparties of the reporting companies, in the form and content that new technologies can achieve. To show the current trend of individual reporting format for a specific user, the concept of personalized reporting is used. The theoretical basis for this study was the work of Russian and foreign authors devoted to the current crisis of public corporate reporting on possible options for the development of its practice, as well as studies on the degree of compliance of traditional forms of financial reporting with the level of development of new technologies. The practical basis for this study was the materials of a survey of the top management of more than 300 Russian companies, and the requests of counterparties received by these companies for providing them with personalized reporting. The methodology for conducting this research was based on the works of a number of foreign authors who have conducted similar studies in recent years. The research has confirmed the hypothesis put forward. Conclusions are drawn that the use of new integrated communications in accounting can significantly improve the quality of information provided to stakeholders. It should be stressed that, personalized reporting can be a supplement or alternative to new financial reporting. Attention is drawn the need to rethink the accepted methods of financial reporting, as well as to study the main changes in its practice.

Keywords: accounting, financial reporting, data, stakeholders, personalization, information, new technology, development, crisis.

References

- Amir E., Einhorn E., Kama I. (2014) The role of accounting disaggregation in detecting and mitigating earnings management. *Review of Accounting Studies*, vol. 19, pp. 43–68.
- Ball A., Owen D. L., Gray R. (2000) External transparency or internal capture? The role of third-party statements in adding value to corporate environmental reports. *Business Strategy and the Environment*, vol. 9, pp. 1–23.
- Barth M. E., Schipper K. (2008) Financial Reporting Transparency. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, vol. 23, pp. 173–190.
- Bhimani A., Willcocks L. (2014) “Bigdata” and the transformation of accounting information. *Accounting Business Research*, vol. 44, pp. 469–490.
- Blair M., Wallman S. (2001) *Unseen Wealth: Report of the Brookings Task Force on Intangibles*. Washington, Brookings Institution Press. 136 p.
- Bromwich M. (1992) *Financial Reporting, Information and Capital Markets*. London, Pitman Publishing. 384 p.
- Byström H. (2016) Blockchains, Real-Time Accounting and the Future of Credit Risk Modeling. *Scandinavian Working Papers in Economics*. URL: http://project.nek.lu.se/publications/workpap/papers/wp16_4.pdf (accessed: 05.01.2019).
- Campbell J. (1949) *The Hero with a Thousand Faces*. Princeton, Princeton University Press. 418 p.
- Chambers R. J. (1968) New Pathways in Accounting Thought and Action. *The Accountants' Journal*, pp. 700–714.

