

УДК 657.6

Шавлюк А.О.,
аспірант*

Київський національний торговельно-економічний університет

МЕТОДИКА АУДИТУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЛОВОГО ПАРТНЕРСТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Shavliuk A.O.,
graduate student
Kyiv National University of Trade and Economy

PROCEDURE'S TECHNIQUE OF EFFICIENCY AUDIT OF BUSINESS PARTNERSHIP AT THE ENTERPRISES IN TRADE

Постановка проблеми. Аудиторська діяльність містить низку методів, підґрунтям формування для яких є система прикладних економічних наук. Досить часто у аудиті використовуються загальнонаукові методи дослідження, що базуються на універсальних філософських принципах. Найбільш широкого застосування при здійсненні аудиту ефективності ділового партнерства набувають розрахунково-аналітичні методи, оскільки критеріями проведення такого аудиту більшою мірою виступають показники, що розраховуються, виходячи з даних фінансової звітності.

При цьому варто зауважити, що при визначенні надійності ділового партнерства даних фінансової звітності зазвичай недостатньо. Для визначення низки критеріїв можуть використовуватись документальні способи перевірки – дослідження документів, суцільне та вибіркоче спостереження, групування недоліків, формальна й арифметична перевірка документів, нормативна (юридична) оцінка документально оформлених господарських операцій, логічна перевірка, зустрічна перевірка, балансовий метод, порівняння, оцінювання законності й обґрунтованості господарських операцій за даними кореспонденції рахунків бухгалтерського обліку тощо.

Оскільки, при проведенні аудиту ефективності ділового партнерства розраховуються та оцінюються не лише фінансові показники, а й нефінансові дані, то застосування стандартної методики аудиту не може забезпечити повного розкриття інформації, що є суттєвою для замовника.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань методу та методики аудиту присвячено велику кількість праць науковців та практиків. Особливо слід відзначити ґрунтовний доробок таких науковців, як М. Білуха [1], А.Бодюк [2], Ф. Бутинець [3], Г. Давидов [4], Є. Мних [5], Н. Петренко [6] та О. Петрик [7]. Найбільшу частку та найвищий ступінь обґрунтованості серед проведених досліджень мали пропозиції щодо методики аудиту фінансової звітності та фінансових результатів.

Однак у жодній з наведених праць особливостям методики аудиту ефективності ділового партнерства належної уваги приділено не було. Відсутність наукового та практичного доробку свідчить про актуальність обраної теми, а відтак зумовило вибір напряму дослідження в науковому та практичному аспектах.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка теоретичних, методологічних положень у вигляді етапів методики аудиту ефективності ділового партнерства та надання практичних рекомендацій щодо її застосування на торговельних підприємствах. Завданнями даного дослідження є детальне розкриття методики проведення аудиту ефективності ділового партнерства задля розрахунку комплексного показника ризиковості ділового партнерства. Об'єктом дослідження виступає ділове партнерство у формі фінансових та нефінансових показників діяльності потенційних ділових партнерів. Суб'єктами дослідження є підприємства торгівлі у сфері побутової техніки та електроніки.

Виклад основного матеріалу дослідження. У практиці аудиту широко апробовані різні методи та прийоми. Серед них можна виділити: загальнонаукові методи (аналіз і синтез, індукція та дедукція, аналогія та моделювання, абстрагування та конкретизація, системний аналіз, функціонально-вартісний аналіз), органолептичні методи (інвентаризація, контрольні заміри, вибіркочі й суцільні спостереження, технологічний та хіміко-технологічний контроль, експертизи, службові розслідування, експеримент), розрахунково-аналітичні методи (статистичні розрахунки, економіко-математичні методи, економічний та фінансовий аналіз).

