

РОЗДІЛ 5. САНАЦІЙНИЙ АУДИТ

Ключові терміни і поняття:

- | | |
|---|---|
| - аудит | - оцінка фінансового стану |
| - експертиза діяльності | - оцінка бізнесу |
| - аудит діяльності підприємства у процедурі санації | - аналіз виробничо-господарської діяльності |
| - санаційний аудит | - маркетинговий аналіз |
| - санаційна спроможність | - аналіз кадрів та організації |
| - аналіз життєспроможності боржника | - аналіз фінансових результатів діяльності |

5.1. СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ САНАЦІЙНОГО АУДИТУ

Аудит – це експертиза (ревізія) публічної бухгалтерської та фінансової звітності, іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, що проводиться службами кваліфікованих спеціалістів, мета якої – перевірити достовірність їх звітності, визначити повноту та відповідність чинному законодавству здійснюваного обліку та сформувати висновки про реальний фінансовий стан підприємства.

Відповідно до статті 7 і 21 Закону України "Про аудиторську діяльність" аудитор має провести перевірку бухгалтерської річної звітності суб'єкта господарювання з метою надання висновку про достовірність і реальність представленої інформації і її підтвердження або не підтвердження. Головною метою санаційного аудиту є виявлення фінансового стану підприємства та розробка рекомендацій по його покращенню.

Аудит діяльності підприємства у процедурі санації є окремим напрямком діяльності аудиторських фірм, оскільки він має певні *особливості*, а саме:

- експертиза діяльності проводиться на підприємстві, яке перебуває у фінансовій кризі, тому метою аудиту є по-перше встановлення ознак банкрутства підприємства (ознаки реального, фіктивного чи зумисного банкрутства), по-друге оцінити санаційну спроможність підприємства, по-третє визначити реальні причини розвитку кризи на підприємстві.

- санаційний аудит має бути тільки зовнішнім, оскільки проводиться на вимогу господарського суду або потенційних санаторів, які повинні бути впевнені у достовірності інформації щодо боржника.

У результаті проведення санаційного аудиту мають бути висвітлені такі аспекти:

- ✓ повнота та достовірність представлених підприємством-боржником даних щодо його фінансового-майнового стану;
- ✓ реальні причини розвитку кризи на підприємстві;
- ✓ можливості відновлення фінансової стійкості підприємства та розрахунку з кредиторами;
- ✓ реалістичність концепції санації;
- ✓ обґрунтованість та раціональність системи обраних санаційних заходів.

Як зазначає Терещенко О.О., „санаційний аудит можна розглядати як один з інструментів зменшення до певного рівня інформаційного ризику для інвесторів, кредиторів та інших осіб, які мають намір узяти участь у фінансовій санації підприємства” [91, с. 74].

Відповідно до вищесказаного, *санаційний аудит можна визначити як експертизу публічної бухгалтерської та фінансової звітності підприємства-боржника, іншої інформації щодо його реального фінансового стану та можливостей подолання кризи діяльності, тобто санаційної спроможності підприємства, яка здійснюється на вимогу господарського суду або потенційних санаторів.*

5.2. САНАЦІЙНА СПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Санаційна спроможність – це наявність у підприємства, що перебуває у фінансовій кризі, фінансових, організаційно-технічних та правових можливостей, які визначають його здатність до успішного проведення санації і є одним із головних критеріїв прийняття рішення щодо санації чи ліквідації підприємства. Як зазначає Терещенко О.О., загальними умовами санаційної спроможності є наявність у підприємства ефективної санаційної концепції та потенціалу для майбутньої успішної діяльності, а саме[91]:

- а) стійких позицій на ринку та реальних можливостей збільшення обсягів реалізації;
- б) конкурентних переваг;
- в) виробничого та кадрового потенціалу.

Економічними критеріями санаційної спроможності підприємства є його здатність розраховуватись з кредиторами, відновити стабільну прибуткову діяльність та створення передумов для зростання бізнесу, тобто забезпечення конкурентоспроможності фірми.

Правовими - недопущення можливості кредиторів звернутися із заявою до господарського суду для порушення справи про банкрутство, тобто здатність підтримувати фінансову рівновагу в довгостроковому періоді.

5.3. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ САНАЦІЙНОГО АУДИТУ

Будь-яке ефективне планування неможливе без застосування спеціальних процедур обробки інформації, адекватних поставленим завданням, прийнятим рішенням та ринковим умовам, у яких функціонує підприємство.

Особливе місце діагностика займає і в процесі розробки стратегії оздоровлення, при цьому успіх планування залежить від того, яка інформація відібрана і як виконано її перетворення. Тому санаційний аудит розпочинається із планування аудиту та визначення складу, змісту, якості інформації, яка необхідна для аналізу.

Аудитор повинен планувати свою роботу так, щоб мати можливість ефективно провести аудиторську перевірку. Планування має ґрунтуватися на попередньому вивченні особливостей бізнесу клієнта. Планування - це вироблення головної стратегії і конкретних підходів до характеру, періоду, а також часу проведення аудиту.

Метою планування аудиту є звернення уваги аудитора на найважливіші напрямки аудиту, на виявлення проблем, які слід перевірити найретельніше. Планування допомагає аудиторіві належним чином організувати свою роботу. Характер планування залежить від організаційної форми, розміру і виду діяльності підприємства, виду аудиту, правильного уявлення аудитора про стан справ на підприємстві.

Загальний план аудиту складається з таких розділів:

- ◆ Організація, що перевіряється
- ◆ Період аудиту
- ◆ Кількість людино-годин на перевірку
- ◆ Керівник аудиторської перевірки
- ◆ Запланований аудиторський ризик (оцінка аудитором ризику внутрішнього контролю - ефективності системи внутрішньогосподарського контролю підприємства)
- ◆ Запланована суттєвість (ймовірність існування суттєвих помилок в обліку)

Всі джерела даних, що залучаються для проведення економічного аналізу, як правило, поділяються на окремі групи, а саме:

- 1) Нормативні, кошторисні планові. До них належать усі типи планів, які розробляються на підприємстві (перспективні, поточні, оперативні, бізнес-плани, плани-графіки виробництва, технологічні карти), а також нормативні матеріали, кошториси, цінники, проектні завдання тощо.
- 2) Джерела облікового характеру – всі дані, що містять документи бухгалтерського, статистичного та оперативного обліку, а також всі види звітності, в тому числі внутрішньогосподарська звітність, первинна облікова документація.
- 3) Позаоблікові джерела інформації, а саме: офіційні нормативні документи; матеріали, акти, висновки ревізій, перевірок діяльності податкової служби, кредитних установ, ЗМІ, регіональних відділів статистики, господарсько-правові документи, технічна та технологічна документація тощо.

