

Організація аудиторської перевірки інформації про інноваційну діяльність

Статтю присвячено дослідженню теоретичних і організаційно-методичних аспектів організації аудиту інноваційної діяльності промислових підприємств України. Уточнено сутність поняття «інноваційна діяльність», її види та етапи як об'єкти обліково-аналітичної роботи. Визначено особливості організації бухгалтерського обліку інноваційної діяльності підприємств і розроблено рекомендації щодо удосконалення методики аудиту обліку інноваційної діяльності у розрізі: джерел фінансування, етапів реалізації інноваційного проекту, суб'єктів господарювання, які впроваджують інноваційну діяльність. Виокремлено методичні та організаційні особливості управлінського обліку на етапах виробництва інноваційної продукції.

The article studies the theoretical and methodological aspects of organizational audit organization innovation of industrial enterprises in Ukraine. The essence of the concept of "innovation", its types and stages as objects of accounting and analytical work. The features of accounting innovation of enterprises and developed recommendations for improving the methods of auditing accounting in terms of innovation : sources of financing stages of the innovation project entities that implement innovation. Singled out methodological and organizational features of management accounting in the stages of product innovation .

Ключові слова: *інновації, інноваційна діяльність, інноваційний проект, інноваційний продукт, інноваційна продукція, методика обліку, економічний аналіз.*

Вступ. Організація проведення аудиту нововведеннями набуває особливої важливості в умовах зростаючої динамічності ринкової економіки. Сучасні тенденції економічного підйому і розвитку економіки незалежної України висувають нові підходи до управління підприємствами і організаціями, нові методики функціонування обліково-аналітичної інформації про інноваційну діяльність.

Сутність інноваційних проектів розглянуто в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених І.Т. Балабанової, В. Барди, У. Бауми, І.А. Бланка, Ю.В. Богоявленської, Н.А. Бортніка, К.И. Воронової, В.Н. Глазунової, Б. Дірени, Л. Ламсон-Скрибнері, В.В. Коссової, І.В. Ліпсіци, І.І. Мазура, Г. Пуригак, А.Е. Туктарової, В.Д. Шапіро, К. Шахназарова, С.І. Шуміліна та ін. Але актуальність подальших досліджень зростає тому, що з одного боку, інноваційні процеси набувають усе більшого значення в діяльності підприємств, і це підвищує вимоги до облікової інформації, з іншого боку, потреба розв'язати невирішені питання, створили наукові передумови вдосконалення практики.

Постановка завдання. Видається необхідним поглибити і узагальнити питання, що стосуються методів визначення планової собівартості продукції в перспективному плануванні, розрахунку їх впливу на рівень витрат; проводити факторний розрахунок собівартості продукції для розробки кошторису витрат на виробництво, оцінити ефективність заходів щодо організації і удосконалення виробництва, впливу структурних змін і незалежних від підприємства зовнішніх факторів.

Результати. *Інновації на підприємстві можна розглядати як окремі проекти. Закон України “Про інноваційну діяльність” розуміє інноваційний проект як комплект документів, який визначає процедуру і комплекс всіх необхідних заходів (зокрема інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції [1].*

Пріоритетний інноваційний проект – це інноваційний проект, який відноситься до одного з пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, затверджених Верховною Радою України. Фінансовим результатом інноваційного проекту мають бути прибуток.

Метою проекту є очікуваний і отриманий результат, досягнутий у визначені терміни за заданих умов реалізації проекту. Визначення мети проекту передбачає в аудиторській перевірці постановку і вирішення наступних завдань:

- аудит визначення результатів діяльності на встановлений термін;
- аудит кількісної оцінки результатів діяльності;
- упевненість в тому, що очікувані результати будуть досягнуті;

– визначення умов, при яких очікувані результати мають бути досягнуті.

Мета проекту має свою структуру, яку можна розглядати як ієрархію цілей проекту.

Обмеженість в часі означає, що будь-який проект має дату початку і дату завершення проекту. Обмеженість ресурсів означає, що будь-який проект має свій обсяг матеріальних, людських і фінансових ресурсів, які використовуються зі встановленим і лімітованим бюджетом. Неповторюваність означає, що підходи, які необхідно здійснити для реалізації проекту, мають такий рівень інновацій, комплексності і структурованості, який дозволяє відрізнити один проект від іншого, а також відрізнити проекти від програм і планів.

