

pISSN 2073-5081
eISSN 2311-9381

Адаптация систем учета

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ОТЧЕТНОСТИ КАК НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ЕЕ ПРАКТИКИ

Жанна Евгеньевна КАЩИНА

аспирантка кафедры статистики, учета и аудита экономического факультета,
Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ),
Санкт-Петербург, Российская Федерация
z.kashchina@lsg.spb.ru
<https://orcid.org/0000-0001-7383-0206>
SPIN-код: 5369-8623

История статьи:

Рег. № 137/2021
Получена 15.03.2021
Получена в
доработанном виде
17.08.2021
Одобрена 30.08.2021
Доступна онлайн
15.09.2021

УДК 330.1 + 336.6

JEL: M40, M41

Ключевые слова:

финансовая
отчетность,
пользователи
отчетности,
персонализированная
отчетность,
информация, данные,
технологии

Аннотация

Предмет. Тенденции развития практики корпоративной отчетности.

Цели. Доказательство или опровержение гипотезы о том, что в настоящее время пользователи учетной и отчетной информации проявляют высокую заинтересованность в доступе к первичной информации о фактах хозяйственной жизни компании в режиме реального времени. С целью показать существующую тенденцию настройки формата отчетности под конкретного внешнего пользователя используется понятие персонализированной отчетности.

Методология. В процессе исследования проблемы анализа учетных данных использовались методы комплексного, критического, логического и статистического анализа.

Результаты. Для проведения исследования с помощью метода прямого опроса были собраны данные 300 компаний. Доказана высокая заинтересованность пользователей учетных данных и отчетности в доступе к детализированной информации о фактах хозяйственной жизни предприятия в режиме реального времени. Кроме того, в статье рассмотрены альтернативные методы представления корпоративной отчетности, на основе которых можно было бы строить более точные прогнозы о будущих результатах деятельности и финансовом положении организаций. Актуальность предложенных методов, в частности персонализированной отчетности, подтверждена результатами проведенного исследования.

Выводы. Исследование подтвердило выдвинутую гипотезу, что персонализированная отчетность является актуальной потребностью современных пользователей и получает все большее распространение на практике в настоящее время.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2021

Для цитирования: Кащина Ж.Е. Персонализация корпоративной отчетности как новый этап развития ее практики // *Международный бухгалтерский учет*. – 2021. – Т. 24, № 9. – С. 1033 – 1053.

<https://doi.org/10.24891/ia.24.9.1033>

На протяжении многих лет одной из основных тем дискуссий в литературе об учете остается актуальность используемых общепринятых форм отчетности. Так, по словам К. MacNeal, история не знает более сильного нежелания, как нежелание человечества отказаться от устоявшихся принципов [1], а попытки отойти от традиционных методов наталкиваются, как правило, на сопротивление, аналогичное тому, с которым сталкивается любое нарушение давно сложившихся традиций.

При этом многие авторы, такие как R. Mattessich, E. Stamp, M.J. Mumford, K.V. Peasnell и др. [2, 3], сходятся во мнении относительно главной цели корпоративной отчетности – предоставление актуальной информации о реальных показателях деятельности предприятия всем заинтересованным пользователям, нуждающимся в такой информации.

В этой связи возникает вопрос, в какой степени данные традиционной публичной отчетности могут быть актуальны для современных пользователей. В таком случае полезность определяется способностью информации, публикуемой компаниями в отчетности, влиять на ожидания участников рынка о состоянии экономики, финансовом положении компаний, будущих доходах и рисках.

К основным недостаткам существующей публичной отчетности можно отнести ее ретроспективность, агрегированность и одновариантность оценок. При этом следует отметить тот факт, что большинство предлагаемых решений часто носит методологический характер в то время, как перечисленные проблемы нередко возможно решить техническими средствами. Так, по мнению R. Mattessich, *часто под философской поверхностью проблем учета можно обнаружить практические проблемы, скрывающиеся под ней* [3].

Очевидно, что в настоящее время благодаря современным техническим средствам создается огромный потенциал для развития отношений компаний и заинтересованных сторон посредством принципиально новой интерактивной отчетности, передаваемой в режиме реального времени.

Потребность пользователей корпоративной отчетности в дополнительной информации для обслуживания их экономических решений в настоящее время не вызывает сомнений. В этой связи К. MacNeal считал, что *те, кто рассматривает вопросы финансовой отчетности, должны иметь в виду багаж, который она несет от своих предков, обслуживающих другие потребности: как и все человеческие институты, [принципы бухгалтерского учета], как правило, остаются статичными, в то время*

как условия постоянно меняются. Передача практики как традиции игнорирует сдвиги в контексте практики... [1].