Безпосередній аналіз життєспроможності боржника передбачає, на нашу думку, наступне:

- 1) усесторонню оцінку роботи підприємства, а саме: оцінку фінансового стану, аналіз фінансових результатів діяльності, маркетинговий аналіз, аналіз виробничо-господарської діяльності, аналіз кадрів та організації, оцінку бізнесу;
 - 2) перевірку адекватності інформації;
 - 3) визначення факторів першопричин кризового розвитку підприємства;
 - 4) визначення виду криз, які є на досліджуваному підприємстві;
 - 5) визначення досягнень та потенційних можливостей підприємства за допомогою SWOT – аналізу;
- б) групування факторів стосовно першочерговості ліквідації негативних сторін роботи підприємства, зовнішніх загроз та використання можливостей і сильних сторін відповідно до життєвого циклу підприємства.

Оцінка фінансового стану є безперечно найважливішим етапом діагностики неплатоспроможного підприємства, оскільки саме фінансова криза підприємства є причиною порушення справи про банкрутство.

Величина фінансових результатів безпосередньо віддзеркалює усі аспекти діяльності суб'єкта господарювання. Особливістю такого аналізу під час санаційного аудиту є, як правило, дослідження причин „негативного” підсумку господарської діяльності підприємства, тобто зміст та походження його збитків. Основні завдання, об'єкти та напрямки аналізу фінансових результатів наведено на рис. 5.1.

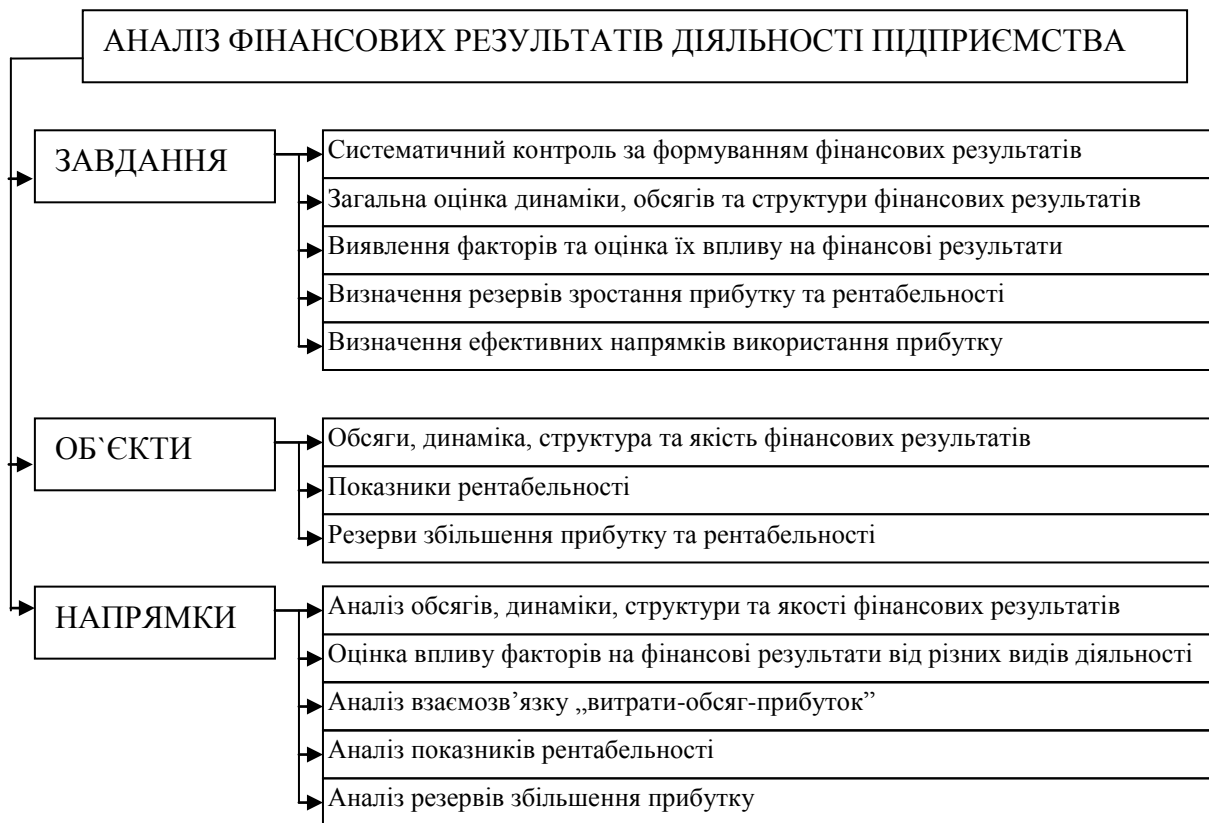


Рис.5.1. Загальна модель аналізу фінансових результатів господарської діяльності підприємства

Напрямки дослідження фінансів нами було детально розглянуто у п.2.1, зазначимо лише, що результатом такого дослідження є розробка рекомендацій щодо напрямків здійснення санації балансу, реструктуризації кредиторської заборгованості, рефінансування дебіторської заборгованості тощо.

Маркетинговий аналіз у процесі санаційного аудиту передбачає: кількісне оцінювання частки ринку, яка належить підприємству, темпи зростання ринку в цілому; визначення ринкових чинників, які впливають на збут продукції, умови збуту, галузеві ризики; дослідження потреб споживачів та можливості підприємства їх задовольнити; визначення конкурентів, аналіз їх переваг та недоліків; дослідження умов постачання та зберігання сировини.

Основні завдання, об'єкти та напрямки маркетингового аналізу наведено на рис. 5.2.