В аудиті ефективності ділового партнерства використовуються прийоми, які доцільно об'єднати у дві групи:

- щодо зіставності показників (дані бухгалтерського обліку з інформацією, яка не міститься в

* Науковий керівник: Мних Є.В. – д.е.н., професор

первинних документах та відповідних документах, пов'язаних з іншими підприємствами (договірні документи), фактичних показників з прогнозними та відповідними даними минулих періодів, з показниками аналогічних підприємств та середньогалузевими показниками, зміст господарських операцій з відповідними положеннями законодавства та інших нормативних документів, діючі на підприємстві системи управління з їх вітчизняними і зарубіжними аналогами);

- щодо оцінювання минулого, теперішнього та майбутнього стану об'єктів аудиторської перевірки, вони є логічним завершенням процесу зіставлення. Тобто оцінюється стан об'єктів, по відношенню до яких застосовувалися попередні прийоми.

За допомогою різних методичних прийомів оцінюється стан ресурсів, чинність господарських операцій, достовірність економічної інформації, що виходить за межі суб'єкта господарювання, в т.ч. і фінансової звітності, цілеспрямованість організаційних структур, методів, функцій управління, тобто оцінюється стан сукупності об'єктів аудиту.

Виходячи з даного твердження, змістом усіх без винятку аудиторських операцій є оцінка, тобто правильне сприйняття суттєвих сторін об'єктів аудиторської діяльності. Перелік показників для оцінювання ефективності ділового партнерства є основою для визначення способів і прийомів, які ефективно використовуються при перевірці ділового партнерства, як об'єкта аудиту.

На етапі розрахунку показників ефективності ділового партнерства використовується низка емпіричних методів аудиту за класифікацією Н. Проскуріної [8, с.43], таких як: зведення та групування, розрахунок абсолютних, відносних та середніх величин, деталізація, елімінування, порівняльно-історичні та порівняльно-правові та методів інших наук, а саме: статистичні, інформаційні, порівняльного та факторного аналізу.

При проведенні аудиту ефективності ділового партнерства аудитор повинен вирішувати самостійно, які конкретно способи та прийоми доцільно застосовувати для оцінювання ефективності ділового партнерства за встановленими ознаками. Подальший вибір способів і прийомів аудиторської перевірки у відповідності до ознак є проблемою окремих етапів проведення аудиту. Вибір процедури перевірки, методів і рівня їх використання при проведенні аудиту ефективності ділового партнерства покладається на професійний досвід аудитора.

Аудит ефективності ділового партнерства передбачає застосування окремих елементів методики відповідно до встановлених критеріїв такого аудиту. Окрім оцінки фінансового стану потенційного ділового партнера, шляхом проведення аудиту фінансової звітності, вибіркового обстеження або використання вже готового аудиторського висновку за результатами фінансового аудиту, аудитор має на меті перевірити інші суттєві аспекти діяльності та чинники, інформація щодо розкриття яких відсутня у фінансовій звітності або частково наявна у примітках до фінансової звітності.

Деякі науковці [9, с.40], визначаючи суттєві аспекти діяльності торговельних підприємств, беруть до уваги фінансові чинники (обсяги продажів, собівартість, прибутковості), ринкові чинники (кількість потенційних клієнтів, якість продукту, оздоблення, широта асортименту, гнучкість, ціноутворення, система прогнозування, престижність торгової марки, сервісне обслуговування), організаційні чинники (імідж, налагодженість бізнес-процесів, здатність реагувати на зміни), інноваційні чинники та персонал (компетентність, плинність персоналу, унікальність технологій, завантаженість виробничих потужностей), загальні показники компанії.

Враховуючи те, що метою аудиту ефективності ділового партнерства є надання впевненості щодо надійності потенційного ділового партнера, а його обсяг має бути достатньо стислим задля надання клієнту оперативної відповіді у вигляді аудиторського звіту, вважаємо за доцільне розглянути лише найбільш впливові чинники.

До таких суттєвих чинників діяльності потенційних ділових партнерів, що використовуються для формування критеріїв оцінки, які мають бути оцінені аудитором відносно наступні:

- кредитна історія потенційного ділового партнера;
- портфель цінних паперів та інші фінансові інструменти;
- торговельні марки, знаки та інші власні нематеріальні активи;
- ділова репутація на ринку (гудвіл);
- особливості виплати дивідендів;
- тривалість функціонування на ринку та динаміка розвитку;
- характеристики представленої продукції (якість, асортимент);
- унікальність технологій.

