

"Самое ценное - это репутация, ее можно испортить на очень маленьком проекте"



АЛЕКСАНДР ПОЧКУН,
УПРАВЛЯЮЩИЙ ПАРТНЕР
BAKER TILLY UKRAINE

1 марта на Украине официально появилась одна из крупнейших мировых сетей аудиторских и консалтинговых компаний Baker Tilly International. О перспективах и проблемах украинского рынка аудита и консалтинга корреспонденту "Ъ-Аудит" ДМИТРИЮ Ъ-ШЕПЕЛЮ рассказал управляющий партнер Baker Tilly Ukraine АЛЕКСАНДР ПОЧКУН.

– Что помимо известного брэнда аудиторской компании может являться дополнительной гарантией того, что подтвержденная аудитором финансовая отчетность отражает истинное положение дел? Ведь часто аудиторские проверки годовой отчетности акционерных обществ носят формальный характер.

– Я готов согласиться с этим утверждением, особенно если посмотреть, кто у нас является лидером по выдаче аудиторских заключений. Например, наша компания, в которой работает более 115 человек, выдает за год 50-60 аудиторских заключений, а некоторые фирмы штампуют их сотнями в месяц. Я не хочу никого обидеть, но нам очень часто приходится сталкиваться с ситуацией формального подхода к выдаче аудиторских заключений. Не все аудиторы

понимают, что несут ответственность не перед клиентом, а перед тем неизвестным, который будет пользоваться финансовой отчетностью, учитывая мнение аудитора. Аудитор должен понимать, что он может понести ущерб не по иску клиента, а по иску третьих лиц, которые, опираясь на его информацию, вложат деньги.

В то же время достаточно много компаний, которые думают о своем будущем, переживают за состояние рынка аудита и делают все, чтобы поднять уровень доверия к аудиторской деятельности. Самое ценное – это репутация, ее можно испортить на очень маленьком проекте. Если у компании появится репутация, что она выдает фактически липовые заключения, у пользователя пропадет к ней доверие. А это самое главное, на этом строится весь бизнес. Если компания работает под международным брэндом, это заставляет более ответственно работать и беспокоиться о репутации.

Что еще является фактором доверия к аудиторским заключениям? Это объемы и показатели финансовой стабильности. Если компания большая и финансово устойчивая, то у нее появляется независимость от клиента. Например, при наших объемах продаж и количестве проектов я не переживаю о том, что если выдам аудиторское заключение и выводы не понравятся клиенту, он уйдет. У нас практически на год вперед расписан весь персонал. Это очень важно, так как мы по большому счету имеем возможность выбирать и перебирать.

– Как отразилось на украинском рынке аудита принятие в январе новой редакции закона "Об аудиторской деятельности"?

– Если взять рынок в целом, то большинство компаний занимаются не аудитом, а налоговым консультированием. Ряд компаний решает технические вопросы по подтверждению годовой финансовой отчетности акционерных обществ для Госкомиссии по ценным бумагам и фондовому рынку. Хорошо, конечно, что есть движение на законодательном уровне, но нужно также ужесточать требования к аудиторам и их подходу к работе. То есть вопрос не только в законе.

– В связи с этим не считаете ли вы, что для регулирования рынка следует создать специальный госорган, а не ограничиваться статусом Аудиторской палаты как саморегулирующейся организации?

– В мировой практике деятельность аудиторов регулируется профессиональными саморегулирующимися организациями. Поэтому модель, которая применена на Украине, не нова. Но если некий госорган будет регулировать деятельность аудиторов, есть опасность того, что пропадет такое понятие, как независимость аудитора. Потому что как только госорган получает право контролировать, он сразу пытается решать вопросы сертификации участников рынка, выдачи и лишения сертификатов. В этом случае появляется поле для злоупотреблений и передела рынка аудиторских услуг. Это в первую очередь может повлиять на локальные, не представляющие международных сети компании, так как у сетевых аудиторов основная работа направлена на удовлетворение потребностей иностранных инвесторов в финансовой информации.