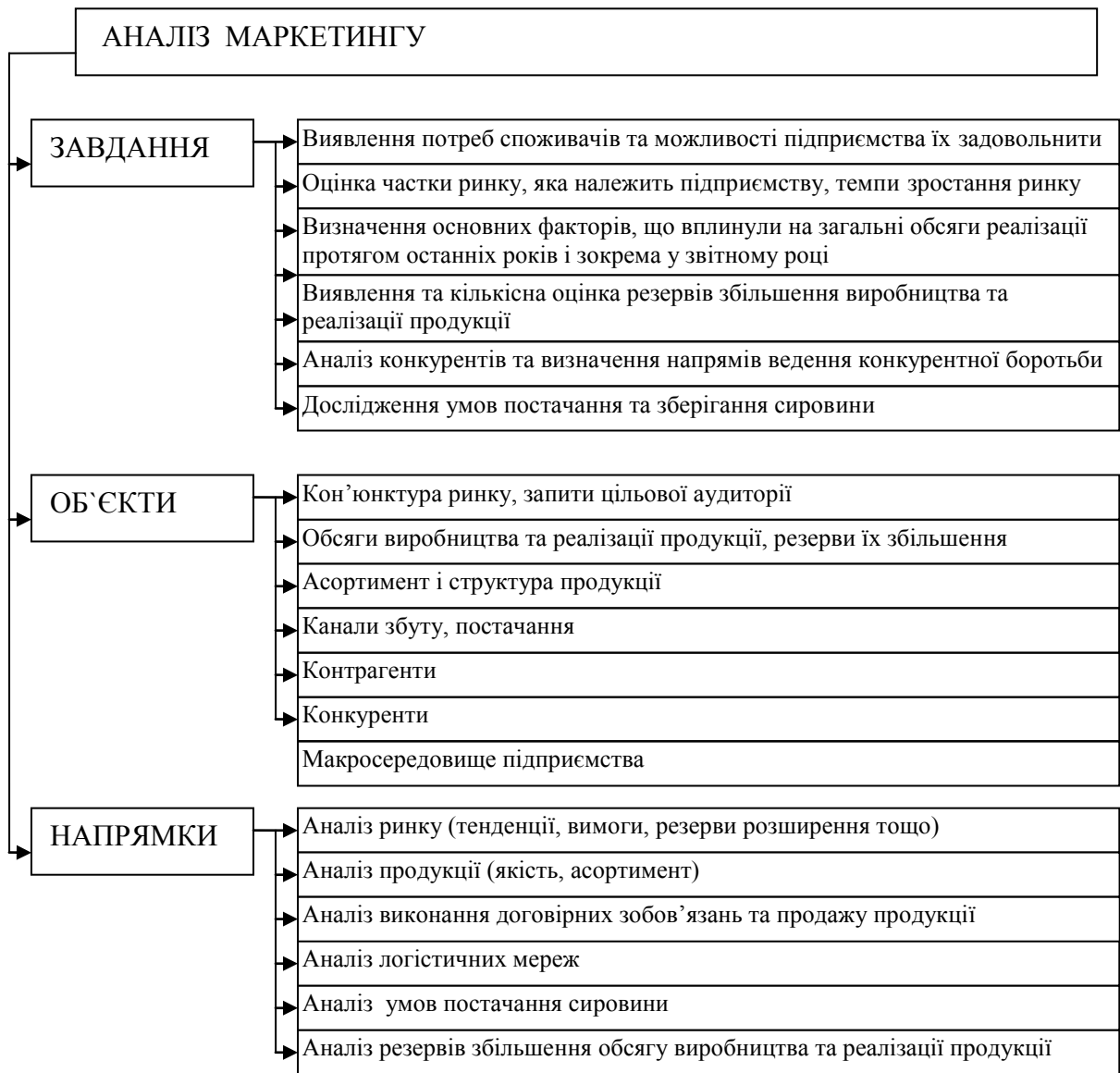


Рис.5.2. Загальна модель маркетингового аналізу підприємства

В процесі такого аналізу розробляються рекомендації щодо переліку нововведень, методів стимулювання та просування товарів на ринок, організації ведення конкурентної боротьби, зміни постачальників, застосування більш дешевих аналогів тощо.

Поглиблений аналіз зовнішнього середовища передбачає здійснення аналізу не тільки мікросередовища, а й дослідження ступеня впливу факторів макросередовища, а саме:

- міжнародних факторів загальноекономічних, стабільності міжнародної торгівлі, міжнародної конкуренції;
- національних: політичних, правових, економічних, науково-технічних, форм конкуренції, соціокультурних, демографічних, екологічних факторів.

Під час вивчення виробничо-господарської діяльності аудитор аналізує: виробничу структуру підприємства, рівень існуючих технологій виробництва, рівень виробничого та науково-технічного потенціалу, прогресивності технологічних процесів, рух основних фондів підприємства, проводить аналіз виробничих витрат та показників праці, аналіз використання матеріальних ресурсів.

Основні завдання, об'єкти та напрямки аналізу виробничо-господарської діяльності наведено на рис. 5.3.