В настоящее время с уверенностью можно сказать, что агрегирование учетных данных в корпоративной отчетности, связанное с существовавшими в прошлом техническими ограничениями (необходимостью выбора между аналитичностью и оперативностью, предоставляемой пользователю, информации), теряет свою актуальность. Кроме того, уже сегодня современные технологии позволяют предоставлять доступ внешним пользователям к первичным учетным данным в режиме реального времени. Однако, несмотря на это, многие компании по-прежнему пытаются удовлетворить индивидуальные запросы различных групп пользователей, предоставляя им стандартный набор агрегированных учетных данных. Несомненно, в результате возрастает асимметрия информации на рынке, так как его участники в этом случае упускают из виду многие релевантные данные, которые могли бы оказать влияние на их экономические решения [4].

Еще в середине прошлого века известный американский экономист G.H. Sorter, критикуя агрегированность в отчетности, писал, что функция учета, прежде всего, состоит в том, чтобы быть *на один шаг впереди до принятия решений*. Кроме того, ученый в своих работах неоднократно выражал мысль о том, что любое произвольное агрегирование уменьшает полезность предоставляемой информации, ограничивая возможности ее потенциального использования [5]. Так, G.H. Sorter приходит к выводу, что учет полезен, когда он раскрывает информацию о событиях, а не стоимостную оценку предметов. В последующих работах он также резко критикует стандартизацию форм отчетности. В настоящее время в результате относительно низкой стоимости обработки и хранения данных, а также высокой скорости их передачи описанные G.H. Sorter перспективы становятся весьма вероятными: пользователь отчетности получает непосредственную возможность регулирования степени агрегирования учетной информации, например, посредством предоставления частичного доступа к данным учетных систем компании, например ERP-систем.

Очевидно, что причиной, продолжающейся на протяжении десятилетий дискуссии о содержании и формах корпоративной отчетности, является тот факт, что принципы, заложенные в технологию составления и представления отчетных данных, не вполне соответствуют существующим запросам ключевых игроков бизнес-среды [6].

В частности, одним из решений проблемы может стать внедрение учетных систем на основе технологии блокчейн, которая могла бы служить основой для создания персонализированной отчетности¹. Учитывая тот факт, что внедрение систем учета на основе технологии блокчейн подразумевает автоматизацию процесса верификации транзакций компании, разумно предположить, что это напрямую затронет и процедуру аудита. Так, по мнению К. Fieswick², в таком случае пользователям финансовой информации не нужно будет полагаться на суждение аудиторов о достоверности финансовой отчетности, они смогут с высокой степенью уверенности агрегировать актуальную финансовую информацию и вносить свои собственные корректировки в содержание отчетов.

Описывая проблему ретроспективности учетных данных, используемых для оценки вероятности банкротства компаний шведский ученый Н. Byström³ делает вывод о том, что внедрение систем учета в реальном времени, а также раскрытие компаниями учетных данных может существенно повлиять на моделирование кредитных рисков и способствовать повышению доверия со стороны инвесторов. Кроме того, по мнению Н. Byström, применение современных технологий может позволить акционерам, клиентам, кредиторам компаний и другим заинтересованным сторонам составлять свою собственную финансовую отчетность (персонализированную) за любой период времени и таким образом избежать необходимости использования для анализа только стандартных отчетов за определенный период.

Позицию Н. Byström разделяют и другие зарубежные авторы. Так, Р. Эклз, Р. Герц, Э. Киган, Д. Филлипс цитируют руководителя аудиторской практики компании PWC J.F. Brown: «...сама по себе обращенность в прошлое, свойственная традиционной отчетности, представляется совершенно непригодной для жизни во времена Интернета» [7].

Кроме того, другие американские ученые S. Green, E. McKinney Jr, K. Heppard, L. Garcia также констатируют, что в настоящее время инвесторы ограничены в возможностях лично проверять информацию о фактах

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

² Frieswick K. How Audits Must Change, Auditors Face More Pressure to Find Fraud. CFO, 2003. URL: <https://www.cfo.com/accounting-tax/2003/07/how-audits-must-change/>

³ Byström H. Blockchains, Real-Time Accounting and the Future of Credit Risk Modeling. *Scandinavian Working Papers in Economics*, no. 2016:4. Lund University, 2016. URL: http://project.nek.lu.se/publications/workpap/papers/wp16_4.pdf

хозяйственной жизни предприятия, поскольку их доступ к подобной (инсайдерской) информации ограничен, однако, если бы фирмы были готовы открыть доступ к учетным данным, это, по мнению авторов, могло бы значительно повысить доверие инвесторов и кредиторов к отчитывающимся компаниям [8], а благодаря онлайн доступу (пусть даже ограниченному) к учетной системе эмитентов отчетности, инвесторы могли бы использовать первичные учетные данные для составления собственных персонализированных отчетов и анализа положения дел фирмы-контрагента [9]. Так, по мнению профессора Йельского университета S. Sunder *персонализированная* отчетность, предоставляемая в режиме реального времени теоретически могла бы полностью устранить проблему временного лага в оценке финансового положения компаний, связанную с ретроспективностью существующих форм отчетности [10].

