Зачем и как писать годовой отчет?

Елена ОДЯГАЙЛО,
председатель редакционного совета, IR magazine Russia & CIS

Елена Одягайло окончила МГУ имени Ломоносова и Московский Государственный университет экономики и статистики.

Профессиональную деятельность Елена начала ведущим специалистом в ФКЦБ России в 1996 г., затем стала начальником Управления регулирования брокерской, дилерской деятельности и деятельности по организации торговли. В период 2001–2006 гг. работала директором по связям с инвесторами в ОАО «Объединенные машиностроительные заводы», затем в ОАО «Корпорация «Иркут». С 2006 г. работает в Infomost Communication — партнере международного коммуникационного агентства Citigate Dewe Rogerson, входящего в тройку международных лидеров по финансовым коммуникациям во время IPO. Елена консультирует клиентов по разработке и внедрению программ по связям с инвесторами, созданию инвестиционного бренда компании, подготовке презентаций для инвесторов, а также рекомендаций по IR веб-сайтам. С ноября 2007 года Елена возглавляет редакционный совет журнала IR magazine Russia & CIS.

Из года в год каждое акционерное общество готовит годовой отчет для своих акционеров. Большинство компаний руководствуются при этом только требованиями российского законодательства. Наиболее продвинутые больше ориентируются на правила раскрытия информации, принятые на зарубежной площадке, где обращаются их акции, а также на опыт западных конкурентов. В любом случае, годовой отчет — это обязательная реальность для каждой российской компании.

ОДИН ИЛИ ДВА?

Российские компании, акции которых торгуются на западных биржах, как правило, готовят два годовых отчета: по российскому законодательству и по международным стандартам. Почему же именно два отчета? Так уж различаются российские и западные требования по отчетности? Годовой отчет по российскому законодательству должен быть утвержден на совете директоров компании за 30 дней до проведения ежегодного собрания.

Отчет по международным стандартам является требованием регулирующих органов или бирж тех стран, где торгуются акции российских компаний. Он готовится на английском языке с включением международной отчетности в виде хорошо проиллюстрированной брошюры, которая в дальнейшем рассылается акционерам, инвесторам, аналитикам, кредиторам и иногда клиентам.

Как показывает анализ требований российского регулятора и, например, британского FSA, практически не существует различий по содержанию информации в том и другом отчете. Причина выпуска двух отчетов лежит в области различия стандартов финансовой

отчетности и сроков ее составления. По российскому законодательству годовой отчет должен содержать отчетность по РСБУ, тогда как в отчете по международным стандартам раскрывать РСБУ не имеет смысла, так как у инвестиционного сообщества такая отчетность не вызывает доверия.

Другая проблема заключается в сроках подготовки финансовой отчетности по международным стандартам (МСФО или US GAAP). Как правило, годовую отчетность по международным стандартам компании раскрывают в июне-августе, когда годовые собрания уже прошли. Лишь несколько десятков «передовых» компаний успевают подготовить международную отчетность к ежегодному собранию акционеров, но, тем не менее, и они тоже на ежегодное собрание готовят отдельный годовой отчет, основанный на РСБУ.

Некоторые российские компании, например «Аэрофлот», придумали следующий ход. На русском языке составляется отчет, включающий отчетность по РСБУ, на английском языке — тот же отчет, но с приложением международной отчетности. Вопрос: удобно ли российским инвесторам получать ограниченную информацию в русской версии отчета без анализа, основанного на международной отчетности? По крайней мере, выглядит эта практика как ущемление прав российских акционеров и инвесторов на получение информации.

Итак, ответ на вопрос, сколько нужно годовых отчетов, лежит в плоскости как регулирования и различий в финансовой отчетности, так и целевой аудитории. При этом не стоит забывать, что если для компании важно позиционировать себя среди инвестиционного сообщества, то годового отчета, включающего РСБУ, недостаточно, необходимо готовить отчет по международным стандартам.