Для потенційних ділових партнерів, що є нерезидентами вищенаведена інформація (за наявності) розкривається у основних формах звітності (BS та P&L), складеною за міжнародними стандартами, або ж у разі складання звітності у відповідності з МСФЗ підприємствами-резидентами. За умови, що потенційний діловий партнер є резидентом України та складає усі чотири форми фінансової звітності у відповідності до національних стандартів, потрібна інформація щодо вищенаведених чинників розкривається за наявності у примітках до такої фінансової звітності. Якщо ж підприємство не заповнює дану форму, інформація буде отримана аудитором з інших джерел.

Методика аудиту ефективності ділового партнерства полягає у розрахунку низки показників

(коефіцієнтів) та їх подальшої рейтингової оцінки з метою визначення найоптимальнішого та найбільш надійного ділового партнера за встановленими критеріями, виходячи з встановлених суттєвих чинників його діяльності.

При проведенні аудиту ефективності ділового партнерства у різних галузях економіки варто вносити за необхідності певні корективи, виходячи з її специфічних особливостей та побажань замовника. Набір показників не є вичерпним та має адаптуватися під конкретну аудиторську перевірку. Оскільки об'єктом дослідження є торговельні підприємства, то наведені показники є найбільш адаптованими для даної сфери діяльності.

Детально розглянемо етапи методики аудиту ефективності ділового партнерства:

1. Розрахунок показників ефективності ділового партнерства:

1.1. Етап розрахунку фінансових показників, що передбачає розрахунок базових коефіцієнтів діяльності підприємства:

1.1.1. Рентабельність EBITDA – EBITDA margin (застосовуючи показник EBITDA).

Даний коефіцієнт показує прибутковість компанії до виплати відсотків, податків та амортизації і, на відміну від самого показника EBITDA, є не абсолютним, а відносним показником. Використання саме відносного показника є доцільним для розрахунку комплексного показника ризиковості ділового партнерства.

Саме застосування EBITDA, на відміну від доходу до оподаткування, дозволяє оцінити потік грошових коштів, виключаючи таку статтю «негрошових» витрат як амортизація. Інвестори орієнтуються на показник EBITDA як індикатор очікуваного повернення своїх вкладів.

Формула для розрахунку коефіцієнта (1):

$$EBITDA \text{ margin} = \frac{EBITDA}{Net \text{ sales}} \quad (1)$$

де: EBITDA margin – рентабельність прибутку до вирахування відсотків, податків та амортизації, EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) – прибуток до вирахування відсотків, податків та амортизації, Net sales – дохід від продажів.

EBITDA margin =

Прибуток (збиток) до оподаткування + Відсотки до сплати + Амортизація необоротних активів (2)

EBITDA показує фінансовий результат підприємства, виключаючи вплив ефекту структури капіталу (тобто відсотків, нарахованих та сплачених по залучених коштах), податкових ставок та амортизаційної політики підприємства [10, с.106-107].

Негативний EBITDA свідчить про те, що діяльність підприємства є збитковою вже на операційній стадії, ще до здійснення оплати за використання позиковим капіталом, податків та амортизації. Виходячи з вищенаведеного, чим вище значення EBITDA margin, тим вища рентабельність потенційного ділового партнера.

1.1.2. Розрахунок рентабельності власного капіталу з використання формули Дюпона – ROE DuPont (Return on equity by DuPont formula). Формула Дюпона є модифікованим факторним аналізом, що розбиває показник на три складові, або фактори, які дозволяють глибше зрозуміти отриманий результат [10, с.115-117].

Формула Дюпона включає три фактори, що впливають на рентабельність власного капіталу:

- Операційну ефективність (рентабельність продажів по чистому прибутку);
- Ефективність використання всіх активів (оборотність активів);
- Мультиплікатор капіталу, співвідношення активів і власного капіталу.