В этой связи следует отметить, что целью персонализации является, прежде всего, удовлетворение интересов пользователей. При этом главной характеристикой персонализированной отчетности становится удовлетворение индивидуальных запросов ее пользователей [11, 12]. Очевидно, что развитие технологий индивидуализации поисковых алгоритмов, «обучающихся» в процессе обработки запросов пользователя сети, неизбежно влияет и на поведение пользователя отчетности, предпочитающего в настоящее время персонализацию получаемой информации, подобно индивидуальной ленте новостей в профиле социальных сетей⁴ [13].

Таким образом, имеющийся материал и уровень теоретической проработки вопроса позволяет сформулировать гипотезу о том, что одним из возможных способов повышения качества корпоративной отчетности может стать отказ от унификации ее форм или, как альтернатива, дополнение их детализированной отчетностью, ориентированной на конкретного пользователя.

Для целей исследования были получены репрезентативные данные о видах дополнительной учетной информации, запрашиваемой пользователями стандартной корпоративной отчетности. Данные были получены путем прямого опроса представителей топ-менеджмента 300 предприятий, относящихся к строительной отрасли Санкт-Петербурга. В основу

⁴ Пятов М.Л., Соловей Т.Н. Отчетность компаний в условиях новой информационной реальности. В кн.: Могущество Сибири будет прирастать? Сборник докладов международного научного форума «Образование и предпринимательство в Сибири: направления взаимодействия и развитие регионов». Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2018. С. 208–212.

построения опроса были положены методы зарубежных авторов, таких как V.C. Baard, J. Dumay [14] и др. Опрос проводился в течение 2020 г.

Размер выборки определялся методом вероятностной выборки:

$$n = \frac{(Nt^2 \cdot p \cdot q)}{(d^2 N + t^2 \cdot p \cdot q)}, \quad (1)$$

где N – количество предприятий в строительной отрасли, зарегистрированных в Санкт-Петербурге по состоянию на 2019 г. (63 153)⁵; t – число, которое представляет собой требуемый «доверительный» интервал (распределение Стьюдента для вероятности 0,95 или 95%); p – вероятность наступления события (уровень потребности в дополнительной, в том числе персонализированной отчетности 0,5); q – вероятность того, что событие не произойдет (коэффициент удовлетворенности стандартной отчетностью 0,5); d – приемлемый коэффициент ошибок при отборе (0,0564).

Всего было составлено 300 анкет среди случайно выбранных фирм. В ходе проведенного авторами исследования, респондентам были заданы следующие вопросы.

1. Получаете ли вы запросы о предоставлении информации о вашей компании помимо стандартной отчетности?
2. Если да, то от каких пользователей отчетности? Варианты ответов: кредитные учреждения, контрагенты (покупатели, заказчики, поставщики, продавцы), контролирующие государственные органы).
3. Если да, то каков тип запрашиваемой информации? Варианты ответов: финансовая, нефинансовая.
4. Если да, то было ли среди запрашиваемой информации требование о предоставлении первичных документов о фактах хозяйственной жизни компании?

Важно уточнить, что анализируемые ответы были получены от представителей топ-менеджмента компаний строительной отрасли, которая является в последние годы одной из наиболее динамично развивающихся в России. Кроме того, с уверенностью можно утверждать, что требования, предъявляемые пользователями к отчетной информации предприятий других отраслей, практически аналогичны исследуемым. Особенно это

⁵ Система проверки контрагентов «СПАРК». URL: <https://www.spark-interfax.ru/statistics/region/>

относится к запросам контролирующих органов и кредитных организаций, так как отраслевая принадлежность в данном случае не является значимым показателем.

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. Предполагалось, что в данном случае уместно использовать качественную регрессионную модель, связывающую вероятность события с различными независимыми переменными. Подобные модели, например, используются при оценке потребительских характеристик, связанных с принятием решения о покупке. Чтобы предоставить подробный анализ была применена бинарная пробит-модель дискретного выбора для анализа ответов на вопрос о целях предоставления дополнительной учетной информации. В этом случае пробит-анализ позволяет получить статистически значимые данные о том, какие факторы могут влиять на частоту запросов пользователей отчетности о раскрытии информации о деятельности предприятия.