- Cooper S., Crowther D., Carter C. (2001) Challenging the predictiveability of accounting techniques in modelling organizational futures. *Management Decision*, vol. 39, pp. 137–146.
- Coyne J. G., McMickle P. L. (2017) Can blockchains serve an accounting purpose? *Journal of emerging technologies in accounting*, vol. 14, pp. 574–604.
- Eccles R., Hertz R., Keegan E., Phillips D. (2002) *The value reporting revolution*. Moscow, Olimp-Biznes Publ. 380 p. (In Russian)
- Francis J., Schipper K. (1999) Have financial statements lost their relevance? *Journal of Accounting Research*, vol. 37, pp. 319–352.
- García-Sánchez N. (2018) Institutional investor protection pressures versus firm incentives in the disclosure of integrated reporting. *Australian Accounting Review*, vol. 28, pp. 199–219.
- Green S., McKinney Jr. E., Heppard K., Garcia L. (2018) Big Data, digital demand and decision-making. *International Journal of Accounting & Information Management*, vol. 26, pp. 541–555.
- Hatfield H. R. (1927) *Accounting, its principles and problems*. Lawrence, Kansas, Scholars Book Co. 380 p.
- Heath L. C. (1978) *Financial reporting and the evaluation of solvency*. New York, AICPA. 153 p.
- Hendriksen E. S., Van Breda M. F. (2000) *Accounting Theory*. Transl. Y. V. Sololova. Moscow, Finansi i statistika Publ. 576 p. (In Russian)
- Hertz K., Brown D., Marshall S. (2017) Evolution of corporate reporting: from stand-alone corporate social responsibility reporting to integrated reporting. *Research in accounting regulation*, vol. 29, pp. 172–176.
- Jensen M. C., Meckling W. H. (1976) Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, vol. 13, pp. 305–360.
- Kashchina Z. E. (2019) Personalization of corporate reporting as the course of development of its practice. *Vestnik of Novosibirsk State University of Economics and Management*, no. 1, pp. 161–173. (In Russian)
- Kashchina Z. E. (2021) Personalization of corporate reporting as a new stage in the development of its practice. *International accounting*, vol. 24, no. 9, pp. 1033–1053. (In Russian)
- Kovalev V. V. (2013) Is accounting a science: a retrospective view and trends. *St Petersburg University Journal of Economic Studies*, no. 2, pp. 90–112. (In Russian)
- Kovalev V. V. (2014) New models of financial reporting: a review of the forum materials on business reporting and economic development. *St Petersburg University Journal of Economic Studies*, no. 3, pp. 165–173. (In Russian)
- Krahl J., Titera W. (2015) Consequences of big data and formalization on accounting and auditing standards. *Accounting Horizons*, vol. 29, pp. 409–422.
- Lodhia S., Stone G. (2017) Integrated reporting in an Internet and social media communication environment: conceptual insights. *Australian Accounting Review*, vol. 27, pp. 17–33.
- MacNeal K. (1970) *Truth in accounting*. Lawrence, Scholars Book Co. 184 p.
- Mattessich R. (2014) *Reality and accounting*. London and New York, Routledge. 296 p.
- Matthews M. R., Perera M. H. (1999) *Accounting theory*. Moscow, Uniti Publ. 623 p. (In Russian)
- Paliy V. F. (2007) *Accounting theory: contemporary issues*. Moscow, Bukhgalterskiy uchet Publ. 88 p. (In Russian)
- Pyatov M. L., Glinsky V. V. (2018) The concept of humanization of statistical data in the works of Ya. V. Sokolov. *Questions of statistics*, no. 25 (3), pp. 79–88. (In Russian)
- Pyatov M. L., Rogozhnikova V. N. (2020) Modern amateurism. *Voprosy filosofii*, no. 7, pp. 202–213. (In Russian)
- Pyatov M. L., Solovey T. N. (2018) Reporting of companies in a new information reality. *Sbornik dokladov mezhdunarodnogo nauchnogo foruma "Obrazovanie i predprinimatel'stvo v Sibiri: napravlenie vzaimodeistviya i razvitie regionov"* in 4 vols. Vol. 1. Novosibirsk, Novosibirsk State University of Economics and Management Publ., pp. 208–212. (In Russian)
- Riahi-Belkaoui A. (2004) *Accounting Theory*. 5th ed. UK, Thomson. 598 p.
- Rosenfield P. (2006) *Contemporary Issues in Financial Reporting: A User-Oriented Approach*. New York, Routledge. 586 p.
- Rowley J. (2012) Conducting research interviews. *Management Research Review*, vol. 35, pp. 260–271.
- Sokolov Ya. V. (1996) *Accounting: From the beginnings to the present day*. Moscow, Unity. 638 p. (In Russian)
- Sorter G. H. (1969) An 'Events' approach to basic accounting theory. *Accounting Review*, vol. 44, pp. 12–19.
- Stamp E., Mumford M. J., Peasnell K. V. (1993) *Philosophical perspectives on accounting*. London, Routledge. 324 p.
- Staubus G. J. (1977) *Making Accounting Decisions*. Houston, Scholars Book Co. 277 p.
- Stiglitz J. E. (2002) Information and the change in the paradigm in economics. *American Economic Review*, vol. 92, pp. 460–501.

- Sunder S. (2016) Better financial reporting: Meanings and means. *Journal of Accounting and Public Policy*, vol. 35, pp. 211–223.
- Sunder S. (2016) Rethinking financial reporting: Standards, norms and institutions. *Foundations and Trends in Accounting*, vol. 11, pp. 1–118.
- Watts G., Fernie S., Dainty A. (2018) Paradox and legitimacy in construction: How CSR reports restrict CSR practice. *International Journal of Building Pathology and Adaptation*, vol. 37, pp. 231–246.
- Watts R. L., Zimmerman J. L. (1979) The demand for and supply of accounting theories: The market for excuses. *The Accounting Review*, vol. 4, pp. 273–304.
- Zeff S. A. (2002) Political lobbying on proposed standards: a challenge to the IASB. *Accounting Horizons*, vol. 16, pp. 43–54.

Received: 19.02.2021

Accepted: 21.10.2021

Author's information:

Zhanna E. Kashchina — Chief Financial Officer; z.kashchina@lsg.spb.ru