На практиці існує поняття “оточення проекту” – це показники впливу на його підготовку і реалізацію. Згідно з розумінням суб’єкта господарювання та його бізнес-середовища виділяють зовнішні і внутрішні показники[2].

Зовнішні показники – показники, пов’язані із зовнішнім оточенням проекту. До них відносяться: політичні; економічні; суспільні; правові; науково-технічні; культурні; природні.

До політичних показників відносяться: політична стабільність, підтримка проекту державними структурами, міжнаціональні взаємини, рівень злочинності, міждержавні відносини.

До економічних показників відносяться структура внутрішнього валового продукту, рівень оподаткування, страхові гарантії, умови регулювання цін, рівень інфляції, стабільність національної валюти, розгалуженість банківської системи, стан ринків, ступінь свободи підприємництва.

До суспільних показників відносяться: умови і рівень життя, рівень освіти, свобода пересування, соціальні гарантії і пільги, розвиток системи охорони здоров’я, свобода слова, місцеве самоврядування.

До правових показників відносяться: стабільність законодавства, права людини, права власності, права підприємництва тощо.

До науково-технічних показників відносяться: рівень розвитку фундаментальних і прикладних наук, рівень інформаційних і промислових технологій, рівень розвитку енергетики, транспорту, зв'язку, комунікацій.

До культурних показників відносяться: рівень освіти, історико-культурні традиції, релігія.

До природних показників відносяться: кліматичні умови, наявність природних ресурсів, вимоги до захисту природного середовища.

Внутрішні показники – це показники, пов'язані із організацією проекту.

Організація проекту представляє собою розподіл прав, відповідальності і зобов'язань між учасниками проекту.

До внутрішніх показників відносяться:

- взаємовідносини між учасниками проекту;
- професіоналізм команди проекту;
- стиль управління проектом;
- засоби комунікацій.

Взаємовідносини між учасниками проекту мають бути такими, щоб їх інтереси були загальними. Професіоналізм команди проекту повинен забезпечити досягнення мети проекту.

Стиль управління проектом означає психологічний клімат і атмосферу в команді проекту, впливає на творчу активність і працездатність. Він повинен відповідати нормам і правилам сучасного менеджменту.

Засоби комунікацій означають повноту, достовірність і оперативність обміну інформацією між учасниками для забезпечення успіху проекту.

Реалізація проектів – “проектинг” є для України одним з молодих і перспективних напрямів економічного розвитку.

Поняття “проект” об'єднує різні види діяльності, які характеризуються переліком певних ознак:

- спрямованість на досягнення конкретних цілей, запланованих результатів;
- скоординоване виконання взаємопов'язаних дій;
- обмеженість в часі з певним початком і кінцем.

Проект функціонує в певному оточенні, що включає внутрішні і зовнішні компоненти, які враховують економічні, політичні, соціальні, технологічні, нормативні, культурні та інші фактори.

Проект завжди спрямований на результат та на досягнення поставлених цілей.

Оцінювання і вибір перспективних ідей передбачає оцінку ідей створення нового товару з точки зору їх сприйняття споживачем. Здійснюється на основі детального вивчення ринкових потреб:

- з'ясовують, хто готовий платити гроші за задоволення нових потреб, основні фактори сегментації майбутнього ринку;
- вивчають перспективи потреб і альтернативи їх задоволення;
- аналізують наявність або відсутність в ідеї соціально-негативних факторів, які можуть ускладнити збут;
- вивчають готовність ринку до ідеї нового товару, а також можливості проникнення майбутнього виробу в нові сфери використання;
- вивчають відповідність ідеї товару загальним галузевим тенденціям (ефективність буде тим вище, чим більше цей вибір спирається на об'єктивні закони технічного розвитку).