Формула для розрахунку коефіцієнта (3):

$$ROE \text{ DuPont} = ROS * Assets \text{ turnover} * Equity \text{ Multiplier} = \left(\frac{Net \text{ Profit}}{Net \text{ sales}} \right) * \left(\frac{Net \text{ sales}}{Assets} \right) * \left(\frac{Assets}{Networth} \right) \quad (3)$$

де: ROE DuPont – рентабельність власного капіталу, ROS – рентабельність продажів, Assets turnover – оборотність активів, Equity Multiplier – мультиплікатор капіталу, Net Profit – чистий прибуток, Net sales – дохід від реалізації, Assets – активи, Networth – власний капітал.

Для аудиту ефективності ділового партнерства вважаємо за доцільне використати саме Формулу Дюпона, оскільки саме такий показник дозволить оцінити вплив кожного з трьох факторів на фінальний результат для порівняння.

Чим вище рентабельність власного капіталу, тим краще. Однак, як видно з формули Дюпона, високе значення показника може виникнути за рахунок занадто високого значення фінансового левериджу, тобто великої частки позикового капіталу у співвідношенні з власним капіталом, що негативно впливає на фінансову стійкість компанії. Така залежність відображає головний закон бізнесу: більший прибуток – більший ризик.

1.2. Етап розрахунку додаткових фінансових показників, що характеризують прямі результати

діяльності потенційних ділових партнерів:

1.2.1. Коефіцієнт доцільності інвестування – Flr (Feasibility investment ratio) – показник співвідношення наявних інвестицій до власного капіталу підприємства. Цей показник віддачі від інвестування відображає обсяг використання власного капіталу торговельного підприємства в інвестиційних цілях. Чим вищий даний показник, тим більша частка власного капіталу використовується не у відповідності до основної цілі діяльності торговельного підприємства.

Формула для розрахунку коефіцієнта (4):

$$Flr = \frac{Investments}{Networth}, \quad (4)$$

де: Flr – коефіцієнт доцільності інвестування, Investments – інвестиції, Networth – власний капітал.

При цьому під інвестиціями в даному випадку маються на увазі вкладення, які керівництво не очікує продати протягом року. Ці інвестиції можуть включати в себе облігації, звичайні акції, довгострокові кредитні ноти, інвестиції в матеріальні активи, що в даний час не використовуються в операціях (наприклад, земельні ділянки для спекуляцій) та інвестиції відведені в спеціальні фонди, такі, як фонди погашення, добровільні пенсійні та фонди по управлінню активами. Ці довгострокові інвестиції відображаються за їх первісною вартістю або балансовою вартістю.

Застосування у знаменнику даного коефіцієнта показника власного капіталу є виправданим завдяки меті діяльності торговельних підприємств, оскільки залучені кошти такі підприємства не повинні використовувати у неопераційній діяльності, тобто немає сенсу залучати кредитні кошти для подальшого інвестування.

1.2.2. Коефіцієнт повернення кредитів – RL (Repayment of loans) – визначає співвідношення наданих та повернутих кредитів. Для розкриття інформації щодо стану залучених коштів потенційним діловим партнером аудитор повинен розуміти не лише обсяг таких коштів, але й стан їх повернення, враховуючи тіло кредиту та відсотки за користування ним, відповідно до встановлених графіків.

Формула для розрахунку коефіцієнта (5):

$$RL = \frac{Loan\ funds\ returned + Returned\ loan\ interest}{Loan\ to\ return + Interest\ accrued}, \quad (5)$$

де: RL – коефіцієнт повернення кредитів, Loan funds returned – повернені кредитні кошти, Returned loan interest – повернені відсотки за кредитом, Loan to return – тіло кредиту обов'язкове до повернення, Interest accrued – відсотки нараховані.

Усі показники розраховуються на дату складання звітності за періоди, які підлягають аудиту. У разі вчасного погашення кредиту/позики показник буде дорівнювати «1», у випадку дострокового їх погашення – буде перевищувати одиницю. Дострокове погашення вважаємо позитивною тенденцією, оскільки підприємство має можливість більш оперативно зменшити частку залучених коштів.

