

но враховувати результати аналізу ризику, впливу інфляції, розрахунку ціни та структуру капіталу. Основними принципами оцінювання повинні бути: моделювання потоків, обсягів виробництва продукції, ресурсів, грошових коштів за періодами реалізації інвестиційних проєктів; комплексне врахування зовнішніх і внутрішніх факторів реалізації інвестиційного проєкту; визначення ефекту шляхом зіставлення очікуваних інвестиційних результатів і витрат; врахування часової вартості грошових вкладень і необхідної ставки рентабельності на інвестований капітал. Як ставку дисконтування доцільно використовувати середню депозитну або кредитну ставку, а також індивідуальну норму доходності інвестицій з врахуванням інфляції, рівнів ризику та ліквідності інвестицій, норму доходності поточної господарської діяльності.

1. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. К., 1995. 2. Крылов Э.И., Журавкова И.В. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия. М., 2001. 3. Кныш М.И., Перекатов Б.А., Тютиков Ю.П. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности. Спб., 1998. 4. Пересада А.А. Инвестиционный процесс в Украине. К., 1998.

УДК 657.631.6+657.372.2

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СУТТЄВОСТІ В АУДИТІ

*М.І. Яремик*

*Аналізуються методичні підходи до визначення суттєвості в аудиті фінансової звітності. Пропонується методика визначення суттєвості, що базується на оцінці чутливості зміни показників.*

*Анализируются методические подходы к определению существенности в аудите финансовой отчетности. Предлагается методика определения существенности, которая базируется на оценке чувствительности изменения показателей.*

Складні та багато в чому суперечливі для вітчизняної економіки процеси становлення ринкових відносин обумовили необхідність якісного переосмислення нових економічних і соціальних явищ. Поява нових організаційно-правових форм господарювання, надання самостійності підприємствам у використанні власних фінансових ресурсів, створення економічних і правових умов для залучення як вітчизняного, так і іноземного капіталу докорінно змінили значення фінансової звітності в управлінні цими процесами, достовірність і релевантність якої повинна бути оцінена аудитором.

Разом з тим вітчизняна система бухгалтерського обліку, що є основним джерелом інформації про фінансово-господарську діяльність підприємств, сьогодні переживає непростий період переходу до міжнародних стандартів обліку та звітності. Це, у свою чергу, призвело до перегляду основних критеріїв об'єктивності фінансової звітності.

Роль аудитора полягає у тому, що він повинен оцінити призначену для користувачів фінансову звітність з позицій достовірності та релевантності, достатній рівень яких визначається нормативними документами, зокрема прийнятими Аудиторською Палатою України Національними нормативами аудиту (ННА). Так, у ННА №11 суттєвою вважається інформація, якщо її відсутність або перекручування може вплинути на управлінські рішення користувачів, які приймаються на основі даних, поданих у фінансовій звітності [2]. Тому аудитор у процесі аудиту, виявляючи відхилення, оцінює їх з позицій суттєвості, що в подальшому вплине на вибір аудиторського висновку. У Національних нормативах і міжнародній практиці розрізняють суттєвість кількісну та якісну.

Недоліком ННА є те, що водночас із нормативами не розроблено методики обґрунтування суттєвості помилок, а це спричиняє неоднозначне трактування даного поняття. Так, у згаданому ННА №11 зазначено, що „оцінка того, що є суттєвим, а що ні, є справою професійного судження аудитора” [2, с. 82].

Щодо кількісної оцінки суттєвості, то в міжнародній практиці розрізняють декілька підходів [1,3]. Узагальнюючи їх, можна зазначити, що найширше застосовуються підходи

оцінки суттєвості на базі відносних показників і, здебільшого, пропонується визначення єдиного показника стосовно всієї фінансової звітності, який обчислюється як середнє значення з основних вибраних базових показників звітності. Так, Правилком (стандартом) аудиторської діяльності Російської Федерації „Существенность и аудиторский риск” пропонується базовими показниками для встановлення рівня суттєвості вибирати балансовий прибуток підприємства, валовий обсяг реалізації без ПДВ, валюту балансу, власний капітал, загальні витрати підприємства (аналог операційних витрат), а також рекомендовано процентні частки (або межу суттєвості показника) для знаходження граничної суми суттєвості [3]. Відповідно до згаданих рекомендацій суттєвість визначається як

$$\bar{C} = \frac{\sum P \times d}{n \times 100}, \quad (1)$$

де  $P$  – значення базового показника із звітності;  $d$  – частка (межа суттєвості) цього показника (рекомендовані значення: прибуток – 5%; обсяг реалізації, валюта балансу, витрати підприємства – 2%; власний капітал – 10%);  $n$  – кількість показників, вибраних для розрахунку;  $\bar{C}$  – середнє значення суттєвості, яке може бути, крім того, заокруглене, але не більш як на 20% у той чи інший бік.

Подібні методики застосовуються аудиторами Великобританії та США, але частка базового показника вибирається в залежності від його значення (із збільшенням показника частка зменшується) [1].

Недосконалістю даних методичних підходів є:

- неоднозначність у виборі базових показників, оскільки конкретні особливості підприємств впливатимуть на їх включення для визначення суми допустимої помилки;
- не беруться до уваги коливання базового показника, адже наявність більш-менш стійкої тенденції до змін обраного показника відіграє важливу роль для аудитора;
- не враховується фактор інфляції.

