

4. ОБЩИЙ АУДИТ

4.1. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ РИСКА НЕВОСТРЕБОВАННОСТИ ПРОДУКЦИИ НА СОДЕРЖАНИЕ И РЕЗУЛЬТАТ КОМПЛЕКСНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Егорова С.Е., д.э.н., проф.,
зав. кафедрой бухучета и аудита

Псковский государственный университет

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)

[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)

Комплексная экспертиза хозяйствующего субъекта (аудиторская процедура due diligence) направлена на минимизацию предпринимательских рисков. Важное место в системе предпринимательских рисков занимает риск не востребованности продукции. Рассмотрены подходы к идентификации и способам оценки риска не востребованности продукции. Определены приемы оценки влияния риска на содержание и результат аудиторской процедуры due diligence.

Процессы глобализации способствовали росту активности российских организаций на международных рынках капитала, что в свою очередь вызвало необходимость проведения всесторонней экспертизы деятельности хозяйствующего субъекта с привлечением аудиторов, финансовых аналитиков, юристов, с последующей подготовкой подробного отчета о состоянии предприятия, в т.ч. и об уровне предпринимательских рисков. В мировой практике данная процедура получила название due diligence, и, по оценкам экспертов информационного агентства «Финансовый юрист», в ближайшие пять лет она будет столь же распространена в Российской Федерации, как и за рубежом.

Изначально этот вид услуг был свойственным только банковскому сектору, но в последние годы собственники стали проводить эту процедуру по собственной инициативе, чтобы понять и адекватно оценить уровень инвестиционной привлекательности своих предприятий. К тому же и сами руководители крупнейших аудиторских компаний считают, что знание всего о клиенте является неоценимой информацией для того, чтобы претендовать на звание лидера.

В современных условиях основанием для проведения due diligence являются следующие обстоятельства:

- реструктуризация бизнеса;
- оценка инвестиционной привлекательности организации;
- покупка и продажа ценных бумаг на фондовом рынке;
- оценка деловой репутации;
- участие в уставном капитале других предприятий;
- предоставление займов другим организациям;
- проверка надежности деловых партнеров и другие.

Как правило, due diligence представляет собой согласованную с заказчиком услугу, предоставляемую ему аудиторской организацией, по сбору и анализу информации о потенциальных рисках какой-либо организации, которые оцениваются по данным об имеющемся у нее имуществе и источниках ее формирования, ее финансовых результатах, деловой репутации и позиции на рынке. В ходе такой комплексной процедуры исследуются все аспекты рисков организации, при этом особую роль играет фактор времени (прошлое,

настоящее и будущее исследуемых вопросов), оперативность принятия управленческих решений, основанных на полученных результатах исследований (обратная связь).

В ходе процедуры проводится проверка:

- достоверности финансовой и иной внутренней информации;
- подтверждаются или опровергаются идеи, предусмотренные стратегией развития организации;
- проводится оценка степени реализации этой стратегии;
- проверяется правильность оформления всех документов с точки зрения их соответствия законодательству и внутренним правилам субъекта хозяйствования;
- проверяется правильность и своевременность подачи налоговой и статистической отчетности;
- изучается положение компании на рынке;
- анализируется уровень компетентности руководства для осуществления выбранной стратегии.

С точки зрения целей и методов комплексная экспертиза хозяйствующего субъекта делится на несколько блоков. Изучение возможных вариантов ее проведения в научной и практической литературе, позволило выделить и обосновать следующие основные направления, которые позволяют выявить, идентифицировать и оценить риски:

- финансовый анализ (financial due diligence);
- налоговый анализ организации (tax due diligence);
- анализ юридических аспектов коммерческой деятельности (legal due diligence);
- анализ воздействия на окружающую среду (environmental due diligence);
- анализ положения на рынке (market due diligence) [5, 6, 7].

Проведение финансового анализа направлено на выявление и оценку рисков, связанных с получением доходов от хозяйственной деятельности. В ходе анализа проводится оценка активов, капитала, обязательств, доходов и расходов хозяйствующего субъекта и его системы финансового планирования. Для того чтобы использовать достоверную информацию, такой анализ, как правило, осуществляется одновременно с аудитом бухгалтерской отчетности. Особенно при оценке финансовой устойчивости организации, в том числе реализации принципа непрерывности деятельности предприятия, аудитор активно использует аналитические процедуры, опираясь на причинно-следственные связи в системе экономических показателей, отраженных в отчетности и пояснениях к ней, а также по итогам проведенного аудита. В большинстве случаев не может быть использована типовая методика аудита, а требуется применение приемов и процедур, учитывающих специфику деятельности предприятия, внутренние и внешние факторы, воздействующие на него.

В условиях кризиса существуют свои особенности, которые также имеют немаловажное значение и оказывают влияние на содержание аудиторских процедур, так как многие компании пересматривают свои стратегии, меняют направление деятельности, пытаются повысить эффективность. Здесь речь может идти и об оптимизации портфеля активов, и об избавлении от непрофильных активов, и о перестройке модели управления, схем принятия решений.

Проведение налогового анализа хозяйствующего субъекта направлено на изучение уровня его налоговой нагрузки, основных ее составляющих и определения возможности их оптимизации.

