Д

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Деньги дайджест

Вторник 27 мая 2014 №89 **kommersant.ru**

10 | Как власти помогут застройщикам снизить цены на жилье

11 | Как работают мобильные приложения логистических компаний

13 | Где дают высокий процент по депозитам

В последние годы становится все больше российских компаний, которые готовят не только годовую, но и промежуточную консолидированную финансовую отчетность по международным стандартам. Такая отчетность позволяет инвесторам оперативнее получать данные о состоянии дел в компании, что особенно актуально во времена экономических и политических потрясений.

Контроль по ходу дела

– аудит –

Шире круг

Сейчас законодательство предусматривает обязательную подготовку консолидированной финансовой отчетности для довольно широкого круга компаний. Это финансовые структуры (банки, клиринговые организации, страховые компании, пенсионные фонды, профессиональные участники рынка ценных бумаг), компании, ценные бумаги которых обращаются на организованных рынках, а также социально значимые и подконтрольные государству организации, список которых утверждается правительством.

Но все это относится к годовой отчетности. Что касается публикации промежуточной финансовой отчетности, то с ней хорошо знакомы российские компании, размещавшие ценные бумаги за рубежом. «С 2007 года действует директива Европейского союза, обязывающая компании публиковать промежуточную финансовую отчетность как минимум за полугодие, — рассказывает гендиректор АКГ „Деловой профиль“ Елена Токарская. — И российские компании, размещающие свои акции и долговые инструменты в Европе, обязаны составлять полугодовую отчетность. Данное требование относится к большинству российских компаний, котируемых за рубежом, так как из 107 IPO, проведенных российскими компаниями с 2005 года, 61 было осуществлено на Лондонской фондовой бирже». Требования российского законодательства в отношении промежуточной отчетности помягче. Строго говоря, закон «О консолидированной отчетности» вообще не требует от компаний сдавать промежуточную отчетность. Однако есть ряд других законодательных актов, которые предусматривают такие обязанности, например закон о рынке ценных бумаг.

БОРИСЛАВ КОЗЛОВСКИЙ

Промежуточная финансовая отчетность не так объемна, как годовая, а обзорная проверка – менее трудоемкая процедура по сравнению с аудитом

При этом список компаний, для которых представление промежуточной отчетности по МСФО является обязательным, постоянно расширяется. По словам партнера компании ФБК Аскольда Бирина, сейчас готовятся очередные поправки к закону «О консолидированной отчетности», которыми предусмотрено составление промежуточной отчетности по МСФО практически для тех же категорий компаний, которые обязаны готовить годовую финансовую отчетность по международным стандартам. При этом, отмечает эксперт, под требования нового закона могут попасть не только те организации, чьи ценные бумаги торгуются на бирже, но и вообще все открытые акционерные общества, у которых зарегистрирован проспект эмиссии.

«В последнее время все больше компаний готовят промежуточную финансовую отчетность по МСФО, — говорит партнер BDO в России Денис Тарадов. — Такая тенденция обусловлена несколькими причинами. Во-первых, это стремление руководства следовать лучшим практикам корпоративного управления. Во-вторых, принципиально важную роль играют требования инвесторов или бирж о представлении компанией регулярной информации, которая отражала бы ее актуальное финансовое состояние. Эти требования напрямую связаны с инвестициями в компанию. В любом случае подготовка промежуточной отчетности по МСФО говорит о зрелости компании, ее готовности вкладывать силы и ресурсы в повышение прозрачности для сторонних пользователей отчетности».

с10

В кредитные истории добавят подробности

– личные финансы –

Скоро бюро кредитных историй начнут собирать о заемщиках дополнительную информацию. Ее содержание, предложенное ЦБ, банкам наверняка покажется скромным, а клиентам — избыточным.

Банк России подготовил указания, согласно которым кредитные истории граждан будут существенно более подробными. Согласно документу, с 1 июля банки смогут узнать о потенциальном заемщике, какой тип кредита он брал, как именно, на какую сумму и многое другое. Например, получал ли соискатель займа отказы и на каком основании, а также отказывался ли он от уже одобренного кредита.