Предполагалось, что масштаб деятельности фирмы, концентрация рынка, а также цель предоставления дополнительной отчетности могут влиять на решение эмитентов отчетности в качестве факторов. Таким образом, были выбраны переменные, которые в модели предположительно считались статистически значимыми. В *табл. 1* показаны определения переменных и их предельные значения. Здесь следует отметить, что в предыдущих исследованиях анализировалось содержание действительных формализованных информационных запросов конкретных групп пользователей отчетности, в результате чего было доказано, что содержание запросов о предоставлении дополнительной отчетности практически не зависит от целей пользователей. 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, касающихся возможных изменений в активах организации в целях построения максимально точного краткосрочного прогноза [11].

В ходе проверки модели были построены следующие статистические гипотезы, касающиеся значимости социально-экономических и рыночных факторов, влияющих на предоставление персонализированной отчетности:

- 1) вероятность запросов о предоставлении дополнительной отчетной информации положительно связана с размером предприятия, отрицательно – с концентрацией рынка, а также когда целью запроса является кредитование;
- 2) вероятность запроса дополнительных сведений о деятельности компании в случае тендера и подтверждение легитимности перед контролирующими органами по отношению к размерам фирмы имеют отрицательную корреляцию.

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

Результаты очередного проведенного в 2020 г. исследования показали, что требование о предоставлении первичной информации о фактах хозяйственной жизни содержат 87% запросов от контрагентов компаний-респондентов (заказчики, поставщики и пр.), 81% запросов от контролирующих органов и 85% запросов от кредитных учреждений.

Согласно результатам опроса, проведенного в 2020 г., практически 94% всех респондентов положительно ответили на вопрос о том, получают ли они запросы о предоставлении дополнительной отчетности. При этом чаще всего от кредитных организаций получают подобного рода запросы 37% респондентов, в составе тендерной документации – 36%, и еще 27% респондентов в основном представляют дополнительные учетные данные контролирующим государственным органам. Кроме того, 72% респондентов оценили уровень концентрации рынка как высокую, как среднюю и ниже – 28% (табл. 2).

Таким образом, как показано на *рис. 1*, в среднем (по данным за 2018–2020 гг.) в большинстве случаев (83%) запросы о предоставлении персонализированной отчетности компании-респонденты получают в ходе проверки их деятельности банками при принятии решения о выдаче кредита, кроме того, в среднем более 70% контрагентов (покупатели, поставщики и т.п.) отчитывающихся компаний также предпочитают самостоятельно проводить анализ на основе первичной информации.

В *табл. 3* представлены результаты, полученные с помощью бинарной модели. Модель оценена методом максимального правдоподобия.

Расчетные коэффициенты и стандартные ошибки показывают, какие факторы могут влиять на частоту запросов персонализированной отчетности. Статистические результаты теста отношения правдоподобия модели показывают, что только одна переменная является статистически значимой при уровнях вероятности 1%, 5% и 10%.

В процессе исследования ожидалось, что решение о предоставлении дополнительной персонализированной отчетности может зависеть от размеров предприятия, концентрации рынка, а также типа пользователя, запрашивающего детальную учетную информацию. Однако результаты показали, что в отличие от ожиданий, не все переменные обладают статистически значимым влиянием на предоставление фирмами детализированной отчетности.

Высокая концентрация рынка, прежде всего, означает наличие высококонкурентной среды. Соответственно, предполагалось, что дополнительную или персонализированную отчетность в таком 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 [15]. О дополнительном раскрытии учетной информации как о конкурентном преимуществе еще в 1976 г. писали американские ученые М.С. Jensen и W.H. Meckling [16], утверждая, что *...даже без указания внешнего регулятора менеджеры компаний будут заинтересованы в предоставлении пользователям достоверных учетных записей. Фирмы готовы нести расходы на повышение достоверности бухгалтерской отчетности гораздо в больших объемах, чем это требуется по закону.* Однако, вопреки ожиданиям, переменная концентрации рынка (CONC) не имеет статистически значимого влияния на частоту запросов о предоставлении дополнительной информации о деятельности компании. Переменные предоставления персонализированной отчетности в случае скоринга, проводимого кредитной организацией, или проверки контролирующими органами также оказались статистически не значимыми. Другими словами, вопреки ожиданиям, указанные переменные не имеют статистически значимой зависимости от размера компании.

При этом, согласно оценочной модели, переменная размера фирмы оказалась статистически значимой и имела отрицательную связь с переменной TENDER. Это можно объяснить, в том числе, репутационной

составляющей крупных компаний, а также существующими техническими возможностями крупных предприятий (в отличие от малых и средних предприятий) оперативно информировать контрагентов о их текущем положении дел.