– Перенял ли украинский рынок мировую практику, когда аудиторы не предоставляют одному и тому же клиенту одновременно аудиторские и консультационные услуги?

– Фактически можно разделить бизнес на две компании. Но главное понимать, является ли такая структура, по сути, одной компанией или нет. Когда мы работаем с клиентом, от которого исходят разного рода запросы, то всегда оцениваем, в каком формате нам будет выгодно с ним работать – как аудитору либо как консультанту. Если вопросы консультационного плана несут существенное влияние на работу этого клиента, мы откажемся либо от аудита, либо от консалтинга. Недопустимо, когда при реализации крупного консалтингового проекта с рекомендациями по реструктуризации, разработкой налогового планирования вплоть до учетных процедур компания оказывает еще и аудиторские услуги. Ведь в этом случае она фактически проверяет сама себя.

– Насколько актуальна для украинского рынка проблема демпинга?

– Рынок очень большой и работы хватает всем. На каждый товар найдется свой покупатель. Если клиент готов пойти за демпинговым предложением, значит, этот клиент для данного конкретного продавца. Но у разных компаний несопоставимые затраты. На мой субъективный взгляд, стоимость услуг аудита у частных предпринимателей можно рассматривать как некую демпинговую цену, так как стоимость их услуг фактически представляет собой размер желаемого ими дохода. В то же время крупная компания должна закладывать расходы на контроль качества, затраты на образование персонала, административные расходы и внутренние социальные мероприятия. В данном случае она не может предложить такую же цену, как частник, работающий у себя в квартире. Чем больше компания, чем лучше ее репутация, тем дороже будут стоить ее услуги.

– Почему аудиторские компании редко раскрывают информацию о годовой выручке от предоставленных услуг? Из-за этого нельзя составить рейтинг крупнейших аудиторов Украины, оценить занимаемую ими долю рынка.

– Это вызвано несколькими факторами. Во-первых, еще не сформировалась прозрачная конкурентная среда и соответствующие взаимоотношения в аудиторском сообществе. Во-вторых, на рынке существует практика использования аудиторских компаний в некоторых налогово-оптимизационных схемах. Получается, что мы можем по показателю собранных фее (вознаграждений.– "Ъ-Аудит") намного отставать от никому не известной на рынке компании, через которую проходят огромные обороты. Фактически это деклассация нашей компании в глазах клиента. Если будут решены вопросы

доверия к рейтинговой организации и сформированы четкие критерии оценки, которым поверят лидеры рынка, то такой рейтинг состоится.

– Насколько развита среди аудиторских компаний практика страховать свою ответственность перед клиентами?

– Ранее мы страховали наши риски. При работе в сфере налогообложения они достаточно высоки, ведь клиенты желают получить полную гарантию, что их не оштрафуют. Но на тот момент страховые компании предлагали продукт, который весьма субъективно можно было рассматривать как страховку, скорее это был имиджевый шаг с их стороны. Сейчас мы опять стали использовать практику заключения договоров страхования. Фактически будем страховать свою ответственность не перед клиентами, а перед третьими лицами.

– Как часто клиенты меняют фирмы, предоставляющие им услуги аудита, и как вы относитесь к идее введения ротации аудиторских компаний?

– Статистики по рынку нет, но иногда клиенты склонны менять аудиторов. Это связано со многими причинами. Может быть морально-психологическая нестыковка, неудовлетворенность подходом к работе и так далее. Бывает, что НБУ в настоятельной форме рекомендует банку поменять аудиторскую компанию. В нашем сегменте, если клиент начал сотрудничать с компанией, замена аудитора может быть плохо воспринята пользователями информации. Но при этом многие клиенты настроены производить ротацию через какие-то определенные промежутки времени.