Все эти сведения бюро кредитных историй в соответствии с федеральным законом №218-ФЗ «О кредитных историях» с 1 июля должны заносить в информационную часть. Поскольку сам закон не определяет, что именно она должна содержать, восполнить пробел должен Банк России своими указаниями. Так что скоро банки смогут еще пристальнее изучить подробности финансовой жизни потенциальных клиентов. А значит, за особенно благонадежными заемщиками банкиры будут еще активнее гоняться, всех же прочих ждут микрофинансовые организации и кредитные кооперативы.

Если проекты указаний примут в нынешнем виде, их вполне можно будет признать компромиссными. Ведь, как удалось выяснить „Ъ“, бюро кредитных историй хотели бы включить в представленный ЦБ список еще и номер СНИЛС заемщика, мобильный и домашний телефоны, e-mail, данные о доходе и работодателе. А сами заемщики в большинстве случаев предпочитают давать о себе как можно меньше информации.

Максим Буйлов

ОБЛАЧНЫЕ СИСТЕМЫ — экономия средств и дополнительная прибыль

Выгодно ли использовать виртуальную АТС вместо «железной»? Как она и другие облачные системы помогают компании получить дополнительную прибыль? На эти вопросы отвечает Ксения Кетух, руководитель филиала «Манго Телеком» в Новосибирске.

— Ксения, в чем заключается выгода использования виртуальной АТС и других облачных систем?

— Облачные системы имеют ряд преимуществ, главные из которых — это отсутствие серьезных капитальных затрат при внедрении, отсутствие необходимости приобретать и поддерживать сложное оборудование и четкая прогнозируемость операционных расходов. Еще одно свойство «облаков» — возможность использовать и оплачивать только те функции, которые действительно нужны компании в данный момент. А в случае необходимости — легко подключить дополнительные функции или увеличить количество пользователей, сохраняя непрерывность процессов.

— Для каких компаний наиболее существенны эти преимущества?

— Использовать эти преимущества могут любые компании, но наиболее существенны они для малого и среднего бизнеса, а также для территориально распределенных организаций. Малый и средний бизнес обычно не имеет возможности делать крупные вложения в покупку оборудования и внедрение сложной системы или нанимать дополнительных специалистов для ее поддержки.

Территориально распределенным компаниям «облако» обеспечивает единое информационное пространство для всех филиалов с доступом к функциям системы через Интернет. А, например, наша виртуальная АТС, в зависимости от версии продукта, предоставляет клиенту бесплатную внутрикорпоративную связь — или внутреннюю связь по очень низкой цене. Даже если филиалы находятся в разных регионах.

— Вы можете сравнить какой-нибудь из ваших продуктов с «необлачным» аналогом с точки зрения финансовых затрат?

— Давайте сравним виртуальную и «железную» АТС. Для организации телефонии в офисе на основе «железной» АТС вам, прежде всего, потребуется ее купить. Если рассматривать модели, функциональность которых схожа с виртуальной АТС, то стоить они будут довольно дорого.

Далее, вам нужно заключить договор с оператором связи и приобрести телефонный номер. Затем АТС нужно настроить — это требует квалификации, то есть привлечения дорогостоящего специалиста. В результате вам надо будет взаимодействовать с несколькими

организациями, и процесс телефонизации может занять не один день и даже не одну неделю. И, наконец, офисную АТС нужно будет обслуживать — для чего, опять же, надо обращаться к стороннему специалисту или нанимать (обучать) собственного.

Подключая виртуальную АТС, например нашу, вы сразу же получаете 100-канальный номер и выгодную связь. Все настройки делаются через личный кабинет в Интернете. Возможно, для этого вам потребуется консультация нашей службы технической поддержки (бесплатная), но в целом, чтобы настроить виртуальную АТС, техническим специалистом быть не нужно.

В итоге полная телефонизация офиса займет один день, «капитальные расходы» будут включать только стоимость подключения номеров, а дальнейшие расходы — вполне приемлемую абонентскую плату и плату за связь. А так как покупка сложного оборудования не потребуется, то и затраты на поддержку системы будут нулевыми.

— Что необходимо для подключения виртуальной АТС?