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

Исследование также показало, что в доступе к нефинансовой информации и данным управленческого учета при проверке контрагентов заинтересовано подавляющее большинство заказчиков и покупателей товаров и услуг. Дополнительным свидетельством этого является тот факт, что при оценке заемщика банки регулярно предъявляют требование о раскрытии нефинансовой информации о текущей деятельности предприятия, а также о предоставлении первичной информации. Следовательно, чрезвычайно важно понимать, что несмотря на то, что многими компаниями составляется множество альтернативных видов отчетности, современным пользователям интересны именно актуальные первичные данные, на основе которых она формируется.

При этом данные опроса показали, что несмотря на то, что 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 готовы открыть пользователям доступ к первичным учетным данным компании. Главным образом это связано с отсутствием соответствующего регулирующего подобный информационный обмен законодательства, а также различным восприятием информационной прозрачности у пользователей и эмитентов. Так, в ходе исследования выяснилось, что большинство компаний склонны оценивать свои усилия по удовлетворению информационных потребностей пользователей гораздо выше, чем их оценивает рынок.

На примере проанализированных запросов различных групп пользователей отчетности было продемонстрировано, что применение современных интегрированных коммуникаций в учете может значительно повысить

качество информации, предоставляемой заинтересованным лицам. Таким образом, модульная (персонифицированная) отчетность может стать альтернативой современной отчетности, часто перегруженной данными.

Кроме того, исследование было сосредоточено на факторах, влияющих на раскрытие компаниями информации о фактах хозяйственной жизни предприятия заинтересованным пользователям отчетности. Для анализа этих факторов была использована бинарная пробит-модель. Согласно эмпирическим результатам, малые и средние предприятия чаще получают запросы о предоставлении дополнительных учетных данных в рамках конкурсных (тендерных) процедур, чем в ходе скоринга заемщика, проводимого банками, или же в ходе проверки компании контролирующими органами. Результаты исследования также показали, что такой фактор, как концентрация рынка, не влияет на частоту получаемых компаниями запросов пользователей отчетности о предоставлении им дополнительной учетной информации. Таким образом, можно сделать вывод, что лишь незначительное количество характеристик предприятия, рынка и цели запроса дополнительной детализированной отчетности влияет на частоту подобных запросов пользователей.

В последние годы становятся все более очевидными значительно различающиеся интересы разных групп пользователей отчетности, невозможность игнорирования или ущемления их интересов, а также необходимость гармонизации информационного обеспечения разных групп пользователей учетной информации [17].

Так, одним из наиболее существенных недостатков, за который подвергаются критике современные модели отчетности, является нерепрезентативность содержащейся в них информации вследствие объединения качественно неоднородных данных, что, в свою очередь, значительно затрудняет получение пользователем актуальной информации о положении дел эмитента отчетности.

На основе полученных данных в ходе исследования были определены следующие направления совершенствования бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Первым шагом на пути повышения качества содержащейся в публичной отчетности информации может быть *внедрение систем формирования отчетности в режиме реального времени*. Если коммуникационный процесс, как было описано ранее, заключается в создании, шифровании, передаче и расшифровке сообщения, то обеспечение доступа к базам

учетных данных в режиме реального времени может принципиально изменить процесс коммуникации компаний и пользователей отчетности.

Вторым важным направлением совершенствования бухгалтерской (финансовой) отчетности может стать ее *персонификация*. Речь, в частности, идет о создании технологий обработки «больших данных». В этих условиях персонализированная отчетность может стать важной частью конкурентного преимущества любой компании. Кроме того, персонализированная отчетность в настоящее время является актуальной потребностью пользователей и получает все большее распространение на практике. В перспективе объединение баз учетных данных, вероятно, позволит значительно сократить асимметрию информации на рынке и, как следствие, снизить риски предприятий реального сектора экономики.

Третьим шагом на пути сокращения информационного разрыва между компаниями и заинтересованными сторонами может стать *интерактивный информационный обмен*. Как показало исследование, в настоящее время многие компании, выясняя, какая учетная информация интересна пользователям, самостоятельно инициируют диалог с пользователями отчетности, размещая на интернет-сайтах компании соответствующие опросные листы. Однако, следует отметить, что, возможно, более ценно для пользователей самостоятельно инициировать диалог, чтобы задать конкретный вопрос и получить интересующую их информацию. В таком случае пользователи удовлетворяли бы свои информационные потребности, а компании получали сигналы о том, какая именно информация интересует пользователей и, соответственно, влияет на оценку компании.