Даний коефіцієнт дасть змогу врахувати своєчасність погашення отриманих зобов'язань згідно з умовами кредитного договору або іншого документу, що встановлює строки та суми погашення кредиту.

1.2.3. Коефіцієнт власних нематеріальних активів – OIAr (Own intangible assets ratio) – показує, яку частину саме власні нематеріальні активи потенційного ділового партнера займають у сукупних активах підприємства.

В даному випадку до власних нематеріальних активів слід відносити активи, які не мають фізичної субстанції, але надають економічні права та переваги. До них належать: патенти, франшизи, авторські права, товарні знаки та торговельні марки. У міжнародних джерелах до складу нематеріальних активів відносять ще вартість гудвілу, але до розрахунку даного показника він не ключається.

Формула для розрахунку коефіцієнта (6):

$$OIAr = \frac{Own\ intangible\ assets}{Assets}, \quad (6)$$

де: OIAr – коефіцієнт власних нематеріальних активів, Own intangible assets – власні нематеріальні активи (патенти + франшизи + авторські права + товарні знаки + торговельні марки + інші власні нематеріальні активи за виключенням гудвілу), Assets – активи.

Основний акцент робиться на тому, що це необоротні активи повинні бути саме власними, тобто у компанії має бути право власності на них, а не право тимчасового користування. Для розрахунку даного коефіцієнта їх потрібно визнавати за залишковою вартістю (первісною вартістю за вирахуванням накопиченої амортизації). Ці активи мають високий ступінь невизначеності щодо того, чи будуть реалізовані майбутні вигоди, у економічному середовищі їх іноді визначають як інтелектуальний капітал.

1.2.4. Коефіцієнт ділової репутації – CG (Coefficient of goodwill) – показує яка вартість гудвілу припадає на одну грошову одиницю (гривню) вкладеного власного капіталу підприємства, тобто віддачу у вигляді набутої компанією ділової репутації.

Формула для розрахунку коефіцієнта (7):

$$CG = \frac{\text{Goodwill}}{\text{Networth}} \quad (7)$$

де: CG – коефіцієнт ділової репутації, Goodwill – гудвіл, Networth – власний капітал.

У світовій практиці термін «гудвіл» означає перевищення вартості придбання над часткою покупця у справедливій вартості придбаних ідентифікованих активів, зобов'язань і непередбачених зобов'язань на дату придбання. Також зазначається, що гудвіл як актив потребує визнання та оцінки, виникає лише тоді, коли підприємство-покупець в обмін на сплачені попередньому власникові гроші (або в обмін на іншу форму оплати) зараховує на свій баланс всі активи, якими до цього часу володіло підприємство продавця, відповідно, збільшує свій капітал і бере на себе всі зобов'язання придбаного підприємства.

Така позиція є невиправданою, на нашу думку, оскільки наразі економістами розроблено та впроваджено велику кількість методик оцінки гудвілу [11]. Причому варто також зазначити, що у міжнародній фінансовій звітності (Balance Sheet) міститься фінансовий показник вартості гудвілу у грошовому вираженні.

1.2.5. Коефіцієнт сплати дивідендів – DPr (Dividend payment ratio) – показує частку виплачених дивідендів до чистого прибутку потенційного ділового партнера.

Зазвичай базою для розрахунку й виплати дивідендів є чистий прибуток підприємства як частина балансового прибутку підприємства, що лишається в його розпорядженні після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів.

Формула для розрахунку коефіцієнта (8):

$$DPr = \frac{\text{Dividends paid}}{\text{Net Profit (n-1)}} \quad (8)$$

де: DPr – коефіцієнт сплати дивідендів, Dividends paid – виплачені дивіденди, Net Profit-1 – чистий прибуток за попередній звітний період (n-1).

