

Подход к формированию корпоративной отчетности на основе интересов различных заинтересованных сторон

Крылов Д.М., к.э.н.,

Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка

Аннотация. В статье рассматриваются задачи и проблемы раскрытия в отчетности корпораций информации об обеспечении условий устойчивого развития, необходимой для различных субъектов рыночной экономики.

Ключевые слова: корпоративная отчетность, стейкхолдеры, информационные потребности, финансовые и нефинансовые показатели, устойчивое развитие.

Approach to the formation of corporate reporting based on the interests of different stakeholders

Krilov D.M., Candidate of economic science,

Institute for the Study of Goods and conditions of wholesale market

Annotation. The article considers the challenges and issues of disclosure in corporate reporting information on ensuring conditions for sustainable development required for the various actors of the market economy.

Keywords: corporate reporting, stakeholders, information needs, financial and non-financial indicators, sustainable development.

Как известно, цель финансовой отчетности состоит в обеспечении широкого круга пользователей необходимой им для принятия экономических решений полезной информацией о финансовом положении и финансовых результатах деятельности предприятий. Отчетность завершает учетный цикл предприятий, а реформирование бухгалтерского учета в нашей стране

ориентировано на обеспечение его соответствия требованиям международных стандартов и реалиям рыночной экономики.

Международные стандарты финансовой отчетности представляют собой общепризнанные правила, устанавливающие требования к признанию, оценке и раскрытию финансово-хозяйственных операций для составления и понимания финансовых отчетов компаний во всем мире. В последние десятилетия стандарты финансовой отчетности обеспечивают сопоставимость бухгалтерской документации компаний в общемировом масштабе, а также являются условием доступности отчетной информации для внешних пользователей. Нося рекомендательный характер, они призваны, прежде всего, обеспечить прозрачность финансовой отчетности.

Прозрачность отчетности означает создание условий, при которых информация о реальном финансовом положении отдельных предприятий и их консолидированных групп, о принятых управленческих решениях и действиях оказывается доступной и понятной для всех заинтересованных участников рыночных отношений. Прозрачность необходима в первую очередь для того, чтобы все участники рынка обосновывали свои действия и проводимую политику, а также несли ответственность за свои решения и результаты их осуществления.

Мировая практика свидетельствует о том, что прозрачность отчетности обеспечивает цивилизованные условия рыночной конкуренции и создание информационной основы для внедрения концепции ответственности всех основных участников рынка. Особое значение эти качества отчетности имеют для так называемых «стейкхолдеров» [1].

Принято считать, что стейкхолдеры – это физические и юридические лица, а также их различные группы, на которые влияет деятельность организации и от которых она зависит. Часто под этим термином подразумевают группы влияния, существующие внутри или вне организации, которые надо учитывать при осуществлении ее деятельности. При этом интересы стейкхолдеров могут вступать в противоречие друг с другом, но все

они заинтересованы в получении адекватной информации для выработки своих индивидуальных решений.

Поэтому совокупность стейкхолдеров предприятия можно рассматривать как единое, но противоречивое целое, взаимодействие интересов и действий элементов которого способно влиять на функционирование этого предприятия и определять траекторию его эволюционного развития. Объективная отчетная информация о положении и перспективах предприятия, служащая основой для обоснования действий стейкхолдеров в отношении этого предприятия, является важнейшим условием его выживания в рыночной среде.

Всю совокупность стейкхолдеров коммерческой организации можно разделить на две большие группы: первичные и вторичные. В группе первичных стейкхолдеров, способных оказывать легитимное и прямое влияние на деятельность организации, в свою очередь, можно выделить внутренних (собственники, менеджеры и сотрудники) и внешних (деловые партнеры по производственной кооперации, поставщики и подрядчики, покупатели и заказчики, кредиторы и страховщики).

Вторичные стейкхолдеры, имеющие опосредованное влияние на бизнес компании, представлены органами местной и государственной власти, контролирующими и налоговыми органами, конкурентами и другими компаниями, потенциальными инвесторами, средствами массовой информации, некоммерческими профессиональными, общественными и благотворительными организациями, политическими деятелями и местными активистами, формирующими общественное мнение.

