

АУДИТОРСЬКА ОЦІНКА РИЗИКІВ СУТТЄВОГО ВИКРИВЛЕННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Подальший розвиток України безпосередньо пов'язаний з членством в Європейському союзі, наявністю грантової та іншої міжнародної підтримки, залученням інвестицій зі світової економіки. Все це передбачає пряме застосування в Україні міжнародних стандартів фінансової звітності й міжнародних стандартів аудиту. Саме тому незалежний інститут аудиту в Україні буде розвиватися у вищезазначеному trendі.

Варто зазначити, що крім зовнішніх запитів, існують й внутрішні потреби розвитку аудиту в Україні. Одна з них – достовірна (підтверджена аудитором) фінансова звітність для прийняття управлінських рішень підприємств, а також ефективної економічної політики.

Масове застосування аудиту створює запити на його продуктивність, тобто отримання високої якості з меншими внутрішніми затратами. Це, у свою чергу, спонукає аудиторські компанії на запровадження ефективної системи контролю якості їх діяльності. Останнє потребує розробок ефективних методик ризик-орієнтовних підходів до планування та здійснення аудиту фінансової діяльності.

Процес виявлення та оцінки ризиків аудитором інтерактивний і динамічний. Аудиторська оцінка ризиків є досить важливою, оскільки від її розв'язання безпосередньо залежить:

- згода аудитора на проведення перевірки фінансової звітності,
- розробка загальної стратегії та планування аудиту,
- визначення строків аудиторської перевірки,
- вибір аудиторських процедур.

Зауважимо, що аудиторський ризик – це суб'єктивна ймовірність існування суттєвих помилок у фінансовій звітності клієнта після проведення аудиту, визначена аудитором. Відповідно до МСА, аудиторський ризик – це ризик того, що аудитор висловить невідповідну думку, коли фінансова звітність суттєво викривлена. Рекомендації щодо оцінки ризику відображено в МСА 315 «Ідентифікація та оцінювання ризиків суттєвого викривлення» [1]. МСА 315 слід розглядати разом з МСА 200 «Загальні цілі незалежного

аудитора та проведення аудиту відповідно до Міжнародних стандартів аудиту», який визначає загальні цілі аудитора при проведенні аудиту фінансової звітності, включаючи отримання достатніх незалежних аудиторських доказів зниження аудиторського ризику до прийнятно низького рівня.

МСА 200 вимагає, щоб аудитор застосовував професійне судження при плануванні та проведенні аудиту, а також планував і здійснював аудит з професійним скептицизмом, усвідомлюючи те, що можуть існувати такі обставини, за яких фінансова звітність виявиться суттєво викривлена [2].

Оскільки ймовірність правильного аудиторського висновку залежить від трьох факторів, а саме: ефективності бухгалтерського обліку, надійності системи внутрішнього контролю, застосованих аудиторських процедур, тому виділяють і три складові аудиторського ризику.

Так, складовими аудиторського ризику є: властивий ризик; ризик контролю та ризик невиявлення. Перші два види ризиків є результатом діяльності клієнта, вони існують незалежно від аудиторської перевірки та не залежать від аудитора.

Ризик невиявлення аудитором суттєвих порушень в обліку й звітності після застосування ним аудиторських процедур повністю залежить від аудитора, тому що пов'язаний з його діяльністю та визначає рівень якості його роботи. За цей ризик аудитор несе відповідальність, тому він повинен бути зведений до мінімуму. Як бачимо, ризик невиявлення – це та частка похибки аудиторської перевірки, яку може собі дозволити аудитор при системах обліку та внутрішнього контролю, що склалися у клієнта. Разом з тим ризик невиявлення можна лише зменшити, а не усунути повністю через властиві обмеження аудиту. Адже окремі аудиторські докази, на яких ґрунтується аудиторська думка та на підставі яких аудитор формулює висновки, є швидше переконливими, а ніж остаточними.

У випадку, коли властивий ризик та ризик контролю високі, тоді аудитору слід знизити ризик невиявлення шляхом збільшення кількості аудиторських доказів, обсягу виконаних аудиторських процедур і вибірки.

Як бачимо, визначений на підготовчому етапі аудиторський ризик не є сталою величиною. Його значення може змінюватися та коригуватися під час проведення аудиторської перевірки, тобто може змінюватися напрям аудиторської перевірки, коригуватися план аудиторської роботи та збільшуватися кількість аудиторських процедур.

Оскільки ризик невиявлення є похідною величиною від властивого ризику і ризику контролю, то для аудитора важливою є розробка методики їх виміру. Зауважимо, що єдиної методики не існує. Як правило, вона розробляється кожним суб'єктом аудиторської діяльності відповідно до умов конкретної перевірки.

Для кількісної оцінки ризику необхідно потурбуватися про фактори, методи їх оцінки та методи збору інформації для кількісної оцінки факторів.

МСА 315 надає рекомендації щодо переліку факторів [1]. Пропонується оцінювати кожен фактор, виходячи суб'єктивних міркувань за тривірневою шкалою (високий – 70-100%, середній – 40-70% та низький – 1-40%);, а потім визначати коефіцієнт важливості кожного фактору. Далі для отримання комплексної (інтегральної оцінки) ризиків пропонується використати метод сум, для цього необхідно розрахувати суму добутку кількісного значення кожного фактора та його коефіцієнта важливості.

