Что общего у аудитора и стоматолога?

Евгений САМОЙЛОВ,
партнер, «Русаудит»

Весной на рынках капитала начинается горячий сезон — компании активно отчитываются о финансовых результатах за прошлый год. Аудит такой отчетности является неотъемлемой частью процесса раскрытия. Причем он подразумевает не только проверку корректности показателей, но и более глубокий анализ — самочувствия бизнеса в целом. В разгар сезона Cbonds побеседовал с партнером одной из крупнейших аудиторско-консалтинговых компаний в нашей стране — «Русаудит» — Евгением Самойловым. Основные темы диалога — важность раскрытия информации для широкого круга пользователей, «бум» IPO, регуляторные изменения на аудиторском рынке и практические советы эмитентам, которые начинают в данный момент готовиться к выпуску ценных бумаг.

ВРЕМЯ НЕСТАНДАРТНЫХ РЕШЕНИЙ

— Наступил период, когда многие эмитенты активно публикуют годовую отчетность. Как вы этот процесс видите изнутри, как себя чувствуют ваши клиенты, насколько они сейчас готовы быть максимально открытыми?

— Да, действительно, сейчас мы проходим пик подготовки отчетности, и могу сказать, что большинство наших клиентов показывают результаты деятельности лучше, чем они, может быть, сами ожидали в начале прошлого года. Это, конечно, не говорит о том, что аудит в этом году идет достаточно легко. Внешняя среда требует большого количества нестандартных решений, креативного подхода, и мы не только рассматриваем бухгалтерские записи, но и оцениваем работу компаний в целом, поэтому и процесс подтверждения отчетности идет достаточно непросто.

Если говорить про раскрытие информации, то обычная позиция бизнеса по этому вопросу — он любит тишину, поэтому и старается минимизировать объем информации, который предоставляется внешним пользователям. Но в этом и состоит суть нашей работы, чтобы та отчетность, которую мы подтверждали, полностью соответствовала требованиям законодательства и ожиданиям инвесторов. Мы умеем решать эти вопросы. И мне кажется, что рынок видит результаты работы в том числе и аудиторского сообщества.

— Примерно полтора года назад крупные игроки раскрывали информацию только для своих. Так ли это сейчас?

— Действительно, в 2022–2023 годах эта ситуация была критической, но сейчас рынок восстанавливается. Тем не менее все еще есть крупные компании, которые либо сами находятся под санкциями, либо их бенефициары, поэтому они сокращают объем раскрываемой информации. Где-то этот вопрос является объективным, где-то это вопрос качества корпоративного управления, насколько сама компания считает необходимым раскрывать ту информацию, которую мы, как аудиторы, видим и с которой мы знакомы.

АУДИТ — НЕ КОСМИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

— Давайте поговорим про IPO. Как вы считаете, случится ли тот самый бум, который все пророчат с конца прошлого года?

— Если не будет каких-то чрезвычайных событий, то этот год должен быть успешнее, чем 2023 год, и по количеству, и по объему денег. Все факторы: и спрос, и предложение — работают, поэтому мы тоже считаем (и видим это по нашим клиентам), что тема IPO достаточно популярна сейчас.

— Есть ли какие-то лайфхаки для эмитентов, которые только начинают готовиться к выпуску облигаций или проведению первичного размещения? Бояться ли им аудитора?

— Знаете, аудит — это не космические технологии. Это достаточно понятная процедура. Наверное, единственное, что могу посоветовать компании, которая выходит на публичный рынок, — подготовиться к тому, что придется инвестировать в свою финансовую функцию. И вопросы качества бизнес-процессов, и вопросы подготовки отчетности потребуют дополнительных усилий. По нашему опыту компании необходимо два-три года выделить на аудит у уважаемой компании, чтобы быть готовым к работе на публичных рынках.

Вообще, если сравнивать нашу работу с какими-то бытовыми, известными всем ситуациями, аудитор — это как стоматолог. К аудитору, как к стоматологу, не каждый стремится попасть, у всех есть некоторое волнение при начале работы с ним, но в итоге все уходят довольными. И обычный совет таков: нужно, как и к стоматологу, раз в год прийти и сделать профилактику, провести диагностику того, что у вас происходит. Если вы понимаете, что у вас болит зуб, не надо покупать справку о том, что у вас все хорошо. Если вы действительно хотите решить вопрос с вашей болью, если вы пользуетесь всеми рекомендациями, то аудит не будет чем-то страшным. Все участники рынка уже привыкли пользоваться услугами аудиторов. Здесь нет никаких проблем.