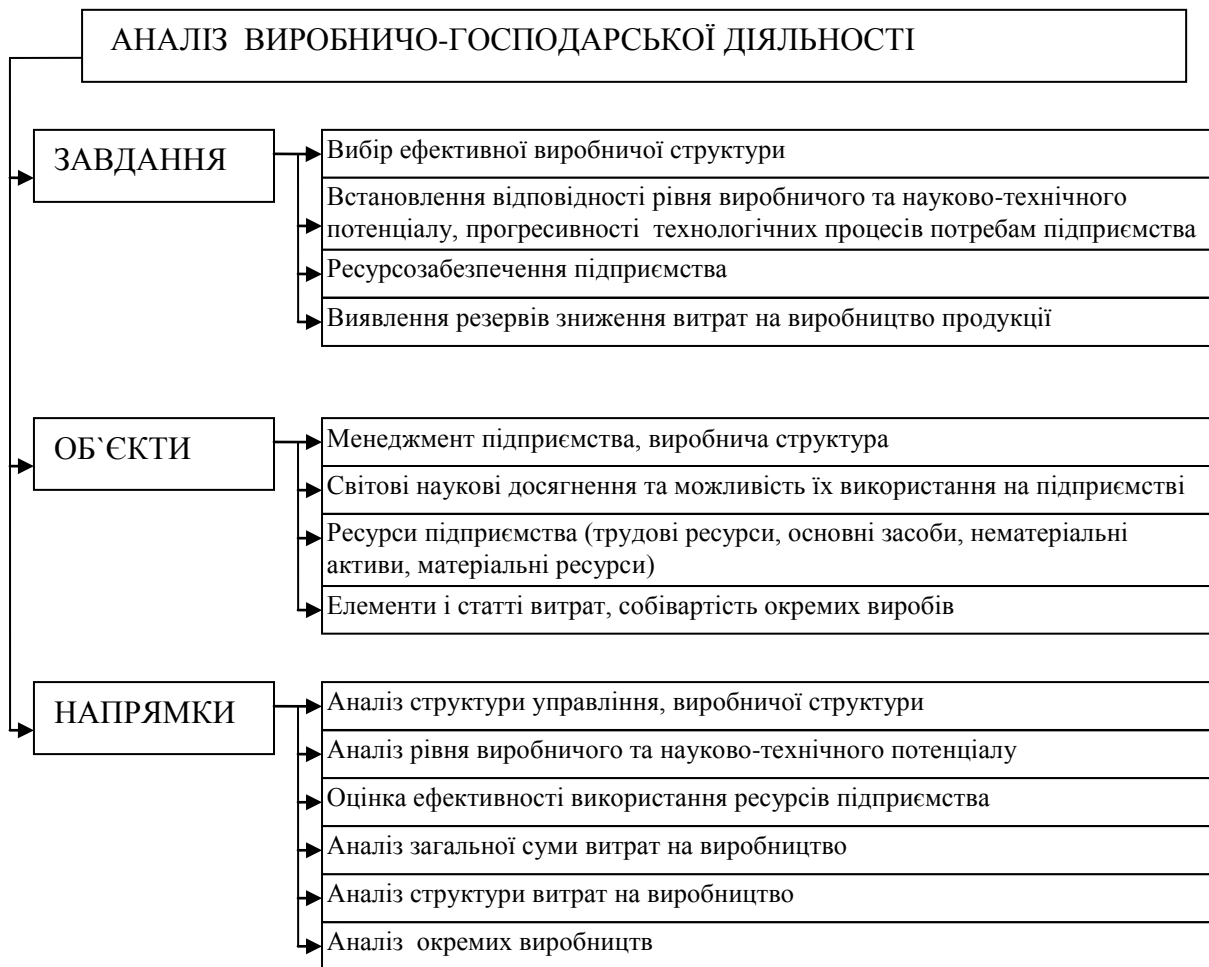


Рис.5.3. Загальна модель аналізу виробничо-господарської діяльності підприємства

В результаті такого дослідження встановлюються не використовувані виробничі потужності та приміщення, виробляються рекомендації щодо їх продажу чи оренди; визначаються потреби в модернізації та оновленні основних фондів; виявляються нерентабельні виробництва, розробляються рекомендації щодо їх закриття та поліпшення асортименту продукції, зниження виробничої собівартості продукції, підвищення її якості,

конкурентоспроможності; проводиться оцінка впливу виробничої діяльності підприємства на екологічну ситуацію та зайнятість у регіоні тощо.

Аналіз кадрів та організації передбачає аналіз людських ресурсів підприємства, мотивацію співробітників, лідерів у колективі. Така інформація дозволить визначити тих людей, на яких, можливо, необхідно буде покласти більшу відповідальність у процесі оздоровлення. Проводиться аналіз організаційної структури підприємства, атестація робочих місць, атестація персоналу, що дозволить визначити мінімально необхідний склад працівників для подальшої діяльності. Основні завдання, об'єкти та напрямки аналізу кадрів та організації наведено на рис. 5.4.

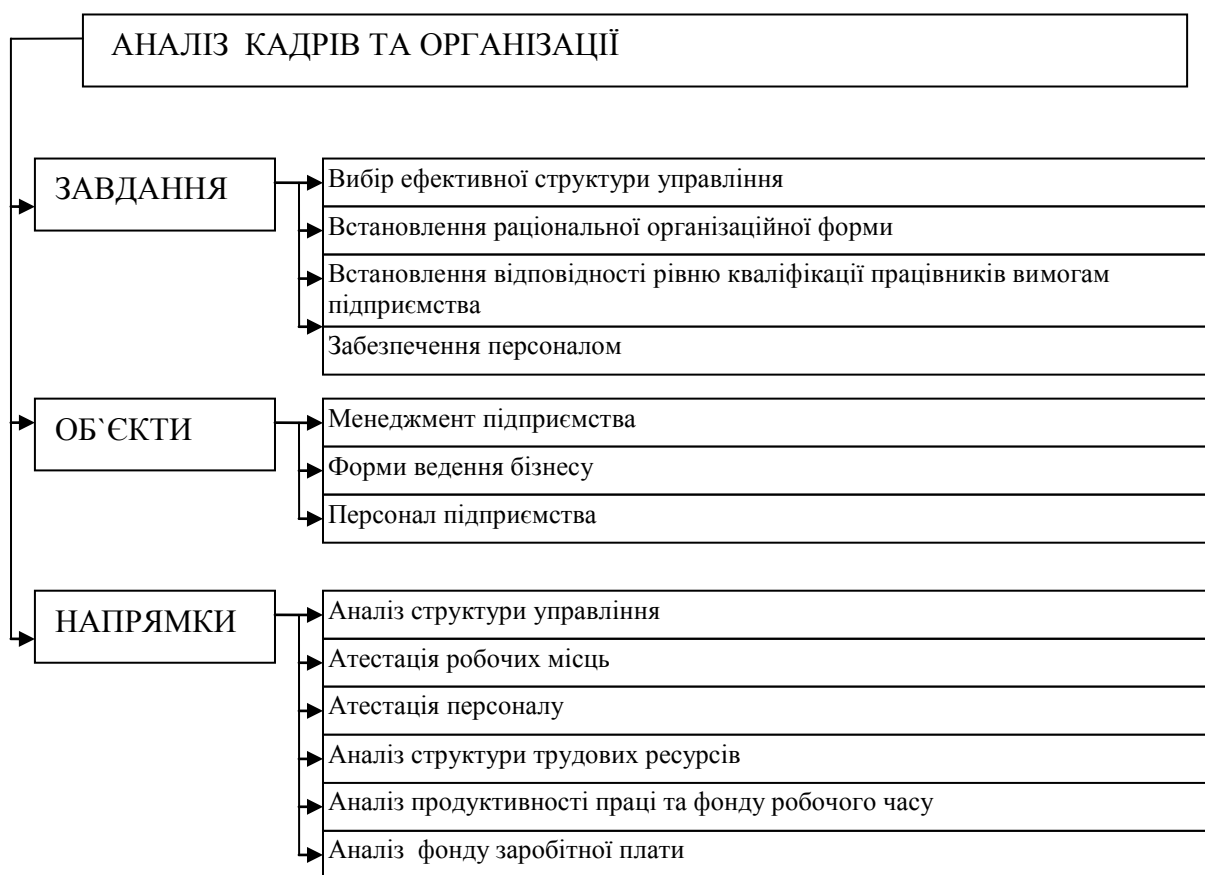


Рис.5.4. Загальна модель аналізу кадрів та організації підприємства

Оцінка бізнесу передбачає здійснення оцінки вартості як усього підприємства, так і окремих його бізнес-одиниць. Отримані розрахунки порівнюються з обсягами вимог кредиторів та витратами пов'язаними з його ліквідацією, такий аналіз дасть додаткову інформацію для прийняття рішення стосовно оздоровлення чи ліквідації суб'єкта господарської діяльності. Інформація оцінки окремих бізнес-одиниць та активів необхідна: у випадку ліквідації – для визначення реальної вартості при продажу майна

боржника, в процесі санації – для визначення доцільності збереження чи ліквідації певного об’єкта для забезпечення ефективності діяльності. Основні завдання, об’єкти та напрямки оцінки бізнесу наведено на рис. 5.4.