Аудитор повинен застосувати для отримання інформації такі аудиторські процедури як: спостереження за діяльністю й операціями клієнта, огляд інформації ділової періодики, статистичних даних; аналітичні процедури, виконані як процедури оцінки ризиків; подання запитів працівникам, експертам, попереднім аудиторам, третім особам на основі спеціально розроблених анкет. Підкреслимо, що склад питань є справою професійного судження аудитора. На характер, терміни та обсяг аудиторських процедур може впливати те, що деякі дані бухгалтерського обліку та інші докази можуть бути доступні лише в електронній формі чи лише у певні моменти часу.

Фактори, що дозволяють оцінити існування властивого ризику, визначають на рівні фінансової звітності в цілому та окремих її статей.

До набору факторів, що формують властивий ризик на рівні фінансової звітності в цілому, належать:

- економічна ситуація в країні, загальні умови бізнесу;
- стан галузі та підприємницької діяльності клієнта, характер його бізнесу;
- організаційна та управлінська структура підприємства;
- контроль за діяльністю економічного суб'єкта з боку його власників;
- можливість зовнішнього тиску адміністрації на персонал;
- загальний рівень компетентності персоналу, частота змін в його складі.

Серед факторів, які дають змогу оцінити існування властивого ризику за класами операцій, залишками на рахунках, слід виділити:

- нетипові операції, що не відповідають сфері діяльності підприємства або незвичні для неї;
- складні операції, котрі вимагають неочевидних записів, які важко простежуються;

- операції, вартість яких відображена в іноземній валюті;
- операцій з пов'язаними сторонами;
- операції, які дають підстави підозрювати шахрайство чи пов'язані з відмиванням коштів отриманих незаконним шляхом, фінансуванням тероризму. Їх перелік аудитор визначає керуючись своїм професійним досвідом, а також додатком 2 до МСА 315 [1].

Не варто забувати, що аудитор повинен зберігати професійний скептицизм протягом усього періоду проведення аудиту, тобто критично оцінювати, ставити під сумнів обґрунтованість отриманих аудиторських доказів та завжди очікувати на виявлення інформації, яка суперечить чи ставить під сумнів достовірність документів або тверджень відповідальної сторони. При оцінці відповіді управлінського персоналу з професійним скептицизмом, аудитор може бажати підтвердити запити й запевнення іншою інформацією.

Для виявлення фактів шахрайства аудиторі слід вносити елементи непередбачуваності у використання аудиторських процедур, здійснення процедур підтвердження інформації працівниками підприємства; усне звернення до ключових клієнтів та постачальників додатково до надсилання їм письмового підтвердження.

– нетипові статті, їх зміни, неочікувані залишки по рахунках, аудитор встановлює під час короткого аналізу фінансової звітності. При неотриманні задовільного роз'яснення він повинен припустити, що в даних статтях є потенційна помилка.

- рахунки, які потребують коригувань;
- рахунки, що можуть бути чутливими до викривлень;
- операції, в яких особисто зацікавлене керівництво або до яких воно проявляє підвищений інтерес;
- операції, бухгалтерське відображення яких повністю чи частково буде у суб'єктивній думці виконавців.

Підкреслимо, що фактори мають обов'язково бути оцінені в робочих документах.

Проводячи перевірку застосування облікових оцінок, аудитор повинен виконати такі процедури: оцінити обґрунтованість припущень управлінського персоналу, точність та повноту даних, які є підставою для розрахунку облікової оцінки; перевірити порядок розрахунків, що виконані під час оцінки; застосувати аналітичні процедури для вивчення динаміки облікових оцінок, здійснити огляд подальших подій, що відбуваються після закінчення звітної періоду, але до завершення аудиту.

Отже, дослідження по науковому забезпеченню аудиторської оцінки ризиків суттєвого викривлення фінансової звітності є

актуальними. Вони повинні бути направлені на розробку методичних рекомендацій, щодо оцінки ризиків в процесі виконання завдання з аудиту фінансової звітності.

Інформаційні джерела

1. Міжнародний стандарт супутніх послуг (МСА) 315 (переглянутий в 2019 році) «Ідентифікація та оцінювання ризиків суттєвого викривлення». 2022. IFAC (МФБ) URL: <http://surl.li/luisl>.

2. Міжнародний стандарт аудиту (МСА) 200 «Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до Міжнародних стандартів аудиту». 2018. IFAC (МФБ). URL: <https://mof.gov.ua/uk/mizhnarodni-standarti-auditu>.

УДК 339:138

В.Г. Гноєвий, канд. екон. наук, доц. (*Придніпровський інститут МАУП, Кременчук*)

І.О. Кравцова, ст. викл. (*Придніпровський інститут МАУП, Кременчук*)

КОРПОРАТИВНИЙ БЛОГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Посилення маркетингової активності у мережі інтернет, яке спостерігається протягом багатьох останніх років, висуває нові вимоги щодо якості інформаційного контенту інтернет-ресурсів компаній. Такі його елементи, як статті, відеоролики, подкасти вебінари, інфографіка та інші є потужними елементами просування, які здатні не лише відповісти на питання, а й задовольнити потреби потенційних клієнтів на різних етапах воронки продажів.

Однією з основних проблем, які постають перед компаніями є низька поінформованість споживачів про товар, його переваги та відмінності від конкурентів. У такому разі необхідно створювати контент, який буде привертати увагу до продукту та його унікальних особливостей, розповідати про проблеми, які він вирішує, демонструвати цінність та вигоду від його використання, формувати інтерес та бажання дізнатися більше про продукт. Ці завдання можна вирішити за допомогою розміщення на сайті або у блозі компанії SEO-оптимізованих статей за ключовими запитами цільової аудиторії, оглядові відео або подкасти про продукт та його можливості [2]. Також цьому сприятимуть кейси чи відгуки успішних клієнтів компанії, лід-магніти (безкоштовні матеріали в обмін на контактні дані), наприклад,