Следует отметить, что к входящим в группу вторичных стейкхолдеров пользователям информации финансовой отчетности коммерческих организаций относятся независимые аудиторы, информационно-рейтинговые агентства, органы статистики, правоохранительные органы, органы арбитражного судопроизводства, по определению не имеющие финансовой заинтересованности в деятельности отчитывающихся организаций. Однако деятельность самих этих органов несомненно оказывает влияние на бизнес

организаций – составителей отчетности.

Все заинтересованные стороны, пользуясь отчетной информацией, не только решают свои индивидуальные проблемы, но и активно влияют на бизнес компаний, предоставляющих отчетность. Не случайно успех предпринимательской деятельности все чаще связывают с учетом интересов не только акционеров, но и более широких заинтересованных групп – партнеров, покупателей, работников, поставщиков и местных сообществ.

Взаимодействие стейкхолдеров компании формирует систему отношений, которая способна поддержать бизнес в трудной ситуации или, напротив, лишить компанию возможности нормально функционировать и развиваться. При этом степень влияния на бизнес конкретной организации каждого из стейкхолдеров зависит от двух переменных — их интересов и их власти. В соответствии с известной моделью Менделоу власть стейкхолдера определяется его способностью оказывать влияние на организацию, а интерес - его желанием влиять на эту организацию. Тогда влияние стейкхолдера может быть представлено как произведение указанных выше переменных.

Очевидно, что каждая группа стейкхолдеров имеет свои интересы. Собственники заинтересованы в получении дивидендов и повышении стоимости своего бизнеса, в надежности и устойчивости компании, в ее гарантированной ликвидности. Менеджеры компании заинтересованы в ее успешном функционировании, инвестиционной привлекательности и финансовой эффективности, обеспечивающих их высокую заработную плату, имидж и карьерный рост. Сотрудники видят свой интерес в достойной оплате их труда, социальной защищенности, в гарантиях занятости, в хороших условиях работы и продвижении по службе.

Потенциальные инвесторы заинтересованы в обоснованном выборе инвестиционных решений и объектов инвестирования, способных обеспечить прибыльность и минимальный риск их вложений. Кредиторы заинтересованы в спросе на предоставляемые ими кредитные услуги, в минимизации риска невозврата выданных ссуд, полном и своевременном получении

причитающихся им процентов. Покупатели и заказчики – в удовлетворении их потребностей в соответствующих товарах и услугах, в разнообразии товарного предложения, в доступности, высоком качестве и безопасности товаров, в приемлемых ценах на них, в удобных и выгодных условиях продаж. Поставщики – в долговременных отношениях и стабильности заказов, в гарантированной их оплате на выгодных финансовых условиях и минимизации валютных рисков.

Государство, общество и различные общественные институты заинтересованы в развитии здоровой конкуренции и экономическом росте, соблюдении действующего законодательства и своевременной уплате налогов, обеспечении занятости и социальной ответственности бизнеса, в росте благосостояния населения и сохранении окружающей среды.

Нетрудно заметить, что сам интерес, как желание влиять на деятельность какой-либо компании, возникает лишь при наличии информации об этой компании. При этом основу информационного обеспечения реализации всех указанных выше интересов стейкхолдеров составляет публичная финансовая отчетность корпораций и других организаций. Лишь внутренним пользователям из группы первичных стейкхолдеров доступен более широкий круг информации о деятельности компаний, включающий данные их системного бухгалтерского, управленческого и налогового учета, бизнес-планирования, стратегических и тактических планов развития, инновационно-инвестиционных проектов и других источников, составляющих коммерческую тайну этих компаний.

При этом следует отметить, что профессионально подготовленная отчетность, ориентированная на информационные запросы ключевых пользователей, является важнейшим средством формирования деловой репутации и инвестиционной привлекательности компаний. А общемировая практика показывает, что успешная борьба за репутацию и инвестиционную привлекательность в настоящее время служит основным инструментом обеспечения процветания и роста стоимости бизнеса.

Для того, чтобы финансовая отчетность компании эффективно выполняла свое предназначение, важно четко определить цели ее составления и аудиторию, на которую она должна быть ориентирована. Понимание информационных потребностей заинтересованных пользователей – необходимое условие эффективного использования финансовой отчетности в качестве инструмента конкурентной борьбы.