Оцінювання перспективності ідей нових товарів повинна здійснювати група експертів, до складу якої входять аудитори, маркетологи, економісти і керівники головних підрозділів фірми. Для відбору нових ідей використовують традиційний набір критеріїв:

- перевагу віддають ідеям, які мають альтернативні варіанти;
- особливо цінними є ідеї з перспективою багатофункціонального використання;
- перевагу віддають ідеям, які впливають на кінцеві результати господарської діяльності;
- першочергове значення мають ідеї, щодо яких існує достатня кількість інформації для вибору раціонального (оптимального) варіанту рішення;
- перевагу мають ідеї, трудомісткість, терміни виконання і вартість матеріальних носіїв яких не перевищує встановлених меж.

За наслідками оцінювання всі ідеї створення нових товарів поділяють на безперспективні, віддаленої перспективи, перспективні. Останню групу включають в перелік перспективних ідей, за якими розробляють товарні концепції.

Вдала концепція нового товару значно збільшує шанси його комерційного успіху. Вона дає можливість сформувати систему орієнтирів персоналу фірми щодо того, яким хочуть бачити товар споживачі і як цього досягти. Розробка концепції нового товару базується на комплексному оцінюванні наступних чинників:

- сфери можливого використання товару, його потенційних споживачів і їх кількості;
- відповідності якісних параметрів товарів вимогам певного ринкового сегменту;
- основних переваг нового товару над можливими товарами-конкурентами;
- можливостей поєднання нового товару за технологією і методами реалізації з товарами, вже освоєними виробництвом;
- передбачати зміни розвитку в системі збуту нового товару;
- ймовірних термінів виведення нового товару на ринок;
- можливих негативних наслідків виробництва, збуту і використання товару (екологічних, соціальних тощо);
- змін у виробництві і збуті, які пов'язані з переходом до випуску нового товару, і величини відповідних витрат;
- можливих ризиків, зокрема ймовірності конкуренції нового товару з тими, які давно виробляються на підприємстві;
- прогнозних цін, доходів і прибутків.

Таким чином, концепція нового товару об'єднує елементи універсального алгоритму оцінки ринку нового продукту і показники його конкурентоспроможності. Таке оцінювання ідеї товару допомагає зрозуміти, як він буде прийнятий на ринку і чи є достатній потенціал техніко-технологічної бази у підприємства для його промислового освоєння. Товари, концепції яких визнані найбільш перспективними з комерційної точки зору, починають фінансуватися і вироблятися.

В процесі дослідження проектування виробу необхідно забезпечити оптимальне співвідношення між значенням для споживача окремих його функцій і витратами на їх здійснення. З цією метою проводиться функціонально-вартісний аналіз (далі – ФВА).

Метод ФВА – це метод комплексного техніко-економічного дослідження об'єкту з метою розвитку його корисних функцій при оптимальному співвідношенні значимості для споживача і витратами на здійснення.

Не всі властивості товару є однаково корисними для споживача. Тому дослідний зразок нової продукції аналізують на предмет ранжирування його функцій для споживача: виділяють основні, додаткові і непотрібні функції. Засоби витрачають, насамперед, на основні функції і, певною мірою, на другорядні. Витрати на реалізацію зайвих функцій слід виключати.

Виключення зайвих витрат сприяє зниженню витрат на виробництво продукції при одночасному збереженні або навіть поліпшенні якості продукції.

Об'єктами ФВА можуть бути як споживчі властивості продукту в цілому, так і окремих його частин.

Математично метод ФВА можна представити таким чином:

$$\frac{ПС}{З} \rightarrow \max, \quad (1.1.1)$$

де: *ПС* – споживча вартість аналізованого об'єкту(сукупність його споживчих якостей);

З – витрати на досягнення необхідних споживчих якостей.

На аналітичному етапі ФВА вивчають витрати на забезпечення функцій виробництва з метою виявлення можливостей їх мінімізації. Оцінку проводять за наступними напрямками:

- як впливає конкретна деталь на вартість виробництва в цілому;
- чи співставні витрати на деталь з її корисністю;
- чи необхідні певній деталі всі її характеристики;
- чи існує можливість виготовити дану деталь дешевшим способом;

– чи існує можливість придбати аналогічну деталь за нижчою ціною тощо.

Досліджуються різні варіанти вирішення поставлених питань і обирається оптимальний з них за співвідношенням корисності і вартості.