Даний коефіцієнт визначає доцільність виплати дивідендів у поточному році, виходячи з розміру чистого прибутку за попередній рік, з якого по-суті була сформована сума нарахування дивідендів. Показник оптимально має тяжіти до зниження. Фактично він показує ту частину розподіленого прибутку, що не була реінвестована у підприємство задля підвищення показників ділової активності підприємства, тобто вийнята із обороту.

1.3. Етап ідентифікації додаткових нефінансових показників, що характеризують кінцеві соціальні результати діяльності потенційних ділових партнерів:

1.3.1. Тривалість функціонування та позиція на ринку – DODD (Duration of operation and Dynamics development);

1.3.2. Характеристики представленої продукції – PC (Product characteristics);

1.3.3. Унікальність технологій – TU (Technological uniqueness).

Варто зазначити, що даний етап може містити будь-які показники, які є суттєвими для замовника. Вони зазвичай залежатимуть від сфери діяльності суб'єкта господарювання та особливостей товарів (робіт, послуг), що купуються. Аудитор у даному випадку повинен визначити можливість проведення оцінки запропонованих показників та впевнитись, що він зможе отримати для цього достатню кількість аудиторських доказів.

Вищенаведені показники є нефінансовими тому їх оцінка має бути надана аудитором за результатами бальної оцінки шляхом використання аналітичних процедур. Виходячи зі сфери діяльності даного дослідження, для торговельних підприємств побутової техніки та електроніки суттєвими є наступні показники: тривалість функціонування на ринку та позиція в галузі (громадська думка), характеристики представленої продукції (якість, асортимент) та унікальність технологій.

2. Оцінка показників у відповідності до розробленої системи.

Оцінка показників задля отримання комплексного показника ризиковості ділового партнерства – RBP (Riskiness of business partnership) здійснюється у відповідності до розробленої системи, яка передбачає застосування консолідованої змішаної формули з ранжуванням значимості розрахованих показників (9).

$$RBP = a * ((1 - EBITDA \text{ margin}) + (1 - ROE \text{ DuPont})) + b * (Flr + (1 - RL) + (1 - O/Ar) + (1 - CG) + DPr) + c * DODD + d * (PC + TU) \quad (9)$$

де: RBP – комплексний показник ризиковості ділового партнерства (Riskiness of business partnership); a, b, c, d – ранги значимості.

У даній формулі (9) позитивні залежності всіх коефіцієнтів приведені до тенденції наближення

до нуля шляхом включення до формули безпосередньо показників з прямою залежністю (x) до тенденції зниження та скоригованих обернених показників (1 – x). Присвоєння рангів, які позначені відповідно символами a – d, відбувається, виходячи з власного професійного судження аудитора, виходячи з вимог замовника та власного досвіду.

У рамках даного дослідження автор пропонує присвоїти ранги так, щоб вплив факторів перерозподілився наступним чином:

- Фінансові показники (п.1.1) – складні кількісні процедури – 60%;
- Додаткові фінансові показники (п.1.2) – специфічні кількісні процедури – 30%;
- Додаткові нефінансові показники (п.1.3) – не кількісні процедури – 10%.

Як бачимо, загальна сукупність впливу факторів становить 100%. Вважаємо такий розподіл ефективним, оскільки найвпливовіші фінансові показники (EBITDA margin та ROE DuPont) мають найбільший ступінь впливу на результуючий показник. За базових умов аудитор має враховувати, що частка впливу таких показників не може бути меншою за 60%.

Виходячи з вищенаведеного, остаточно консолідована змішана формула комплексного показника ризиковості ділового партнерства – RBP для підприємств торгівлі побутовою технікою та електронікою має наступний вигляд (10):

$$RBP = 30 * ((1 - EBITDA\ margin) + (1 - ROE\ DuPont)) + 6 * (FIR + (1 - RL) + (1 - OIAr) + (1 - CG) + DPr) + 4 * DODD + 3 * (FC + TV) \quad , (10)$$

Комплексний показник ризиковості ділового партнерства – RBP аудитор розраховує по кожному потенційному діловому партнеру. Чим нижчим є його значення, тим нижчий рівень ризиковості та вища надійність ділового партнерства відповідно.