КАК ПИСАТЬ ГОДОВОЙ ОТЧЕТ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ?

По данным британской компании Merchant, ежегодно исследующей годовые отчеты компаний, входящих в индекс FTSE-500, содержание годовых отчетов условно можно поделить на две части: обязательную (с точки зрения инвесторов) часть и часть, работающую на репутацию компании.

К обязательной части относятся следующие разделы годовых отчетов: компания крупным планом, ключевые показатели, стратегия, рыночные возможности, описание бизнеса и описание рисков. К части, повышающей репутацию компании, относятся следующие разделы: корпоративное управление, кадровая политика, социальная ответственность и окружающая среда.

Согласно исследованию Merchant, только 12% компаний, входящих в FTSE 500, дали краткое описание своих компаний выше оценки «удовлетворительно», 80 из 500 компаний вообще об этом не написали. При этом кратко изложенная информация о компании имеет большое значение для занятых инвесторов. Ведь многие из них, согласно данным немецкого агентства Strichpunkt, тратят на просмотр отчетов около 3 минут.

ЧЕМ «ЗАЦЕПИТЬ» ВНИМАНИЕ ИНВЕСТОРА?

Для начала всем, кто участвует в подготовке годовых отчетов — и IR-специалистам, и консалтинговым компаниям, пишущим контент, и дизайнерам, иллюстрирующим отчеты, — необходимо продумать, что же компания хочет о себе сказать. Как правило, такие раздумья должны сводиться к тому, что компания еще раз хочет доказать, что ее бизнес инвестиционно привлекателен. Любой квалифицированный IR-специалист вам скажет, что при общении с инвесторами он каждый раз рассказывает инвестиционную историю компании. Таким образом, работая над содержанием годового отчета, нужно помнить о том, что это еще один способ донести инвестиционную историю до целевых аудиторий.

По всей видимости, работу над годовым отчетом следует начинать с анализа значимых событий в жизни компании за отчетный год и их влияния на достижение стратегических целей. Понимание, что же самого важного произошло в жизни компании, является ключевым для определения концепции отчета — его красной нити. Для некоторых компаний это будут впечатляющие результаты, для других — листинг на международной бирже, для третьих — крупная сделка по слиянию.

После определения концепции необходимо задуматься о ключевых сообщениях, на которых будет строиться отчет. Например, при кратком описании компании необходимо доходчиво и наглядно объяснить специализацию компании, ее географическое и рыночное положение, основные финансовые и производственные итоги деятельности. В подаче ключевых показателей важна наглядность и «история» — сравнение с предыдущими годами. Вся информация, графики и цифры должны бить в цель — быть подтверждением ключевых сообщений.

ЧЕТЫРЕ КИТА ДЛЯ ПОНИМАНИЯ КОМПАНИИ

По мнению многих аналитиков российских инвестиционных банков, самые важные разделы в годовом отчете посвящены описанию бизнеса, финансов, стратегии и рынка.

От описания бизнеса инвестиционное сообщество ожидает четкого объяснения структуры компании, данных о ее производственных мощностях, описания продукции и услуг, производственных показателей по каждому подразделению, основных заказчиков, портфеля заказов. Конечно же, подробный перечень зависит от специфики деятельности компании.

Интересно отметить, что западные компании в отчетах за последние несколько лет стали объединять разделы по описанию бизнеса и финансов. Давая описание бизнеса, они тут же приводят анализ как производственных, так и финансовых показателей, а также факторов, повлиявших на ключевые показатели. Данная тенденция стала особенно актуальной после принятия FSA новых правил раскрытия информации, в которых раздел Business review полностью заменил раздел Operational and Financial review.

Также для целостного понимания компании немаловажно правильно изложить стратегию, как советуют международные консультанты, посвятив ее описанию отдельный раздел. Инвесторы и аналитики оценят, если в годовом отчете будут проанализированы стратегические цели прошлого года и освещены приоритеты в будущем развитии.