Кроме того, необходимым условием эффективного информационного обмена в режиме реального времени становится создание соответствующей нормативно-правовой базы для регулирования и легального применения внедряемых учетных систем, а также для удостоверения подлинности предоставляемой учетной информации. Очевидно, что посредником в таком случае должно стать государство.

Таким образом, можно предположить, что подходы к корпоративной отчетности будут развиваться в направлении специализированной функции, направленной на обеспечение внутренних и внешних заинтересованных сторон 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 возможностей

открытого доступа к учетным дезагрегированным детализированным до факта хозяйственной жизни, данным [18].

В этой связи уместно согласиться с Д.А. Львовой, что такие традиционные направления бухгалтерских исследований, как совершенствование техники учета, поиск оптимальной формы регулирования практики ведения учета и даже обсуждение полезности учетной информации для принятия решений на сегодняшний день находятся на периферии бухгалтерского научного дискурса. Современный, «критический» и «парадигматический» формат теоретизирования о бухгалтерском учете основан, прежде всего, на убежденности в его активной роли в «конструировании реальности» [19].

Следовательно, можно сделать предположение о необходимости 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.

Таблица 1

Определение переменных

Table 1

The assessment of variables

Переменные	Определение и предельное значение
SIZE (масштаб деятельности)	Малое = 1, среднее = 2, крупное = 3
CONC (концентрация рынка)	Высокая = 1, средняя и низкая = 0
TEND (цель предоставления – тендер)	Да = 1, нет = 0
CRED (цель предоставления – кредит)	Да = 1, нет = 0
LEG (цель – легитимизация)	Да = 1, нет = 0
T1 (получает ли предприятие от пользователей отчетности запрос о дополнительной отчетности)	Да = 1, нет = 0

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 2

Некоторые характеристики переменных модели

Table 2

Some characteristics of the model's variables

Характеристика	Частота	%
Размер предприятия-респондента:		
– малое	144	48
– среднее	85	29
– крупное	71	23
Количество предприятий, получающих запросы о предоставлении персонализированной отчетности	282	94
В том числе (в большинстве случаев) для:		

– получения кредита	111	37
– тендера	108	36
– легитимизации перед контролирующими государственными органами	81	27
Концентрация рынка:		
– высокая	216	72
– средняя и ниже	84	28

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 3

Оценки бинарной пробит-модели

Table 3

Estimates of the binary probit model

Зависимая переменная: SIZE

Переменная	Коэффициент	Стандартная ошибка	z	P-значение	
CREDIT	–0,763621	0,745536	–1,024	0,3057	–
TENDER	–1,47724	0,698007	–2,116	0,0343	**
LEGIT	–0,961019	0,697543	–1,378	0,1683	–
T1	–0,945328	0,723598	–1,306	0,1914	–

Примечание. Стандартные ошибки рассчитаны на основе Гессаиана.

Количество «корректно предсказанных» случаев = 92 (83,6%).

Нулевая гипотеза: ошибки распределены по нормальному закону.

** – статистически значимая переменная.

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 1

Результаты опроса за 2018–2020 гг.

Figure 1

The outcome of the survey for 2018–2020



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. MacNeal K. Truth in Accounting. Lawrence, Scholars Book Co., 1970, 184 p.
2. Stamp E., Mumford M.J., Peasnell K.V. Philosophical Perspectives on Accounting: Essays in Honour of Edward Stamp. London, Routledge, 1993, 324 p.
3. Mattessich R. Reality and Accounting: Ontological Explorations in the Economic and Social Sciences. Routledge, 2014, 296 p.
4. García-Sánchez N., Gámez-Noguera L. Institutional Investor Protection Pressures versus Firm Incentives in the Disclosure of Integrated Reporting. *Australian Accounting Review*, 2018, vol. 28, iss. 2, pp. 199–219. URL: <https://doi.org/10.1111/auar.12172>
5. Sorter G.H. An “Events” Approach to Basic Accounting Theory. *Accounting Review*, 1969, vol. 44, iss. 1, pp. 12–19.
6. Ковалев В.В. О новых моделях корпоративной отчетности: обзор материалов форума по отчетности бизнеса и экономическому развитию // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2014. Вып. 3. С. 165–173. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-novyh->

modelyah-korporativnoy-otchetnosti-obzor-materialov-foruma-po-otchetnosti-biznesa-i-ekonomicheskomu-razvitiyu