Эволюция отечественной финансовой отчетности в соответствии с требованиями международных стандартов приводит к значительному сокращению количества показателей и соответствующему снижению информативности официальных отчетных форм. Поэтому объективно все большее значение приобретает необходимое для удовлетворения потребностей стейкхолдеров раскрытие финансовой информации, имеющее вид углубленных расшифровок отчетных статей, расчета оценочных показателей, свода дополнительных сведений и их аналитических обзоров.

При этом среди дополнительно раскрываемой информации, интересующей большинство пользователей, следует выделить характеристики отрасли и сектора рынка, к которым относится предприятие (рыночная конъюнктура, прогноз спроса, цен, важнейших статей расходов, зависимость от изменения процентных ставок и курсов валют, государственного регулирования и др.), и аналитические данные, характеризующие потенциал и деятельность самой компании [2].

Основные блоки вопросов, интересующих заинтересованных пользователей в отношении самой компании, представляют собой характеристики:

- миссии, стратегии и целей развития предприятия;
- основных направлений деятельности, ключевых географических и операционных сегментов, связанных с ними рисков;
- конкурентного положения и конкурентных преимуществ компании;
- ресурсного и в том числе - интеллектуального потенциала;
- структуры капитала (соотношение собственного и заемного капитала,

характеристика их элементов);

- ликвидности и кредитоспособности, финансовой устойчивости;
- способности генерировать денежные потоки и обеспечивать их сбалансированность;
- системы корпоративного управления и качества менеджмента, важнейших связанных с этим рисков;
- ключевых финансовых и нефинансовых показателей эффективности компании.

Миссия, стратегия и цели развития до настоящего времени практически не раскрывались в отечественной отчетности. Это не удивительно, ведь длительное время они определялись централизованно. Ныне же наличие такой информации крайне важно для всех заинтересованных пользователей.

Для них принципиальное значение имеет адекватное реальности, правдивое раскрытие миссии организации как основного предназначения и смысла ее существования, выражающегося в частности и в тех выгодах, которые она несет заинтересованным сторонам, в том числе клиентам и обществу в целом. Часто миссия формулируется в виде короткого брендового слогана, направленного прежде всего на формирование общественного имиджа организации. Однако стейкхолдеров больше интересует более расширенный вариант раскрытия миссии, подробно раскрывающий важнейшие ее аспекты: главную цель функционирования организации и ее перспективного развития, область деятельности и философию организации, методы достижения поставленных целей и взаимодействия организации с обществом. Формулировка миссии предполагает раскрытие и стратегического видения компании собственниками и высшим руководством как ее образа в будущем, предопределяющем рыночную и социальную роль, применяемые технологии, целевую клиентуру, географические и товарные рынки, ее перспективные возможности.

Сформулированная миссия организации должна подкрепляться раскрытием стратегии ее выполнения по четырем главным направлениям: -

стратегия корпоративного развития, - бизнес-стратегия, - функциональная стратегия, - операционная стратегия. При этом современных стейкхолдеров все больше интересует инновационная составляющая всех четырех стратегий. Это позволяет им оценить последствия выбранной стратегии для важнейших финансово-экономических факторов и показателей компании, а на этой основе строить и свои планы взаимодействия с ней.

Не меньшее значение, чем финансовые аспекты стратегии, для оценки долгосрочной устойчивости компании имеет раскрытие информации о политике предприятия в социальной и природоохранной сферах. Практика показывает, что ключевые факторы риска организации могут быть связаны именно с данными аспектами ее деятельности. Учитывая растущую значимость нефинансовых факторов для оценок долгосрочной устойчивости, многие отечественные и зарубежные корпорации добровольно составляют отчеты о социальной политике и взаимодействии с местным сообществом (что особенно важно для градообразующих предприятий), о защите окружающей среды с раскрытием значимой информации о проводимых в этих направлениях мероприятиях.

В этой связи, информация о политике предприятия в области управления персоналом должна отражать данные об условиях труда, предоставляемых возможностях обучения и развития, об использовании принципа равных возможностей, о мерах социальной поддержки, обеспечения требований техники безопасности и охраны здоровья. Информация о взаимодействии с местным сообществом может содержать данные о предоставляемых рабочих местах, о проведении культурно-просветительной и физкультурно-оздоровительной работы, о развитии спорта, благоустройстве прилегающих территорий и о средствах, направляемых на благотворительные цели.