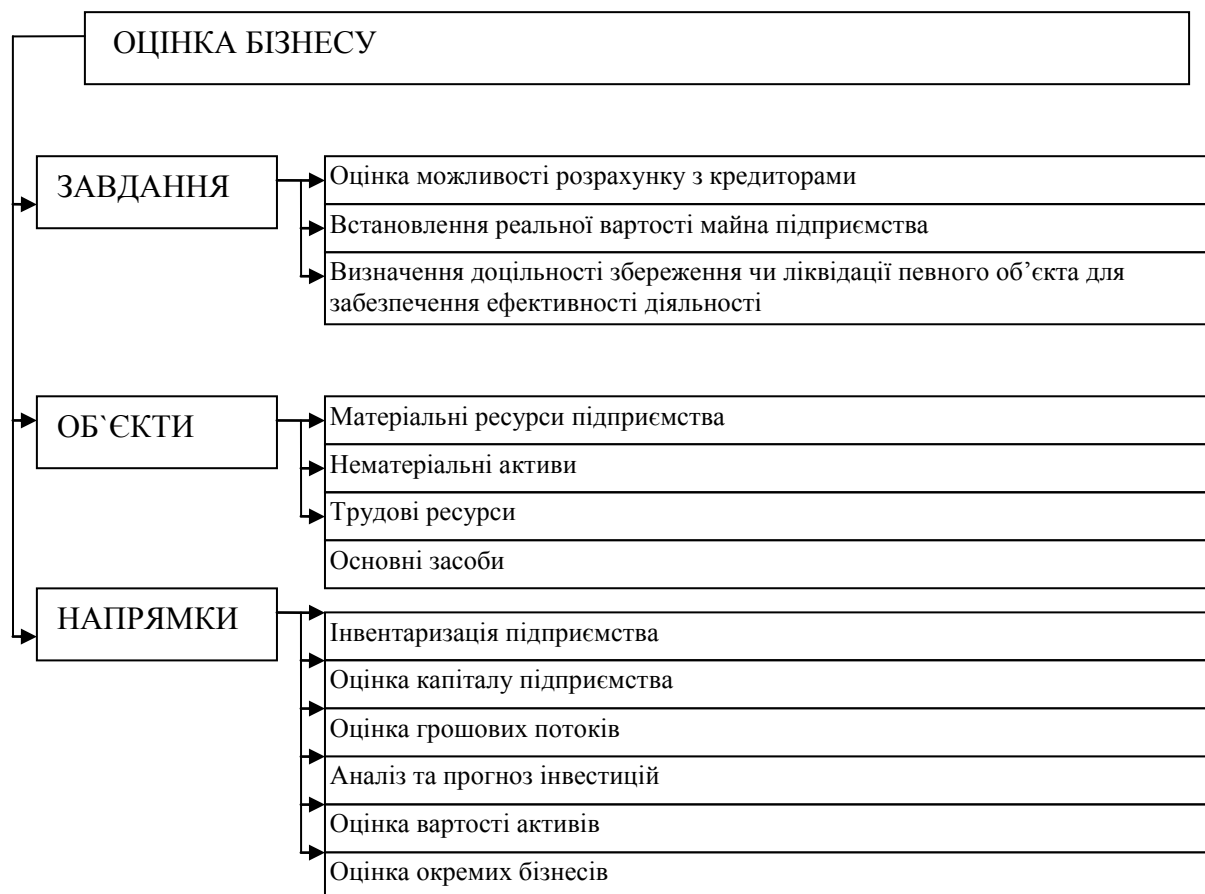


Рис.5.4. Загальна модель оцінки бізнесу

При необхідності отримання додаткової інформації до санаційного аудиту можна додати елементи контролінгу.

Контролінг є функціональною системою планування, контролю, аналізу відхилень, координації, внутрішнього консалтингу та загального інформаційного забезпечення керівництва підприємства [91, с. 33]. Контролінг забезпечує методичну та інструментальну базу для підтримки основних функцій менеджменту: планування, контролю обліку і аналізу, а також оцінки ситуації для прийняття управлінських рішень [56, с. 8].

Контролінг для виконання своїх функцій використовує свої специфічні методи (більш докладно у розділі 2). У нашому випадку, для здійснення фундаментального аналізу фінансового стану неплатоспроможного підприємства, пропонуємо скористатися такими методами контролінгу, як: бенчмаркінг, за допомогою якого встановлюються

недоліки роботи окремих підрозділів; вартісний аналіз, який визначає резерви зниження витрат; аналіз беззбиткового обороту (визначення асортименту продукції за маржинальним прибутком); факторний аналіз відхилень (причини відхилення від нормативів); 0-базис бюджетування, за допомогою якого здійснюється новий обрахунок норм та визначається оптимальний рівень валових витрат підприємства; ABC – аналіз; XYZ – аналіз (оптимізація запасів, зниження витрат на сировину).

Етап збору та аналізу інформації закінчується *перевіркою адекватності інформації*. Цей етап передбачає створення механізму виявлення навмисної фальсифікації інформації та виключення зловживань у процесі провадження справи про банкрутство з боку задіяних осіб. До цієї складової відноситься розробка засобів перевірки адекватності інформації та засоби виявлення викривленої інформації, створюється система розмежування відповідальності серед конкретних осіб [25, с.133].

При дослідженні достовірності інформаційної бази необхідно перевірити дотримання правил оформлення звітності, узгодженість показників звітів за суміжні хронологічні періоди, провести арифметичний та нормативний контроль, застосувати зустрічну перевірку.

У результаті виконання перерахованих вище дій визначається велика кількість факторів першопричин кризового розвитку підприємства, що дає змогу визначити види криз на досліджуваному підприємстві. Аналіз літературних джерел з питань банкрутства та санації підприємств дозволив зробити висновок, що під процедурою санації підприємства в першу чергу розуміється фінансове оздоровлення, тобто ліквідація ознак фінансової кризи. Проте, на нашу думку, нездатність фірми виконувати свої поточні зобов'язання є результатом неефективної діяльності, а першопричиною може виступати наявність економічної, кадрової, виробничої, організаційної, соціо-екологічної кризи, кризи управління, збуту чи інвестицій, які, в свою чергу, і слугували появі фінансової кризи (кризи ліквідності). Тому важливим є встановлення, які саме кризи, поряд із фінансовою, притаманні підприємству, оскільки певний вид кризи передбачає відповідний набір заходів, спрямованих на її ліквідацію. Так, економічна криза виникає при неефективному використанні матеріальних ресурсів підприємства; кадрова – людських; криза управління є результатом низької компетентності керівництва, неадекватної стратегії та управлінських рішень вимогам зовнішнього середовища тощо.