7. Эклз Р., Герц Р., Куган Э., Филлипс Д. Революция в корпоративной отчетности. М.: Олимп-Бизнес, 2002. 380 с.
8. Green S., McKinney Jr E., Heppard K., Garcia L. Big Data, Digital Demand and Decision-Making. *International Journal of Accounting & Information Management*, 2018, vol. 26, iss. 4, pp. 541–555.
URL: <https://doi.org/10.1108/IJAIM-02-2017-0019>
9. Coyne J.G., McMickle P.L. Can Blockchains Serve an Accounting Purpose? *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 2017, vol. 14, iss. 2, pp. 574–604. URL: <https://doi.org/10.2308/jeta-51910>
10. Sunder S. Rethinking Financial Reporting: Standards, Norms and Institutions. *Foundations and Trends in Accounting*, 2016, vol. 11, no. 1-2, pp. 1–113.
URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2809719>
11. Кащина Ж.Е. Персонализированная корпоративная отчетность: принципы и перспективы развития // Международный бухгалтерский учет. 2019. Т. 22. Вып. 2. С. 147–157.
URL: <https://doi.org/10.24891/ia.22.2.147>
12. Кащина Ж.Е. Персонализация корпоративной отчетности как направление развития ее практики // Вестник НГУЭУ. 2019. № 1. С. 161–173. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/personalizatsiya-korporativnoy-otchetnosti-kak-napravlenie-razvitiya-ee-praktiki/viewer>
13. Пятов М.Л., Рогожникова В.Н. Современный дилетантизм // Вопросы философии. 2020. № 7. С. 202–213.
URL: <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2020-7-202-213>
14. Baard V.C., Dumay J. Interventionist Research in Accounting: Reflections on the Good, the Bad and the Ugly. *Accounting and Finance*, 2018, vol. 60, iss. 3, pp. 1979–2006. URL: <https://doi.org/10.1111/acfi.12409>
15. Hertz K., Brown D., Marshall S. Evolution of Corporate Reporting: From Stand-alone Corporate Social Responsibility Reporting to Integrated Reporting. *Research in Accounting Regulation*, 2017, vol. 29, iss. 2, pp. 172–176. URL: <https://doi.org/10.1016/j.racreg.2017.09.010>

16. *Jensen M.C., Meckling W.H.* Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 1976, vol. 13, iss. 4, pp. 305–360.
URL: [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
17. *Watts G., Fernie S., Dainty A.* Paradox and Legitimacy in Construction: How CSR Reports Restrict CSR Practice. *International Journal of Building Pathology and Adaptation*, 2018, vol. 37, iss. 2, pp. 231–246.
URL: <https://doi.org/10.1108/IJBPA-05-2018-0037>
18. *Bhimani A., Willcocks L.* Digitisation, “Bigdata” and the Transformation of Accounting Information. *Accounting Business Research*, 2014, vol. 44, iss. 4, pp. 469–490. URL: <https://doi.org/10.1080/00014788.2014.910051>
19. *Львова Д.А.* Теория бухгалтерского учета и экономическая теория: в поисках взаимодействия // *Финансы и бизнес*. 2015. № 2. С. 124–142.

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

pISSN 2073-5081
eISSN 2311-9381

Accounting Systems Adapting

THE CUSTOMIZATION OF CORPORATE REPORTING AS A NEW DEVELOPMENT PHASE OF THE PRACTICE

Zhanna E. KASHCHINA

Saint-Petersburg State University (SPbSU),
St. Petersburg, Russian Federation
z.kashchina@lsg.spb.ru
<https://orcid.org/0000-0001-7383-0206>

Article history:

Article No. 137/2021
Received 15 Mar 2021
Received in revised
form 17 August 2021
Accepted 30 Aug 2021
Available online
15 September 2021

JEL classification:

M40, M41

Keywords: financial
statements,
stakeholders,
customized report,
information, data,
technology

Abstract

Subject. This article discusses the trends in the development of corporate reporting.

Objectives. The study aims to prove or debunk the hypothesis that currently users of accounting and reporting data actively seek to access primary data on business facts in the real life format. To demonstrate the existing tendency of reporting customization, the study uses the concept of personalized reporting.

Methods. Studying the analysis of accounting data, I applied the methods of comprehensive, critical, logic, and statistical analyses.

Results. I applied the direct survey method to collect data of 300 companies. I proved that users of accounting data and financial statements are very interested in detailed data on the company's business facts in the real life format. Furthermore, the article mentions alternative methods for corporate reporting presentation, which could be used to make more precise forecasts on the future performance and the financial position of the companies. The findings prove the relevance of the proposed methods and customized reporting in particular.

Conclusions and Relevance. The study corroborated the hypothesis stating that today users strongly need customized reports, becoming more and more popular in practice.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2021

Please cite this article as: Kashchina Zh.E. The Customization of Corporate Reporting as a New Development Phase of the Practice. *International Accounting*, 2021, vol. 24, iss. 9, pp. 1033–1053.