В мировой практике существуют разные подходы к вопросам ротации. Если взять Францию, то там принят обратный подход, когда аудитор фиксируется на семилетний период и компания не имеет права в течение этого срока менять аудитора. Это дает аудитору определенную степень независимости, он знает, что клиент не откажется от него вследствие неудовлетворенности аудиторскими выводами. С другой стороны, это расслабляет аудитора. Следовательно, идеальной модели не существует. Следует также учитывать и ряд рыночных аспектов. Если клиент ответственно относится к аудиту, он должен сам решать, пора ли ему менять давно работающего с ним аудитора. Существует также практика внутренней ротации аудиторов, чтобы один и тот же менеджер не вел клиента долгий период времени. Скажем, через два года клиент передается на обслуживание к другому менеджеру или даже партнеру. Ротация менеджеров может приносить большую пользу для проекта – новый человек со своим свежим взглядом, без устоявшихся взаимоотношений с клиентом. Хотя клиенты часто нас просят – "оставьте этого менеджера, нам так хорошо с ним", мы стараемся быть достаточно твердыми в своем решении поменять сотрудника.

– Есть ли на рынке недостаток сертифицированных аудиторов и как ваша компания подбирает персонал?

– В нашем сегменте на рынке есть недостаток специалистов, имеющих практические навыки работы с международными либо американскими стандартами учета. Для нас не является принципиальным наличие сертификата аудитора Украины, так как это еще не означает, что такой человек справится с поставленными задачами. Все регуляторные требования мы соблюдаем, но для нас более важным приоритетом является квалификация по программе ACCA. Мы активно работаем с высшими учебными заведениями и заинтересованы в привлечении молодых специалистов, которые в течение трех-четырех лет могут вырасти внутри компании в квалифицированных аудиторов. Специалистов из других аудиторских компаний мы берем не часто, так как у них сформировались свои подходы. Их тоже приходится многому учить и переучивать, хотя стартовые требования у таких специалистов более высокие.

– Какие, на ваш взгляд, можно принять меры, чтобы компании не опасались предоставлять внешним аудиторам данные, содержащие коммерческую тайну?

– Здесь большую роль имеет фактор доверия к аудитору и его репутация. Есть клиенты, которые настаивают на том, чтобы аудитор не имел права в период действия контракта с ними работать с определенными компаниями. Если мы ведем клиентов из одной отрасли, то стараемся передавать такую работу разным менеджерам. Это в какой-то

степени ухудшает для них возможности по получению опыта в данной отрасли, но дает определенную гарантию, что не будет перетока информации. Внутри компании у нас достаточно строго регулируется доступ к разного уровня информации, ее хранению, архивированию.

– Какой из сегментов аудиторской деятельности будет в ближайшем будущем наиболее перспективным и востребованным?

– На мой взгляд, самым перспективным является все, что связано с международными стандартами учета. Уже сейчас есть высокий спрос на такие услуги, так как владельцы большинства украинских компаний задумываются о привлечении внешнего финансирования. Есть ниша и для компаний, которые не представляют какие-то международные сети, – это подготовка финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами для последующего проведения аудита. Пусть это не аудиторская, а бухгалтерская ниша, но на сегодняшний день гораздо более оплачиваемая, чем решение каких-то налоговых проблем. Допустим, компания не будет аудитором для этого проекта, но в будущем она будет проводить аудит других проектов. К тому времени она будет себя достаточно стабильно чувствовать и получать деньги из разных источников. А если компания обретет доверие к себе как бухгалтер, то в дальнейшем она его подтвердит и как аудитор.

Александр Почкун

Родился 21 сентября 1971 года. Окончил Киевское высшее зенитно-ракетное училище по специальности "инженер-радиотехник" и Киевский национальный экономический университет по специальности "финансовый менеджмент". С 1997 по 1999 год – начальник отдела методологии аудита АФ "Киевская аудиторская группа". В 1999 году совместно с партнерами основал ООО "IGK Украина Аудит". В данный момент является управляющим партнером компании Baker Tilly Ukraine. Преподает в Киево-Могилянской бизнес-школе. Женат, воспитывает троих сыновей.