Очень важен раздел, описывающий рыночные условия работы компании: характеристики рынка, место компании на нем, ее конкурентные преимущества. Эта информация бесценна для анализа российских компаний, только начинающих выходить на международные рынки. Инвесторам и аналитикам практически невозможно найти информацию о российском рынке, например недвижимости или розничной торговли. Зачастую источником информации служат именно годовые отчеты российских компаний, ставших публичными и предоставляющих отчеты инвесторам.

В ЧЕМ ОТЛИЧИЕ МЕЖДУ BUSINESS REVIEW И MD&A

В отчетах российских компаний помимо раздела «Описание бизнеса» часто можно встретить раздел «Обсуждение и анализ менеджментом компании финансового состояния и результатов деятельности», чаще известного как MD&A (Management Discussion and Analysis). Данный раздел, как правило, предшествует финансовой отчетности. Если внимательно прочитать MD&A, то можно обнаружить, что в данном разделе описывается все то же самое, что и в разделе «Описание бизнеса», только более финансовым языком.

Редакция IR magazine Russia & CIS задалась вопросом, зачем же нужно два раза писать об одном и том же. Обратившись к опыту западных компаний, мы поняли, что MD&A — это требование американского регулятора, Business Review — требование британского регулятора. Таким образом, совсем необязательно давать «Описание бизнеса» и MD&A одновременно, поскольку эти разделы дублируют информацию. По всей видимости, появление в российских отчетах одновременно двух разделов является результатом изучения опыта американских и британских компаний.

ИНФОРМАЦИЯ, ПОВЫШАЮЩАЯ РЕПУТАЦИЮ КОМПАНИИ

Международные консультанты рекомендуют включать в годовой отчет биографии не только членов совета директоров и исполнительного органа, но и других значимых топ-менеджеров компании. Интересно, что, по данным Merchant, среди компаний, входящих в FTSE-500, около 320 не сообщают информации о ключевых менеджерах, тогда как раздел, посвященный описанию рисков, есть практически во всех

ГЛОССАРИЙ

Narrative reporting — презентационная (описательная) часть отчета, не включающая финансовую часть.

Enhanced Business Review — новые (расширенные) требования отчетности для британских публичных компаний, более строго регулирующие включение информации от имени руководства компании по разделам влияния на окружающую среду, трудоустройства, социальной и общественной ответственности и информации о главных факторах, влияющих на дальнейшее развитие бизнеса. Требования применяются к отчетам, относящимся к финансовому году, который начался после 1 октября 2007 года. По форме нет никаких строгих предписаний, главное требование — точность цифровой информации. Новые требования заменили собой старые требования по описанию производственных и финансовых показателей (OFR, Operating and Financial Reporting).

MD&A (Management's Discussion & Analysis) — обсуждение и анализ руководством финансового состояния и результатов деятельности компании. Применяется в США и является аналогом Enhanced Business Review.

Operating and Financial Review — описание (обзор) производственных и финансовых показателей.

отчетах. При этом западные эксперты отмечают, что компании долго шли к пониманию, что данный раздел необходим.

По мнению международных IR-консультантов, тема корпоративного управления для российских компаний по-прежнему актуальна: чем подробнее освещена данная тема и чем больше принципов корпоративного управления соблюдает компания, тем лучше с точки зрения ее имиджа.

Раздел, посвященный социальной ответственности и окружающей среде, в отчетах российских компаний часто представляет собой лишь перечень мероприятий с объемом средств, потраченных в данной области. Западные компании подходят к социальным и экологическим вопросам стратегически: описывают политику в области социальной ответственности и охраны окружающей среды, достигнутые результаты в истекшем году, а также анонсируют цели на следующий год. Зачастую западные компании выпускают отдельный отчет по корпоративной и социальной ответственности — CSR — Corporate and Social Responsibility Report. Следует отметить, что выпуск отдельного отчета стал популярным среди западных и передовых российских компаний только в последние 5–6 лет.