При розробці проектів санації в Україні у більшості випадків на цьому етапі зупиняються і зосереджують зусилля на усуненні проблем та недоліків. Проте, на нашу думку, потрібно визначити не тільки „вузькі” місця підприємства, а і його досягнення та потенційні можливості. Це можна зробити за допомогою SWOT – аналізу.

SWOT – аналіз є дослідженням, спрямованим на визначення і оцінку сильних та слабких сторін підприємства, його можливостей та потенційних загроз. *Можливості* визначаються як те, що дає організації шанс зробити щось нове: випустити новий продукт, завоювати нових споживачів, впровадити нову технологію, перебудувати бізнес-процеси тощо. *Загрози* – це те, що може нанести шкоду підприємству, позбавити його переваг, що існують.

Проілюструємо використання SWOT – аналізу на умовному прикладі.

Підприємство займається виробництвом обладнання для заводів консервної промисловості. Останній рік ВАТ не виробляло продукції, обладнання, не задіяне у виробництві не зберігалось належним чином (в механічному та гальванічному цехах до 98% обладнання розукомплектовано і відновленню не підлягає, зафіксовані крадіжки), порушено електропостачання заводу, відсутнє теплопостачання, наявна значна дебіторська заборгованість, яка на момент порушення справи про банкрутство була безнадійною. Однак є можливість організації дрібносерійного виробництва металевих виробів (заточне обладнання, гвинти, гайки, монтажна арматура), металопластикових вікон та тротуарної плитки. Є можливість залучення додаткових інвестицій, достатніх для погашення поточних платежів.

На першому етапі SWOT – аналізу визначаються та перераховуються слабкі та сильні сторони підприємства. В результаті чого формуються чотири списки: сильні сторони, слабкі сторони, загрози, сприятливі можливості. Потім розглядаються різні сполучення сильних сторін з загрозами та можливостями, а також слабких сторін з загрозами та можливостями. На перетині строк та стовпців розташовують як різні стратегічні заходи, якісні оцінки значення взаємодії сильних або слабких сторін з загрозами та можливостями, так і кількісні оцінки сполучення зазначених параметрів (див. табл.5.1).

SWOT – аналіз передбачає визначення стратегій: використання сильних сторін для кращої реалізації можливостей підприємства-боржника та для нейтралізації загроз зовнішнього середовища; застосування ринкових можливостей для мінімізації слабких сторін та найкращого використання сильних сторін підприємства.

Таблиця 5.1

Матриця SWOT – аналізу

	Сильні сторони			Слабкі сторони		
	Організація дрібно-серійного виробництва продукції широкого вжитку	Залучення додаткових інвестицій	Кваліфікований персонал	Відсутність власних оборотних коштів	Значний тиск кредиторів	Слабкий маркетинг
	17	11	9	8	7	11

Загрози	Жорстока конкуренція	19	5 ріст серійності виробництва продукції, реклама, товарний знак	3 освоєння передових технологій	4 освоєння передових технологій	2 активний пошук дешевих джерел, отримання субсидій	1 реклама, висока якість продукції	4 підвищення кваліфікації у сфері маркетингу
	Покупці очікують високу якість продукції при низьких цінах	15	4 ріст серійності виробництва продукції, широкий асортимент, висока якість	3 освоєння передових технологій	2 освоєння передових технологій	1 активний пошук дешевих джерел, отримання субсидій	2 ріст серійності виробництва продукції, реклама, товарний знак	3 підвищення кваліфікації у сфері маркетингу
Можливості	Ріст ринку продукції, що має намір виробляти підприємство	16	5 вірний вибір сегменту ринку, ріст серійності виробництва продукції, широкий асортимент, висока якість	4 забезпечення широкого асортименту, високої якості	1 виявлення та заповнення перспективних сегментів ринку	2 активний пошук дешевих джерел, отримання субсидій	1 реклама, висока якість продукції	3 залучення спеціалізованих маркетингових компаній
	Використання механізму банкрутства для накладення мораторію на зобов'язання	12	3 санаційні кредити, відсіювання кредиторів, мораторій на зобов'язання	1 підтримання дружних стосунків із кредиторами	1 розробка оборонної стратегії	3 санаційні кредити, відсіювання кредиторів, мораторій на зобов'язання	3 отримання інноваційного податкового кредиту	1 залучення спеціалізованих маркетингових компаній

Кількісна оцінка сильних та слабких сторін дозволяє розставити пріоритети і на їх основі розподілити ресурси на розв'язок різних проблем. Значимість для компанії кожної проблеми визначається величиною оцінки і відповідно проблеми ранжуються за ступенем значимості.

Наступним етапом санаційного аудиту є *групування факторів* стосовно першочерговості ліквідації негативних сторін роботи підприємства, зовнішніх загроз та використання можливостей і сильних сторін *відповідно до життєвого циклу підприємства*.

Відомо, що кожен період життєвого циклу підприємства характеризується відповідними ознаками та умовами діяльності. Криза може відбутися на будь-якому етапі розвитку підприємства, проте можливості подолання кризи на різних стадіях життєвого розвитку суттєво відрізняються. Сформовані та обґрунтовані нами можливі санаційні заходи відповідно до стадій життєвого циклу підприємства представлено у таблиці 5.2.