3. Порівняння одержаних значень показників ризиковості ділового партнерства серед потенційних ділових партнерів та їх відносна оцінка.

Після проведення усіх необхідних розрахунків аудитор переходить до завершального етапу аудиту, на якому здійснює порівняння одержаних значень показників ризиковості ділового партнерства потенційних ділових партнерів, надає їм відносну оцінку (від найменш до найбільш ризикового серед наявних), формує висновки аудиту та надає рекомендації щодо потенційних ділових партнерів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, розроблена методика аудиту ефективності ділового партнерства надає можливість аудитору визначити, погодити з замовником та розрахувати низку суттєвих показників (коефіцієнтів) та здійснити рейтингову оцінку одержаних результатів задля визначення найнижчого показника ризиковості ділового партнерства серед потенційних ділових партнерів. Визначальним фактором для замовника аудиту ефективності ділового партнерства є врахування його інтересів та важливих саме для нього показників діяльності. Подальшими дослідженнями передбачено розробку детальної системи оцінки ефективності ділового партнерства та обґрунтування значень рангів для різних сфер діяльності суб'єктів господарювання.

Література

1. Білуха М.Т. Фінансовий контроль: теорія, ревізія, аудит : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М.Т. Білуха, Т.В. Микитенко. - К. : Укр. акад. оригін. ідей, 2005. – 888 с.
2. Бодюк А.В. Методологічні та нормативно-правові аспекти аудиту підприємницької діяльності : монографія / А.В. Бодюк. – К. : Кондор, 2005. – 356 с.
3. Бутинець Ф.Ф. (2003), Аудит: стан і тенденції розвитку в Україні та світі: монографія / Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малюга, Н.І. Петренко. – Житомир: ЖДТУ, 2003. – 564 с.
4. Давидов Г.М. Аудит: теорія і практика : монографія / Г.М. Давидов. – Кіровоград: ТОВ "Імекс-ЛТД". 2006. –324 с.
5. Мних Є.В. Збалансована система інформаційно-аналітичного забезпечення менеджменту / Є.В. Мних // Вісн. нац. ун-ту «Львів. політехніка» . Менедж. та підприємництво в Україні: етапи становлення і пробл. розв. – 2012. – № 722. – С. 155-159.
6. Петренко Н.І. Методика аудиту фінансової звітності та шляхи її удосконалення [Електронний ресурс] / Н.І. Петренко // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 1(51). – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1582/1/21.pdf>
7. Петрик О.А. Стан та перспективи розвитку аудиту в Україні: методологічні та організаційні аспекти : дис... д-ра екон. наук: 08.06.04 / О.А. Петрик, Київський національний економічний ун-т. – К., 2004. – 540 с.
8. Проскуріна Н.М. Методологічні підходи до формування аудиторських процедур у системі незалежного фінансового контролю / Н.М. Проскуріна // Економіка та держава. – 2011. – № 1. – С. 41-45.
9. Нижник І.В. Аналіз методів оцінки конкурентних переваг підприємства / І.В. Нижник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – № 5. – Т. 2. – С. 39–41.
10. Eugene F. Brigham, Michael C. Ehrhardt. Financial Management: Theory & Practice. 14 edition: Thomson ONE - Business School Edition, 2013. – 1184 p.
11. Подольна В. Концептуальні основи гудвілу як нематеріального активу підприємства / В. Подольна // Сталій розвиток економіки. – № 6. – 2011. – С. 207-211.

