

## НЕОБХІДНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА КРИТЕРІЇ ВИБОРУ КЛІЄНТІВ

Одним з найважливіших етапів будь-якої діяльності (в тому числі й аудиту) є планування. Метою планування аудиту є концентрація уваги аудитора на найважливіших напрямках аудиту, виявлення проблем, які необхідно перевірити більш детально.

На планування в аудиті відводиться від 10 до 30 % загального часу на здійснення перевірки, цей процес є достатньо трудомістким (він включає розробку стратегії, плану, проведення розрахунків суттєвості, ризиків, вибірки, тестів, складання програм перевірки тощо). Аудитор зобов'язаний чітко прогнозувати, контролювати й обліковувати процеси своєї діяльності для того, щоб забезпечити на кожній стадії роботи найбільш ефективні процедури.

Загалом, планування аудиту передбачає: визначення стратегії й тактики проведення аудиторської перевірки, складання загального плану та планів за окремими об'єктами, побудову самих аудиторських програм (розширених планів), з'ясування аудиторських процедур і доказів, що будуть використовуватися, а також проводиться оцінювання об'єктів шляхом аудиторського контролю.

Для планування своєї діяльності аудитори України повинні користуватися положеннями МСА 3002 «Планування аудиту фінансової звітності» [1]. Цей МСА розглядає відповідальність аудитора за планування аудиту фінансової звітності. Цей МСА написаний в контексті постійного аудиту. Додаткові міркування стосовно першого завдання з аудиту розглянуто окремо.

Відповідно до п. 7 МСА 300 [1] аудитор має визначити загальну стратегію аудиту, яка б встановлювала обсяг, час і напрям аудиту, а також спрямовувала розробку плану аудиту.

Після обраної стратегії аудиту аудитор починає розробляти план аудиту з описом (п. 8 МСА 300), який складається для зменшення аудиторських ризиків до прийнятого низького рівня.

Обсяг планування може змінюватися залежно від суб'єкта підприємницької діяльності, первинності чи повторності аудиторської перевірки, набутого досвіду аудиторської роботи з клієнтом і знання особливостей його діяльності (так, за умови співпраці з постійним клієнтом деякі процедури можна й не планувати).

Аудиторська фірма повинна приділяти велику увагу щодо вибору клієнта. У зв'язку із цим аудиторів необхідно здійснити низку наступних дій:

– оцінити позицію клієнта на ринку та стан галузі, до якої належить суб'єкт господарської діяльності;

– оцінити мету звернення клієнта та можливість виконання завдань аудиту;

– зібрати зовнішню інформацію про діяльність клієнта, його платоспроможність, вищий управлінський персонал, власників тощо;

– оцінити причини зміни аудиторської фірми (якщо таке існує);

– здійснити попередню оцінку величини аудиторського ризику;

– здійснити попереднє ознайомлення з бізнесом клієнта, його фінансовою звітністю, платоспроможністю, станом внутрішнього контролю;

– оцінити можливості виконання роботи з проведення аудиту чи надання аудиторських послуг.

Клієнтів аудиторських фірм можна класифікувати за наступними ознаками: за організаційно-правовими формами (підприємства, установи, організації, об'єднання, фонди, громадяни), за тривалістю відносин між аудитором і клієнтом (випадкові або разові, постійні), залежно від досвіду і відносин: - нові; - постійні.

Із постійними клієнтами підготовча стадія за витратами часу є майже мінімальною. Як правило, тут все зводиться (шляхом листування) тільки до з'ясування мети аудиту чи аудиторських

\* Науковий керівник – Бірченко Н.О., ст. викладач

послуг, терміну виконання, місця виконуваної роботи, форми звіту чи інших підсумкових документів за результатами виконання завдання та узгодження суми за виконану роботу. Договір на проведення аудиту чи надання послуг може бути продовжено з року в рік з урахуванням надання поточних консультацій. Крім того, аудиторська фірма не витрачає час на проведення попереднього ознайомлення з клієнтом, його бізнесом тощо. Разом з тим, аудиторська фірма може планувати термін проведення аудиту та проводити перевірку окремими періодами протягом року, що призводить до зменшення аудиторського ризику.

Клієнтом аудиту є суб'єкт господарювання, стосовно якого фірма виконує завдання з аудиторської перевірки, клієнтом з надання впевненості визначається суб'єкт господарювання, стосовно якого аудиторська фірма виконує завдання з надання впевненості.

При цьому, як суб'єкт господарської діяльності може обрати аудиторську фірму, так і аудиторська фірма може погодитись чи відмовити у проведенні аудиту (наданні послуг).

#### Література.

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: видання 2010 року / Міжнародна федерація бухгалтерів. Перекл. з англ. мови. [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: [ari.com.ua](http://ari.com.ua).