— Расскажите, пожалуйста, об опыте «Русаудита» на рынке публичного долга.

— Наша компания уже больше 20 лет работает с публичными компаниями. На первом этапе, в нулевых годах, было достаточно много клиентов, приходящих на облигационный рынок. Это был период, когда большинство клиентов были из сегмента, который мы сегодня называем ВДО. Самые яркие события того периода — это первые IPO компаний, которые мы проводили. Например, у нас была IPO-компания Beluga, которую мы проводили вместе с лондонским офисом Baker Tilly.

Если говорить о последнем опыте, то с того момента, как облигационный рынок компаний средней и малой капитализации стал восстанавливаться, ряд наших клиентов тоже пришли на него. Это такие компании, как «Аэрофьюэлз», «Виталайн», «Охта Групп». Поэтому и опыт достаточно разнообразный. Это помогает нам работать с клиентами, соблюдать сроки и условия, которые ставятся ими и организаторами облигационных займов или проектов по IPO.

КАК СДЕЛАТЬ ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР?

— Не менее важная тема, которую хотелось бы затронуть, — это регуляторные изменения на аудиторском рынке в этом году.

— С 2024-го вступило в силу наше отраслевое законодательство. Банк России стал вторым регулятором на нашем рынке. На сегодняшний день аудит публичных компаний могут делать только аудиторы из реестра Банка России. Там сейчас около 30 компаний — этого, в принципе, достаточно для текущего масштаба рынка.

С чем еще сталкиваются на сегодняшний день аудиторы, это усиленный контроль со стороны федерального казначейства. На данный момент любая аудиторская организация, у которой есть публичный клиент, должна ежегодно проходить дополнительный контроль. Жизнь от этого не становится легче ни для нас, ни для наших клиентов, но мы понимаем, что все это делается во благо инвесторов, для их уверенности, для достоверности финансовой отчетности, поэтому надеемся, что все это приведет только к положительному развитию рынка.

Возможно, эти изменения могут существенно повлиять на рынок эмитентов ВДО. Мы провели в прошлом году анализ и выявили около 50 новичков на этом рынке среди компаний нефинансового сектора. Получилось, что где-то 80 %, то есть 40 из этих 50, работали с аудиторами, которые не вошли и, в нашем понимании, не имеют шансов войти в реестр Банка России.

Вообще смена аудитора — процесс сложный, поэтому к нему нужно готовиться. Мы очень надеемся, что никаких пересмотров отчетностей не будет, не будет никаких последствий для рейтингов этих компаний, но тем не менее этот фактор нужно учитывать. Эмитентам нужно уделять особое внимание тому, с кем они будут работать в этом году.

— А в целом как-то поменялся аудиторский рынок с 2022 года? Раньше на нем доминировали компании «Большой четверки». Что происходит сейчас?

— Знаете, наш рынок достаточно консервативный, поэтому каких-то быстрых изменений тут не происходит. Из того, что сейчас заметно на рынке, — это массовое переименование компаний. Все крупнейшие компании пользовались лицензионными соглашениями с международными сетями и сейчас вынуждены работать под новыми брендами. У кого-то изначально не было отечественных брендов. Например, «Русаудит» использует свой бренд с 1992 года. Несмотря на то что мы были в разных сетях — Baker Tilly, Crowe Global, название «Русаудит» всегда у нас было, поэтому нам, наверное, несколько проще.

Если говорить о самих игроках, то все юридические лица, крупнейшие аудиторские компании остались на рынке, каких-то существенных изменений по их масштабу мы не наблюдаем. То, что предстоит еще увидеть рынку, — это как он сам оценивает бренд той или иной компании.

— Я так понимаю, сейчас будет играть важную роль отраслевое направление и опыт работы аудитора в той или иной сфере. Плюс, может быть, какой-то личный авторитет руководителя аудиторской компании…

— Выбор, наверное, сейчас стал более индивидуальным. Действительно, важен и отраслевой опыт, и опыт работы в той или иной бизнес-ситуации, например по выпуску облигаций или проведению процедуры IPO. Безусловно, личностный фактор — это тоже очень важно, потому что все мы работаем друг с другом достаточно плотно, в сложных ситуациях аудит — это услуга достаточно конфликтная, и умение решать конфликт и находить взаимовыгодные решения — это тоже важный фактор, по которому выбирается аудитор.

— Полагаю, в этом у вас опыт достаточно большой.

— Мы надеемся, что да. Рынок облигаций, рынок компаний, которые работают на публичном рынке акций, — это наша целевая аудитория.