Проектування продукції передбачає створення відповідних конструкторських документів для виготовлення і випробування дослідного зразка (партії) виробів. Тільки після випробування зразка готують робочу конструкторську документацію для серійного (масового) виробництва. Випробування здійснюють спочатку на стендах виробника, потім – в реальних умовах. Як правило, з процесом випробування ототожнюють експериментальне значення (оцінювання, контроль) кількісних і якісних характеристик властивостей об'єкту внаслідок впливу на нього різних експлуатаційних факторів. Основними складовими процесу випробувань є:

- об'єкт дослідження (дослідний зразок);
- умови випробувань;
- режим функціонування об'єкту;
- засоби для випробувань;
- програма і методика випробувань;
- накопичення, обробка, оцінювання точності даних випробувань;
- достовірність повторення і відтворення результатів випробувань.

Висновки. Таким чином, якщо розглядати інновації як окремі проекти, то для їх управління може бути використана методологія “управління проектами” (project management).

В сучасній теорії управління можна виділити наступні організаційні форми функціонування обліково-аналітичної інформації про інноваційні проекти:

- проектне управління;
- проекти з функціональною координацією;
- матричні структури;
- проект-контролінг.

Кожна модель управління процесами розробки і впровадження інноваційних проектів має бути адаптована під конкретну специфіку

діяльності і супроводжуватися ефективною системою внутрішнього контролю.

Початковими даними для розробки прогнозу собівартості інноваційної продукції є:

- прогнозовані обсяги виробництва продукції в натуральному і вартісному вираженні;

- норми витрачання матеріальних ресурсів на виробництво продукції;

- договори на постачання матеріальних ресурсів і збут продукції, що випускається, обслуговування виробництва і встановлення інших господарських зв'язків, що містять умови їх виконання і оплати;

- норми витрат праці, розрахунки чисельності і професійний склад працюючих, умови оплати праці, визначені колективними договорами і контрактами;

- економічні нормативи: ставки податків і зборів, плата за природні ресурси, норми амортизаційних відрахувань на повне оновлення основних фондів, нормативи відрахувань на соціальне і медичне страхування, обов'язкові страхові платежі тощо;

- плани технічного переозброєння, науково-технічного розвитку, удосконалення організації виробництва, праці і управління, розрахунки одержаного економічного ефекту;

- заходи, що розробляються за наслідками техніко-економічного аналізу виробництва, направлені на усунення зайвих витрат і втрат.

Залежно від цілей прогнозування, етапів і стадій розробки планів, повноти початкової інформації, планова собівартість продукції може визначатися шляхом здійснення укрупнених розрахунків зміни базового рівня витрат або детальних кошторисно-нормативних розрахунків величини витрат.

Укрупнені розрахунки проводяться при розробці перспективних бізнес-планів, на стадії складання проекту річного плану.

Одним з методів визначення планової собівартості продукції в перспективному плануванні є розрахунок впливу на рівень витрат найважливіших техніко-економічних чинників, в основі якого лежить кількісний і якісний аналіз залежності між виробничими витратами і різними

змінами в структурі продукції, рівні техніки, технології, організації виробництва праці.

У поточному прогнозуванні факторний розрахунок собівартості продукції поєднується з кошторисно-нормативним методом розрахунку собівартості окремих виробів і всієї виготовленої продукції, розробки кошторису витрат на виробництво та інших кошторисів, що забезпечують ці розрахунки.

Таким чином, в результаті дослідження розрахунків прогнозу собівартості продукції встановлюється абсолютна величина, відносний рівень і динаміка витрат на виробництво всієї продукції і на одиницю кожного виду виробу.

При складанні розрахунку за техніко-економічними показниками особливу увагу слід звернути на взаємний зв'язок і відповідність окремих розрахунків з тим, щоб не допустити повторного обліку впливу одних і тих же технічних, технологічних або організаційних змін у виробництві на собівартість товарної продукції.

Пофакторний розрахунок собівартості продукції дозволяє оцінити ефективність заходів щодо організації і удосконалення виробництва, вплив структурних змін і незалежних від підприємства зовнішніх факторів.

Література

1. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002 р. №40-IV // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2002. – № 36. – С. 266.
2. МСА 315 «Розуміння суб'єкта господарювання та його бізнес-середовища». – О.А.Редько. Оцінка ризиків та відповідь на оцінені ризики в практиці аудиту. – Київ, 2009-2010 р.р.