Раскрытие экологической информации особенно важно для компаний, деятельность которых оказывает существенное влияние на окружающую среду. Она включает в себя данные о природоохранных мероприятиях, об использовании экологически чистых и возобновляемых ресурсов, об уровне

допускаемого фирмой загрязнении окружающей среды и утилизации отходов. Правдивое представление информации предполагает также и раскрытие сведений о допускаемых нарушениях экологического законодательства и уплачиваемых за это штрафах и других налагаемых на предприятие санкциях. Положительные последствия объективного раскрытия социальной и экологической информации проявляются в укреплении доверия к предприятию со стороны стейкхолдеров, в повышении деловой репутации и улучшении общественного имиджа компании.

Это признано и на международном уровне, что подтверждается деятельностью Международной ассоциации GRI (Global Reporting Initiative - Глобальная инициатива по отчетности), подготовившей в партнерстве с Программой ООН по окружающей среде «Руководство по отчетности в области устойчивого развития», развивающее подход к отчетности, взаимосвязанно отражающий экономическую, экологическую и социальную результативность организаций. Такой подход полностью согласуется с десятью принципами Глобального договора ООН (United Nations Global Compact) в области прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и борьбы с коррупцией, которые пользуются ныне всеобщим консенсусом всех стран – членов ООН и предусматривают, что все коммерческие организации:

1. должны поддерживать и уважать защиту провозглашенных на международном уровне прав человека;
2. не должны быть причастны к нарушениям прав человека;
3. должны поддерживать свободу объединения и реальное признание права на заключение коллективных договоров;
4. должны выступать за ликвидацию всех форм принудительного и обязательного труда;
5. должны выступать за полное искоренение детского труда;
6. должны выступать за ликвидацию дискриминации в сфере труда и занятости;
7. должны поддерживать подход к экологическим вопросам, основанный

на принципе предосторожности;

8. должны предпринимать инициативы, направленные на повышение ответственности за состояние окружающей среды;

9. должны содействовать развитию и распространению экологически безопасных технологий;

10. должны противостоять всем формам коррупции, включая вымогательство и взяточничество [3].

В соответствии с указанными принципами корпорации призваны посредством раскрытия нефинансовых показателей своей отчетности информировать общество о соблюдении требований социальной и экологической ответственности.

Разумеется, отчетность должна содержать информацию и об основных направлениях деятельности компании, о ключевых географических и операционных сегментах бизнеса, о связанных с ними выгодах и рисках.

При этом для характеристики коммерческой компании наиболее значимой является информация, раскрывающая [1,2]:

- организационно-правовую форму компании, характер собственности, состав участников, распределение между ними долей в уставном капитале, наличие аффилированных лиц;

- организационную и функциональную структуру, включая основные подразделения, материнскую, дочерние и зависимые общества, отношения контроля;

- основные сегменты бизнеса и их вклад в общий объем продаж и прибыль компании;

- основные риски, связанные с деятельностью компании с учетом особенностей сегментов ее бизнеса;

- рынки, на которых работает компания, её рыночная позиция и занимаемые рыночные доли, конъюнктурную ситуацию и входит ли компания в число лидеров отрасли;

- объем продаж, с разбивкой по основным сегментам деятельности, категории потребителей, степень зависимости от ключевых покупателей;
- количественные и качественные характеристики продукции или оказываемых услуг;
- основные деловые партнеры и поставщики, зависимость от ключевых поставщиков;
- численность сотрудников, их профессионализм и политику в области занятости;
- существенные изменения масштабов бизнеса, его структуры или собственников, произошедшие на протяжении отчетного периода, например, такие как покупка, продажа, расширение предприятий, изменения в структуре капитала;
- участие в национальных и международных ассоциациях и профессиональных организациях, награды, полученные за период и т.п.