Запропонований автором методичний підхід до визначення суттєвості базується на оцінці чутливості зміни показників до критичного рівня. Оскільки потенційні інвестори, кредитори чи інші користувачі фінансової звітності приймають рішення на підставі аналізу фінансових показників або показників ефективності інвестицій, то під рівнем суттєвості можна розуміти таке граничне значення помилки в оцінці статей звітності чи ключових параметрів інвестиційних проектів, після якого зацікавлені особи можуть на основі поданої звітності прийняти хибні економічні рішення. Тому відносною величиною суттєвості (частки базового показника) рекомендується обирати чутливий край контрольного значення показника, а його абсолютна величина в цьому випадку може бути подана як гранична (критична) сума суттєвості.

Розглянемо даний методичний підхід на прикладі двох показників: абсолютної ліквідності ( $K_{abs}$ ) та чистої теперішньої вартості проекту ( $NPV$ ). Перший показник відноситься до аналізу фінансової звітності, другий – до аналізу інвестиційних проектів.

$$NPV = -I_0 + (P - CF - CV - \Pi + A) \times D_r, \quad (2)$$

де  $I_0$  – початкові інвестиції;  $P$  – чистий дохід від реалізації продукції;  $CF$  – умовно-постійні витрати;  $CV$  – змінні витрати;  $\Pi$  – податкові платежі;  $A$  – сума амортизаційних відрахувань;  $D_r$  – фактор теперішньої вартості.

Критичне значення чистої теперішньої вартості дорівнює нулю, тоді проект буде ні збитковим, ні прибутковим. За таких умов можна визначити критичні значення показників, які впливають на  $NPV$ :

початкових інвестицій:  $I_0^* = (P - CF - CV - \Pi + A) \times D_r$ , а його чутливий край визначається як темп приросту  $I_d = \frac{I_0 - I_0^*}{I_0} \times 100$ . Значить, для оцінки суттєвості аудитор може вибирати відносну суттєвість (частку базового показника) на рівні  $I_d$ , а граничне значення

суттєвості для даного показника складе  $I_0^*$ . Отже, аудитор при експертизі проекту зможе дати позитивний висновок, якщо похибка в оцінці суми інвестицій не перевищить  $I_0^*$ .

чистого доходу від реалізації продукції:  $P = I_0^* / D_r - (CF + CV + \Pi - A)$ , а його чутливий край  $P_d = \frac{P - P^*}{P} \times 100$ . Суттєвість для обсягу реалізації без ПДВ буде обрано на рівні  $P_d$ .

У випадку аналізу показників фінансової звітності при визначенні порогу чутливості слід вибирати теоретично обгрунтовані значення цих коефіцієнтів, враховуючи особливості діяльності підприємства:

$$K_{abc} = \frac{ГК}{КЗ}, \quad (3)$$

де  $ГК$  – грошові кошти;  $КЗ$  – короткострокові зобов'язання.

Критичне значення цього коефіцієнта у фінансово-економічному аналізі теоретично виправдане на рівні 0,2–0,25. Тоді критичне значення короткострокової заборгованості підприємства  $КЗ^* = GK / 0,25$ , а його чутливий край визначається як темп приросту:

$$КЗ_d = \frac{КЗ - КЗ^*}{КЗ} \times 100. \text{ Таким чином, для оцінки граничної суми помилки за кредиторською}$$

заборгованістю аудитор може взяти критичне значення  $КЗ^*$ . Аналогічно можуть бути визначені граничні значення й по інших статтях, на підставі яких розраховуються оціночні коефіцієнти (показники ефективності проектів та фінансові коефіцієнти).

Запропонований підхід до оцінювання індивідуальних значень граничної суттєвості та вибору відносної суттєвості для базових показників загальної суттєвості фінансової звітності дозволяє врахувати динаміку статей звітності за досліджуваний період, нівелює фактор інфляції у звітності. Проте основною перевагою даного методу є можливість на стадії планування аудиторської діяльності зосередити увагу на дослідженні критичних зон ризику, що дозволить знизити аудиторський ризик.

1. Адамс Р Основы аудита. М., 1995. 2. Національні нормативи аудиту та Кодекс професійної етики аудиторів України, затв. рішенням АПУ №73 від 18.12.98 р. К., 1999. 3. Правило (стандарт) аудиторской деятельности „Существенность и аудиторский риск”. Одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте Российской Федерации (протокол №2 от 22.01.98 г.).

УДК 339.138

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ В КАНЦЕЛЯРСЬКОМУ БІЗНЕСІ

*О.Р. Колодій*

*Розглядаються й аналізуються посередницькі фірми в канцелярському бізнесі.*

*Рассматриваются и анализируются посреднические фирмы в канцелярском бизнесе.*

Сьогодні багато поліграфічних підприємств і видавничо-торговельних структур разом з наданням поліграфічних послуг замовникам, з виданням і збутом книжкової продукції займається виготовленням і реалізацією паперово-білових і канцелярських товарів. Для цих підприємств маркетингова політика розподілу має велике значення. Ключовий момент її – вибір та конструювання каналів розподілу. Продукція виробників, як правило, потрапляє до кінцевого споживача каналами розподілу, який представлений комерційними посередниками. Кожний посередник, що наближає товар до кінцевого споживача, являє собою один з рівнів каналу