— Единственное требование — наличие устойчивого интернет-соединения. Из дополнительного оборудования могут потребоваться только SIP-телефоны. Конечно, можно обойтись и без них, пользуясь программным телефоном на компьютере и гарнитурой. Но это удобно не для всех, к тому же SIP-телефоны обеспечивают более высокое качество связи. При этом не нужно забывать, что и «железная» офисная АТС предполагает покупку телефонных аппаратов.

— Какие продукты вы предлагаете помимо виртуальной АТС?

— Мы предоставляем три интегрированных облачных продукта для бизнеса. Помимо виртуальной АТС это центр обработки вызовов (облачный колл-центр) и CRM-система. Центр обработки вызовов — приложение для управления работой операторов и обработкой звонков в режиме реального времени. Оно помогает повысить продуктивность работы сотрудников и качество обслуживания.

CRM-система позволяет вести клиентскую базу, учитывать контакты с клиентами, структурировать бизнес-процессы, планировать задачи и оценивать результаты. CRM — эффективный инструмент измерения бизнес-эффективности и поддержки принятия управленческих решений на основе объективных данных.

— Какие возможности получения дополнительной прибыли обеспечивают ваши системы?

— Как я уже сказала, все наши продукты ориентированы на бизнес. Поэтому не только CRM, но и две другие системы, связанные с телефонией, предоставляют аналитические отчеты, помогающие выявить слабые места и возможности роста бизнеса.

Так, виртуальная АТС позволяет понять, сколько звонков поступает в компанию ежедневно, сколько из них принято и сколько пропущено. Как много вызовов происходит в нерабочее время, как быстро сотрудники поднимают трубку и сколько длится средний разговор. Анализ этих цифр позволит выработать и принять меры, скажем, для снижения количества пропущенных звонков в отдел продаж. И в результате — увеличить количество сделок.

Кроме того, и в виртуальной АТС, и в центре обработки вызовов есть целый ряд инструментов для повышения показателей обслуживания по телефону. Что помогает укрепить лояльность существующих клиентов и повысить конверсию звонков в продажи.

— Какие дополнительные преимущества дает интеграция систем?

— Это хорошо проиллюстрировать на примере интеграции нашей CRM с телефонией. Такая интеграция позволяет учесть в CRM все телефонные переговоры с клиентом и использовать их для оценки качества работы сотрудников. Например, сравнить количество принятых и совершенных менеджером звонков с количеством закрытых сделок. Или выборочно прослушать разговоры определенного сотрудника и понять, использует ли он правильный сценарий разговора с клиентом, насколько полно отвечает на его вопросы.

Кстати, наша CRM позволяет легко выбрать нужные записи разговоров по различным критериям. Например, записи всех успешных разговоров, которые привели к продажам,— их можно использовать для обучения сотрудников. Или записи неуспешных переговоров — их анализ поможет выявить ошибки менеджеров и устранить их.

Самим сотрудникам CRM с интегрированной телефонией помогает, например, планировать повторные звонки клиентам и совершать их в один клик. Или легко находить и прослушивать записи собственных разговоров с определенным клиентом для уточнения деталей соглашений.

Кроме того, в CRM вносятся все важные данные клиента, ведется вся история взаимоотношений с ним. Когда в компанию поступает звонок с известного номера, на экране сотрудника отображается всплывающая карточка разговора с полной информацией о клиенте. Туда входят предыдущие разговоры с комментариями, сделки, текущие процессы и запланированные задачи.

Карточка разговора позволяет менеджеру быстро получить всю необходимую информацию о клиенте, а значит, более эффективно провести переговоры с ним, повысить вероятность продажи, увеличить средний чек. По завершении разговора менеджер сможет быстро внести в запись клиента новые данные, используя ту же карточку.

— Какой конкретно результат в цифрах обеспечивает применение ваших систем?

— Например, новосибирский автокомплекс «Тайфун» смог за два месяца повысить продажи на 25%, а скорость обработки информации, поступающей от клиентов, на 50%. По статистике, рост продаж у наших клиентов часто достигает 20–25%. А в отдельных случаях — 25–50%, как это было в компаниях Biglion, «Шопоголик.ру», «Московский Дом Мебели», «Партком», Tiu.ru и др.

Mango Office

«Манго Телеком» в Новосибирске
ул. Красноярская, 35, оф. 1207
+7 (383) 201–83–83
www.mango-office.ru

реклама 16+