Для коммерческой организации крайне важно раскрыть в отчетности ее конкурентное положение и конкурентные преимущества. Такое раскрытие осуществимо при помощи сравнений показателей отчитывающейся фирмы с аналогичными показателями основных конкурентов (по объемам продаж и занимаемым сегментам рынка, ассортименту продукции, целевым группам покупателей, характеру ценовой и сбытовой политики, неценовой конкуренция на основе предложения новых видов продукции и услуг, инновационности применяемых технологий, по соотношениям «цена-качество» выпускаемой продукции, по показателям рентабельности, производственным мощностям и уровням их использования). Чем более глубоко будут раскрыты конкурентные преимущества компании – тем больший эффект будет иметь отчетная информация.

Особое значение для оценки долгосрочных перспектив развития компании имеет информация о ее ресурсном и в том числе интеллектуальном капитале. Такая информация должна включать характеристики размеров,

динамики, структуры, состояния и технического уровня основных средств, политики их обновления, а также эффективности их использования, важнейших инновационно- инвестиционных проектов компании. Следует раскрывать также сведения о состоянии производственных запасов [6].

В условиях перехода к экономике, основанной на знаниях, все большую роль начинает играть информация об интеллектуальном капитале организации, которая в финансовой отчетности представлена лишь данными о ее нематериальных активах. Однако интеллектуальный капитал коммерческой организации в реальности имеет гораздо более сложную структуру. Он может быть охарактеризован как совокупность человеческого, структурного и социального капиталов, а также интеллектуальной собственности. При этом человеческий и социальный капиталы представляют собой неовещественные элементы интеллектуального капитала, а структурный капитал и интеллектуальная собственность предприятия воплощают в себе материализованные (овеществленные) знания.

Поэтому кроме характеристики основных видов нематериальных активов (бренды, патенты, лицензии), сведений о правовой охране основных объектов интеллектуальной собственности, об основных направлениях и результатах их использования, должна быть раскрыта и трудно поддающаяся формализации информация о человеческом капитале как совокупности способностей, возможностей, ценностных и эмоциональных характеристик сотрудников компании, позволяющих проявлять инновационную активность с целью получения дохода и создания добавленной стоимости.

Это достаточно сложная даже в теоретическом плане проблема. Ведь человеческий капитал определяется и его биологическими аспектами (состоянием физического и психического здоровья сотрудников, их умственными способностями), и образовательным уровнем персонала, знаниями, творческими способностями, навыками и опытом работников, их профессионализмом в области организационно-управленческой деятельности, который приобретает в процессе работы на руководящих должностях, и

эмоциональной составляющей, совокупностью мотивов, морально-нравственных качеств и жизненной философией работников, психологической атмосферой, системой взаимоотношений сотрудников и руководства, морально-этическими ценностями, культивируемыми в коллективе. Проще раскрывать такие характеристики как возрастной, квалификационный и гендерный состав кадров, их текучесть, средний стаж работы, фондовооруженность труда, затраты на повышение компетентности сотрудников и т.п.

Важнейшим элементом раскрытия финансовой информации является характеристика структуры капитала, финансовых рисков и политики управления ими. В современных условиях состав источников финансирования бизнеса является тем фактором, который оказывает непосредственное влияние на финансовую устойчивость организации. Раскрытие структуры источников средств проводится с целью оценки финансовой независимости и рисков, определяемых соотношением собственного и заемного капитала. Здесь необходимы углубленная характеристика отдельных элементов капитала, сведения о количестве и видах акций, правах, привилегиях и ограничениях по каждому классу акций, акциях, выкупленных самой организацией или ее дочерней или ассоциированной компанией.

Особой оценки требует величина чистых активов, их динамика и соотношение с размером уставного капитала в соответствии с требованиями ГК РФ. Необходимо также дать характеристику способности компании к сохранению и наращению капитала, раскрыть объемы и динамику долгосрочных и краткосрочных обязательств, расходы по обслуживанию кредитов и займов, сроки погашения обязательств. Сложными для восприятия пользователями и требующим расшифровки являются вопросы о наличии условных обязательств и связанных с ними неопределенностей, о формировании резервов под условные обязательства. Традиционный интерес пользователей вызывает раскрытие принципов дивидендной политики компании и распределения ее чистой прибыли.

Важнейшим условием финансового благополучия организации является приток денежных средств, достаточный для покрытия всех необходимых расходов. Основной вопрос, интересующий стейкхолдеров - способна ли компания генерировать положительный чистый денежный поток от операционной деятельности и достаточно ли его для погашения финансовых обязательств, выплаты дивидендов, осуществления инвестиций?