References

1. Bilukha, M.T. (2005), *Finansovyi control: teoriya, reviziya, audyt*. [Financial Control: Theory, revision, audit], textbook, UAOI, Kyiv, Ukraine, 888 p.
2. Bodiuk, A.V. (2005), *Metodolohichni ta normatyvno-pravovi aspekty audytu pidpriemnytskoi diialnosti* [Methodological and legal auditing entrepreneurship], monograph, Condor, Kyiv, Ukraine, 356 p.
3. Butynets, F.F., Maliuga, N.M., Petrenko, N.I. (2003), *Audyt: stan i tendentsii rozvytku v Ukraini ta sviti* [Audit: state and development trends in Ukraine and worldwide], monograph, ZHDTU, Zhytomyr, Ukraine, 564 p.
4. Davydov, H.M. (2006), *Audyt: teoriia i praktyka* [Audit: Theory and Practice], monograph, TOV "Imeks-LTD", Kirovograd, Ukraine, 324 p.
5. Mnykh, E.V. (2012), "Balanced information and analytical support management", *Visn. Nat. Univ "Lviv. Polytechnic", Manager and business in Ukraine: stages of formation and problems solution*, no. 722, pp. 155-159.
6. Petrenko, N.I. (2012), "Methods of audit of the financial statements and the ways of its improvement", available at: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1582/1/21.pdf>
7. Petryk, O.A. (2004), "Status and prospects of audit in Ukraine: methodological and organizational aspects" Dissertation of Dr. Sc. (Econ), 08.06.04, Kyiv National Economic University, Kyiv, Ukraine, 540 p.
8. Proskurina, N.M. (2011), "Methodological approaches to the formation of audit procedures in the system of independent financial control", *Ekonomika ta derzhava*, no. 1, pp. 41-45.
9. Nyzhnyk, I.V. (2008), "Analysis methods for assessing competitive advantage", *Visnyk Khmel'nitsk. Natsion. Univ. Ekonomika*, no. 5, vol. 2, pp. 39-41.
10. Eugene F. Brigham, Michael C. Ehrhardt. (2013), *Financial Management: Theory & Practice*. 14 edition: Thomson ONE, Business School Edition, NY, 1184 p.
11. Podolna, V. (2011) "Conceptual Foundations of goodwill as an intangible asset of the enterprise", *Sustainable economic development*, Bila Tserkva, Ukraine, no. 6, pp. 207-211.

УДК 657.6

Нежива М.О.,
аспірант* кафедри фінансового аналізу та контролю
Київський національний торговельно-економічний університет

АНАЛІТИЧНІ ПРОЦЕДУРИ В АУДИТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗЕРВІВ

Nezhyva M.O.,
graduate student of the department of financial analysis and control
Kyiv National University of Trade and Economy

ANALYTICAL PROCEDURES IN AUDIT OF EFFECTIVE FORMATION OF FINANCIAL RESERVES

Постановка проблеми. Нестабільність ринкового середовища, яке обумовлюється об'єктивними та суб'єктивними чинниками, вимагає напрацювання механізмів мобілізації всіх елементів господарського процесу та запобіжних заходів попередження дестабілізації. Одним з таких механізмів і стало формування фінансових резервів, які гарантують виконання зобов'язань. Цей процес має бути проконтрольований, тобто проведено аудит ефективності формування фінансових резервів, для забезпечення якості якого необхідне використання аналітичних процедур. Слід зазначити, що перед аудиторами постають певні проблеми, а саме відсутнє розуміння самої суті аналітичних процедур, їх поєднують лише з аналізом фінансового стану. Аналогічною проблемою є досить низький рівень володіння методикою аналітичних процедур та її застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика пов'язана з аналітичними процедурами в аудиті ефективності формування фінансових резервів, є актуальною, проте залишається маловивченою. Окремі питання в частині трактування аналітичних процедур розглядалися у працях Є.В. Мниха, М.О. Никонович, Н.М. Проскуриної, Е.С. Сурніної, в частині трактування резервів у роботах Ю.А. Верига, Ж.В. Загоруйко, М.М. Орищенко, змісту аудиту ефективності присвячені окремі публікації Є.І. Іванової, Є.В. Мниха, А.М. Саунина. Враховуючи результати та не применшуючи значення вже проведених досліджень, слід акцентувати увагу на проблемних питаннях, які ще не знайшли свого вирішення.

* Науковий керівник: Мних Є.В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансового аналізу та контролю КНТЕУ