Таблиця 5.2

Санаційні заходи відповідно до стадій життєвого циклу підприємства

Стадії	Зародження	Прискорення зростання	Уповільнення зростання	Зрілість	Спад
Характеристика					
Характерні особливості етапів	Обсяг продажу незначний, високий ступінь невизначеності, технологія у стадії розвитку, конкуренти невідомі, ринок погано визначений, гостро відчувається відсутність інформації, ціна на продукцію висока, собівартість висока, рентабельність дуже низька,	Швидке зростання продаж і підвищення рівня захоплення ринку, систематичне зниження виробничих витрат у зв'язку із зростанням обсягу виробництва, ціни мають тенденцію до зниження, що дозволяє поступово охопити весь потенційний ринок, постійно збільшується число конкурентів.	Обсяг продажу зростає з меншими темпами, що викликано зростанням кількості конкурентів, високий ступінь розподілу праці і спеціалізації, зростання інноваційної діяльності	Рівень захоплення і проникнення на ринок дуже високі, і їх подальше зростання маловірогідне, споживачі масові, технологія стабілізувалася, існує багато модифікацій товару, ціна на товар найнижчі, витрати найнижчі	Обсяг продажу знижується, під впливом технологічного прогресу з'являються нові, досконаліші товари, які витісняють існуючі товари; переваги, смаки навик споживання з часом модифікуються, і товари виходять з моди; товари стають застарілими або забороненими. Кількість конкурентів зменшується, споживачі – консерватори
Першочергові напрямки здійснення санаційних заходів	Зусилля спрямовуються на створення інформованості споживачів про товар, збільшення обсягів реалізації. Залучення інвестиційних ресурсів, забезпечення достатнього обсягу капіталу. Управління за слабкими сигналами, лізинг, франшиза.	Основна стратегія розвитку – проникнення в глибину ринку, маркетингові зусилля, направлені на створення прихильності споживачів до відповідної торгової марки. Важливими є показники стабільності та фінансової незалежності, ріст показників оборотності. Запровадження управлінського обліку, ведення платіжного календаря.	Ставиться мета захоплення значної частини ринку, тобто максимізація своєї частки на ньому. Потреба у модифікації товару, сертифікація продукції та систем якості. Перехід до довгострокових цілей в управлінні компанією. Управління дебіторською заборгованістю, проведення активних маркетингових досліджень.	Стратегічні зусилля направлені на відстоювання своєї ринкової долі, створення нових продуктів. Проведення маркетингових та наукових досліджень, надання франшиз. Удосконалення системи управління. Мінімізація вихідних грошових потоків, мобілізація прихованих резервів, оптимізація структури розміщення оборотного капіталу, залучення додаткових фінансових ресурсів через фондовий ринок.	Створення нових продуктів, нових ринків, перепрофілювання підприємства. Удосконалення системи управління, об'єднання, оптимізація бізнес-процесів, переведення підприємства на економічний режим роботи. Використання зворотного лізингу, використання операцій толінгу, санація активу, санація пасиву балансу, двоступінчаста санація, використання судового інструментарію відновлення платоспроможності. Інвестування у розвиток бізнесу, створення конкурентних переваг

Так, в свою чергу, недоцільно буде на стадії зародження велику увагу приділяти низькій рентабельності, а слід першочергово збільшувати обсяги реалізації шляхом застосування ефективних стратегій просування товару на ринок, створення інформованості споживачів про товар; для етапу прискореного росту важливим є стабільність показників ліквідності і фінансової незалежності, ріст показників оборотності; етап уповільнення зростання характеризується потребою модифікації товару, покращення його якості, на даному етапі стабілізуються показники рентабельності продажу, яким потрібно приділяти найбільшу увагу, тощо. Тобто, першочерговість напрямків здійснення оздоровчих заходів для кожного періоду життєвого циклу підприємства буде різною.

5.4. ОФОРМЛЕННЯ АКТУ АУДИТОРСЬКОЇ ПЕРЕВІРКИ

Основою для аудиторського висновку стосовно фінансової звітності підприємства є результати аналітичних досліджень, а також оцінки висновків, зроблених на основі аудиторських доказів, отриманих під час проведення аудиту. Такий аналіз і оцінка приводять до висновку стосовно того, що:

а) фінансова звітність була підготовлена з використанням порядку ведення прийнятого і затвердженого керівництвом підприємства бухгалтерського обліку, який послідовно використовувався в практиці ведення обліку підприємства;

б) фінансову звітність підготовлено на підставі інструкцій, що регулюють порядок підготовки і представлення звітності;

в) представлена фінансова звітність у цілому відповідає розумінню специфіки фінансово-господарської діяльності підприємства;

г) існує адекватне відображення всіх суттєвих питань, які стосуються забезпечення правильного надання фінансової звітності.

В аудиторському звіті дається ясний і чіткий висновок про фінансову звітність. У своїх висновках аудитор висловлює всі істотні аспекти розглянутих ним питань.

Документальне оформлення аудиторської перевірки складається з двох видів документації - робочої та підсумкової.

Робоча документація - це записи, за допомогою яких аудитор фіксує проведені процедури перевірки, тести, отриману інформацію і відповідні висновки, які здійснюються під час проведення аудиторської перевірки. У робочу документацію включається інформація, яка на думку аудитора є важливою для того, щоб правильно

виконати аудиторську перевірку і яка повинна підтвердити висновки та пропозиції в аудиторському висновку. Робоча документація може бути оформлена у вигляді стандартних форм і таблиць на папері чи зафіксована на електронних носіях інформації або на кіно- чи відеоплівку.

Підсумкова документація складається з аудиторського висновку та документації, яка передається замовникові перевірки.

Аудиторський висновок є обов'язковим компонентом підсумкової документації. Принцип та порядок підготовки аудиторського висновку наводяться у Нормативі № 26 "Аудиторський висновок".

Результати аудиту оформлюються у вигляді аудиторського висновку, який повинен містити в собі чітке і ясне уявлення аудитора про перевірену фінансову звітність.

Аудиторський висновок складається у вільній формі, але обов'язково в ньому мають бути наступні розділи:

- ✓ заголовок;
- ✓ вступ;
- ✓ масштаб перевірки;
- ✓ висновок аудитора про фінансову звітність;
- ✓ дата аудиторського висновку;
- ✓ адреса аудиторської фірми;
- ✓ підпис аудиторського висновку.

У заголовку аудиторського висновку говориться про те, що аудиторська перевірка проводилась незалежним аудитором. Дається назва аудитора або аудиторської фірми. Також наводиться повна назва підприємства, яке перевірялося, та час перевірки.

Розділ "Вступ" аудиторського висновку повинен містити інформацію про склад фінансової звітності та дату підготовки звітності. У цьому розділі говориться також про те, що відповідальність за правильність підготовки звітності покладається на керівництво підприємства, про відповідальність аудитора за аудиторський висновок, який обґрунтовується результатами проведеної перевірки.

В аудиторському висновку необхідно наводити масштаб аудиту і зміст проведених робіт. Цей розділ аудиторського висновку дає впевненість його користувачам у тому, що аудиторська перевірка здійснена у відповідності з вимогами українського законодавства та нормами, які регулюють аудиторську практику та ведення бухгалтерського обліку, або у відповідності з вимогами міжнародних стандартів та практики. У цьому розділі говориться, що перевірка була спланована і підготовлена з достатнім рівнем впевненості про те, що в фінансовій звітності не має суттєвих помилок. Під час аудиторської перевірки

аудитор повинен робити оцінку помилок у системах обліку та внутрішнього контролю підприємства на предмет їх суттєвого впливу на фінансову звітність. При оцінці суттєвості помилок аудитор повинен керуватися положеннями Національного нормативу аудиту № 11 "Суттєвість та її взаємозв'язок з ризиком аудиторської перевірки". У розділі "Висновок аудитора про перевірену фінансову звітність" дається висновок аудитора про фінансову звітність, про її правильність в усіх суттєвих аспектах, а саме: "Ми підтверджуємо, що за винятком невідповідностей, викладених у додатку № 1, фінансовий (бухгалтерський) звіт в усіх суттєвих аспектах достовірно та повно подає фінансову інформацію про Підприємство станом на 1 січня 200... року згідно з нормативними вимогами щодо організації бухгалтерського обліку та звітності в Україні".