Необходима также четкая картина объемов и направлений инвестирования временно свободных денежных средств, а также привлекаемого финансирования.

Принципиальное значение имеет раскрытие информации о способности компании своевременно и в полном объеме погашать свои обязательства по платежам. Для этого необходимо выделить и сгруппировать по степени ликвидности все активы, которые организация может направить на погашение обязательств. Сопоставление ликвидных активов с соответствующими обязательствами и расчеты относительных показателей платежеспособности дает важную информацию о финансовой устойчивости компании. Полезно также использование стандартных методик оценки удовлетворительности структуры баланса и риска несостоятельности (банкротства) компании.

Однако для заинтересованных пользователей не меньшее значение, чем данные о финансовом состоянии компании, имеет информация о системе корпоративного управления и качестве менеджмента. Особенно важными для них являются сведения об участии акционеров в управлении, соблюдении и защите их прав, об организации работы совета директоров, опыте и профессионализме управленцев высшего звена, их подотчетности акционерам и системе их вознаграждения, эффективности управления рисками и организации системы внутреннего контроля.

Следует отметить, что раскрытие информации о практике корпоративного управления компанией теперь регулируется и отечественными нормативными актами [4]. Однако, независимо от этого, представление пользователям отчетности подобной информации соответствует интересам не

только пользователей, но и самих отчитывающихся компаний, которые одновременно повышают свой имидж и вынуждены совершенствовать систему своего корпоративного управления.

Характерная для рыночной экономики высокая степень неопределенности, с которой сталкиваются коммерческие организации, делает особенно важной для их стейкхолдеров информацию о наиболее существенных рисках этих организаций. Поэтому грамотное раскрытие отраслевых, страновых, региональных, операционных, финансовых, правовых и прочих рисков, существенных для деятельности компании, значительно повышает ценность отчетной информации.

Наконец, информация отчетности позволяет рассчитывать обширный круг известных финансовых показателей, характеризующих эффективность операционной деятельности компании, ее финансовое состояние и финансовые результаты.

Нетрудно заметить, что раскрываемая по предлагаемой схеме информация представляет собой результаты анализа различных сторон деятельности компании в реально сложившихся в отчетном году условиях. Получаемые в ходе анализа ключевые финансовые и нефинансовые показатели могут служить основой для формирования их сбалансированной системы, как основы выработки стратегии этой компании.

Авторы концепции сбалансированной системы показателей Д.Нортон и Р.Каплан [5] рассматривают стратегическое развитие предприятия в четырех взаимосвязанных направлениях: финансы, взаимоотношения с клиентами, внутренние процессы и инновации (как развитие персонала и инфраструктуры). Эти направления взаимосвязаны, характеризуя причинно-следственную связь между достижением финансовых целей и привлечением необходимых ресурсов в конкретных рыночных условиях. Построив систему таких показателей и ежегодно актуализируя их значения на основании раскрытия информации отчетности, можно не только формировать стратегические решения, но и контролировать их реализацию, выявлять отклонения, обусловленные либо

динамичностью внешних условий бизнеса, либо деятельностью самой компании. Это позволяет не только принимать оперативные и тактические управленческие решения, но и уточнять стратегические цели.

Таким образом, удовлетворяя потребности внешних пользователей отчетной информации, компания получает инструмент корректировки собственных, сформулированных ранее миссии, стратегических целей и планов их достижения.

Библиографический список:

1. Бариленко В.И. Роль бизнес-анализа в обосновании направлений инновационного развития // Инновационное развитие экономики. – 2012. – № 8. С. 124-131.

2. Бариленко В.И. и др. Аналитическое обеспечение реализации инновационных программ развития реального сектора экономики //РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2013. – № 1. С. 106-117.

3. United Nations Global Compact. URL: <http://www.unglobalcompact.org> (дата обращения: 24.10.2013).

4. Приказ ФСФР РФ от 10.10.2006 г. № 06-117/пз-н «Об утверждении положения о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг».

5. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей. / Пер. с англ. – М: Олимп-Бизнес, 2009.

6. Бариленко В.И. и др. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. Пособие. – М.: Омега-Л, 2009. – 414 с.