<https://doi.org/10.24891/ia.24.9.1033>

References

1. MacNeal K. Truth in Accounting. Lawrence, Scholars Book Co., 1970, 184 p.
2. Stamp E., Mumford M.J., Peasnell K.V. Philosophical Perspectives on Accounting: Essays in Honour of Edward Stamp. London, Routledge, 1993, 324 p.
3. Mattessich R. Reality and Accounting: Ontological Explorations in the Economic and Social Sciences. Routledge, 2014, 296 p.
4. García-Sánchez N., Gámez-Noguera L. Institutional Investor Protection Pressures versus Firm Incentives in the Disclosure of Integrated Reporting. *Australian Accounting Review*, 2018, vol. 28, iss. 2, pp. 199–219. URL: <https://doi.org/10.1111/auar.12172>
5. Sorter G.H. An “Events” Approach to Basic Accounting Theory. *Accounting Review*, 1969, vol. 44, iss. 1, pp. 12–19.
6. Kovalev V.V. [On new corporate reporting models: The overview of materials of the forum on business reporting and economic development]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika = St. Petersburg University Journal of Economic Studies*, 2014, iss. 3, pp. 165–173. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-novyh-modelyah-korporativnoy-otchetnosti-obzor-materialov-foruma-po-otchetnosti-biznesa-i-ekonomicheskomu-razvitiyu> (In Russ.)
7. Eccles R.G., Herz R.H., Keegan E.M., Phillips D.M. *Revolutsiya v korporativnoi otchetnosti* [The Value Reporting Revolution: Moving Beyond the Earning Game]. Moscow, Olimp-Biznes, 2002, 380 p.
8. Green S., McKinney Jr E., Heppard K., Garcia L. Big Data, Digital Demand and Decision-Making. *International Journal of Accounting & Information Management*, 2018, vol. 26, iss. 4, pp. 541–555. URL: <https://doi.org/10.1108/IJAIM-02-2017-0019>
9. Coyne J.G., McMickle P.L. Can Blockchains Serve an Accounting Purpose? *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 2017, vol. 14, iss. 2, pp. 574–604. URL: <https://doi.org/10.2308/jeta-51910>
10. Sunder S. Rethinking Financial Reporting: Standards, Norms and Institutions. *Foundations and Trends in Accounting*, 2016, vol. 11, no. 1-2, pp. 1–113. URL: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2809719>

11. Kashchina Zh.E. [Customized corporate reporting: Principles and prospects for development]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2019, vol. 22, iss. 2, pp. 147–157. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24891/ia.22.2.147>
12. Kashchina Zh.E. [Personalization of corporate reporting as the course of development of its practice]. *Vestnik NGUEU = Vestnik NSUEM*, 2019, no. 1, pp. 161–173. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/personalizatsiya-korporativnoy-otchetnosti-kak-napravlenie-razvitiya-ee-praktiki/viewer> (In Russ.)
13. Pyatov M.L., Rogozhnikova V.N. [Modern dilentantism]. *Voprosy filosofii*, 2020, no. 7, pp. 202–213. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.21146/0042-8744-2020-7-202-213>
14. Baard V.C., Dumay J. Interventionist Research in Accounting: Reflections on the Good, the Bad and the Ugly. *Accounting and Finance*, 2018, vol. 60, iss. 3, pp. 1979–2006. URL: <https://doi.org/10.1111/acfi.12409>
15. Hertz K., Brown D., Marshall S. Evolution of Corporate Reporting: From Stand-alone Corporate Social Responsibility Reporting to Integrated Reporting. *Research in Accounting Regulation*, 2017, vol. 29, iss. 2, pp. 172–176. URL: <https://doi.org/10.1016/j.racreg.2017.09.010>
16. Jensen M.C., Meckling W.H. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 1976, vol. 13, iss. 4, pp. 305–360.
URL: [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
17. Watts G., Fernie S., Dainty A. Paradox and Legitimacy in Construction: How CSR Reports Restrict CSR Practice. *International Journal of Building Pathology and Adaptation*, 2018, vol. 37, iss. 2, pp. 231–246.
URL: <https://doi.org/10.1108/IJBPA-05-2018-0037>
18. Bhimani A., Willcocks L. Digitisation, “Bigdata” and the Transformation of Accounting Information. *Accounting Business Research*, 2014, vol. 44, iss. 4, pp. 469–490. URL: <https://doi.org/10.1080/00014788.2014.910051>
19. L'vova D.A. [On relationship between economy theory and accounting theory]. *Finansy i biznes = Finance and Business*, 2015, no. 2, pp. 124–142. (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.