Аудитор повинен проставляти дату аудиторського висновку на день завершення аудиторської перевірки. Дата на аудиторському висновку проставляється на той самий день, коли керівництво підприємства підписує акт прийому-передачі аудиторського висновку. Дата в аудиторському висновку проставляється або перед вступною частиною аудиторського висновку, або біля підпису аудитора.

Аудиторський висновок підписується директором аудиторської фірми або уповноваженою на це особою, яка має відповідну серію сертифіката аудитора України на вид проведеного аудиту.

В аудиторському висновку вказується адреса дійсного місцезнаходження аудиторської фірми та номер ліцензії на аудиторську діяльність. Ця інформація може розміщатися як при кінці аудиторського висновку, після підпису аудитора, так і в матриці бланка аудиторської фірми.

Висновок аудиторської перевірки може бути позитивним, умовно-позитивним, негативним або дається відмова від надання висновку про фінансову звітність підприємства. У двох останніх випадках в аудиторському висновку може наводитися короткий перелік аргументів, які підштовхнули аудитора видати такий висновок, що відрізняється від позитивного.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ:

1. Головною метою санаційного аудиту є :

- а) визначення санаційної спроможності підприємства;
- б) виявлення фінансового стану підприємства та розробка рекомендацій по його покращенню;**
- в) виявлення достовірності інформації, що відображена у документах.

2. Які особливості має санаційний аудит?

- а) більше документації потрібно перевірити (план санації, вимоги кредиторів...);
- б) більш складні алгоритми розрахунків, оскільки підприємство збиткове;
- в) потрібне встановлення ознак банкрутства, оцінка санаційної спроможності, реальних причин розвитку кризи на підприємстві.**

3. Висновками санаційного аудиту є (вказіть відповіді):

- а) повнота та достовірність представлених підприємством-боржником даних щодо його фінансового-майнового стану;**
- б) реальні причини розвитку кризи на підприємстві;**
- в) реєстр вимог кредиторів;
- г) можливості відновлення фінансової стійкості підприємства та розрахунку з кредиторами.**

4. Санаційна спроможність підприємства – це:

- а) здатність до успішного проведення санації ;**
- б) здатність формувати позитивний грошовий потік;
- в) можливість укладання санаційної угоди.

5. Загальною умовою санаційної спроможності є:

- а) наявність грошових коштів на розрахунковому рахунку підприємства;
- б) наявність у підприємства кваліфікованого персоналу;
- в) наявність у підприємства ефективної санаційної концепції та потенціалу для майбутньої успішної діяльності.**

6. Економічними критеріями санаційної спроможності підприємства є:

- а) наявність власних оборотних коштів;
- б) здатність розрахуватись з кредиторами;**
- в) здатність відновити стабільну прибуткову діяльність.**

7. Правовими критеріями санаційної спроможності підприємства є:

- а) недопущення можливості кредиторів звернутися із заявою до господарського суду для порушення справи про банкрутство;**

- б) наявність юридичних угод про невтручання у діяльність підприємства контрагентами;
- в) наявність угод щодо поставки продукції підприємства.

8. *Розташуйте етапи здійснення аналізу життєспроможності боржника за часом їх здійснення:*

- а) усестороння оцінка роботи підприємства;
- б) визначення факторів першопричин кризового розвитку підприємства;
- в) визначення досягнень та потенційних можливостей підприємства за допомогою SWOT – аналізу;
- г) визначення виду криз, які є на досліджуваному підприємстві;
- д) групування факторів стосовно першочерговості ліквідації негативних сторін роботи підприємства, зовнішніх загроз та використання можливостей і сильних сторін відповідно до життєвого циклу підприємства;
- е) перевірка адекватності інформації.

9. *Результатами аналізу фінансового стану є:*

- а) рівень ліквідності та платоспроможності;
- б) розробка рекомендацій щодо напрямків здійснення санації балансу, реструктуризації кредиторської заборгованості;**
- в) рекомендації щодо зміни фінансової політики підприємства.

10. *Напрямами маркетингового аналізу є:*

- а) тарифи на відео аудіо рекламу;
- б) кількісне оцінювання частки ринку, яка належить підприємству;**
- в) визначення ринкових чинників, які впливають на збут продукції, умови збуту, галузеві ризики;**
- г) дослідження умов постачання та зберігання сировини.**

11. *Результатами маркетингового аналізу є:*

- а) переліку нововведень;**
- б) нові методи стимулювання та просування товарів на ринок, організації ведення конкурентної боротьби;**
- в) відео ролік реклами продукції;
- г) пропозиції щодо зміни постачальників.**

12. Перелічіть можливі результати аналізу виробничо-господарської діяльності підприємства:

- а) встановлюються не використовувані виробничі потужності та приміщення, виробляються рекомендації щодо їх продажу чи оренди;**
- б) визначаються потреби в модернізації та оновленні основних фондів;**
- в) ...**
- г) ...**

13. Дослідження, спрямовані на визначення і оцінку сильних та слабких сторін підприємства, його можливостей та потенційних загроз мають назву:

- а) ABC – аналіз;
- б) бренчмаркінг;
- в) аналіз беззбитковості;
- г) SWOT – аналіз.**

14. Поєднайте етап життєвого циклу підприємства і його характеристику:

- | | |
|---------------------------|---|
| а) зародження | А) швидке зростання продаж і підвищення рівня захоплення ринку |
| б) прискорення зростання | Б) рівень захоплення і проникнення на ринок дуже високі, і їх подальше зростання маловірогідне |
| в) уповільнення зростання | В) обсяг продажу незначний, високий ступінь невизначеності, технологія у стадії розвитку |
| г) зрілість | Г) обсяг продажу зростає з меншими темпами, що викликано зростанням кількості конкурентів |
| д) спад | Д) обсяг продажу знижується, під впливом технологічного прогресу з'являються нові, досконаліші товари, які витісняють існуючі |

15. Поєднайте етап життєвого циклу підприємства і санаційні заходи. Що найбільш йому притаманні:

- | | |
|---------------------------|--|
| а) зародження | А) ставиться мета захоплення значної частини ринку, тобто максимізація своєї частки на ньому |
| б) прискорення зростання | Б) основна стратегія розвитку – проникнення в глибину ринку |
| в) уповільнення зростання | В) стратегічні зусилля направлені на відстоювання своєї ринкової долі, створення нових продуктів |
| г) зрілість | Г) створення нових продуктів, нових ринків, |

д) спад

перепрофілювання підприємства

Д) зусилля спрямовуються на створення інформованості споживачів про товар, збільшення обсягів реалізації