Проведение анализа юридических аспектов хозяйственной деятельности ориентировано на изучение соответствия видов осуществляемой деятельности нормам гражданского и трудового права. Для этого в ходе проверки изучаются устав организации, ее договоры с контрагентами и персоналом. Здесь же разрешается составление и редактирование новых контрактов с учетом будущих планов. Учитывая важную роль экологической составляющей в оценке деятельности хозяйствующего субъекта, проводится анализ рисков, связанных с загрязнением окружающей среды, с одной стороны, и с природоохранными действиями правительства, с другой. Следует заметить, что в последние годы наметилась тенденция к изменению отчетности крупных компаний, в которой наряду с финансовой составляющей также отражаются экологическая и социальная.

Проведению маркетингового анализа способствовало усиление влияния внешней среды на результаты хозяйственной деятельности, которое проявляется в необходимости организации доказывать конкурентные преимущества путем позиционирования на рынке своих продуктов и услуг. Именно постоянное обновление ассортимента продуктов и услуг, способов их доставки потребителям позволяет хозяйствующему субъекту закрепиться на выбранных им рынках, сформировать свои клиентские группы, выделить основных постоянных покупателей. Поэтому маркетинговые затраты стали занимать в общей величине затрат на производство и реализацию продукции существенное место. Маркетинговый анализ направлен на прогнозную оценку влияния изменений рыночной конъюнктуры на объемы продаж организации и ее маркетинговую устойчивость [1, 113]. Из сказанного следует, что в современных условиях основным хозяйственным риском становится риск невостребованной покупателем продукции и услуг [2, 53]. Исходя из уровня этого риска, формируются требования к организации производства, определению допустимого уровня издержек производства и минимального уровня рентабельности отдельных видов продукции и авансированного капитала.

Особенностью всех вышеуказанных процедур комплексной экспертизы хозяйствующего субъекта является то, что все они касаются сделок инвестиционного характера. Этим объясняется необходимость учета альтернативных издержек при оценке организации, которые могут быть рассмотрены с двух позиций: через стоимость привлечения средств для инвестиций и через норму прибыли, которую можно ожидать от аналогичных капитальных вложений. В свою очередь оценка требуемой нормы прибыли должна учитывать хозяйственные риски.

Анализ практики деятельности организаций показывает, что большая часть хозяйственных рисков связана с возможностью (вероятностью) потерь в процессе реализации, возникающей у хозяйствующего субъекта из-за возможного отказа потребителя от его продукции вследствие неблагоприятного воздействия внутренней и внешней среды. Из сказанного следует, что основная часть хозяйственных рисков связана непосредственно с процессами производства и обращения продуктов и услуг, правовыми их моментами, другая же – с текущим состоянием и динамикой развития рыночной ситуации.

Из сказанного следует, что выделение риска невостребованности продукции как самостоятельной экономической категории является естественным этапом развития концепции предпринимательского риска и

объясняется несколькими группами причин. Первая группа вытекает из определения механизма рыночной экономики, важным элементом которого является спрос на продукт. Вторая группа связана с расширением хозяйственной самостоятельности субъектов экономики при недостаточной культуре контрактных отношений. Третья группа причин связана с разрывом связей между деловыми партнерами. Четвертая группа связана с развитием и массовым освоением новых технологий, что создает условия для появления новых конкурирующих предприятий, товаров и услуг, так как облегчает им преодоление конкурентных барьеров.

В свою очередь, выделение риска невостребованности продукции как самостоятельной экономической категории, оказывающей важное влияние на результаты комплексной экспертизы хозяйствующего субъекта, требует решения следующих проблем.

Во-первых, необходима количественная идентификация хозяйственных рисков. Ее сложность определяется тем, что внутренняя информация о хозяйственной деятельности, получаемая из бухгалтерского учета и отчетности, не позволяет оценить уровень риска. В данном случае требуется информация обо всей маркетинговой среде организации [3, 34], а именно: информация о макро- и микросреде, касающаяся характеристики структуры и механизма функционирования рыночной экономики в целом, рыночной ситуации с учетом конкретных особенностей предприятий отрасли, а также условий и обстоятельств, создающих конкретную обстановку или положение на рынке в разрезе следующих основных субъектов:

- потребителей;
- поставщиков;
- посредников;
- конкурентов.

Эти данные формирует статистика. Учитывая сказанное, оценка риска невостребованности продукции является направлением маркетингового анализа и, соответственно, использует его систему показателей.

Может быть использован и другой подход к количественной идентификации хозяйственных рисков, основанный на концепции их смешанного происхождения, т.е. учитывая, что риск бывает систематический (внешний) и индивидуальный (внутренний). Исходя из сказанного, для формирования системы показателей аудита хозяйственных рисков можно использовать две концепции: концепцию добавленной ценности, ориентированную на внешнюю среду организации, и концепцию добавленной стоимости, ориентированную на внутреннюю среду организации. Интегрированное использование этих концепций позволяет провести количественную идентификацию рисков не только по ключевым показателям эффективности, определяемым сбалансированной системой показателей, но и в разрезе бизнес-процессов (рис. 1).

Вторая проблема связана с необходимостью формирования системы методов оценки риска невостребованности продукции. На рис. 2 представлена модель комплексного экономического анализа риска невостребованности продукции, в которой учитываются основные принципы, представленные на рис. 3, и предполагается использование трех классов методов, расположенных по признаку убывания информированности:

- стохастические;
- лингвистические;
- нестохастические (игровые).

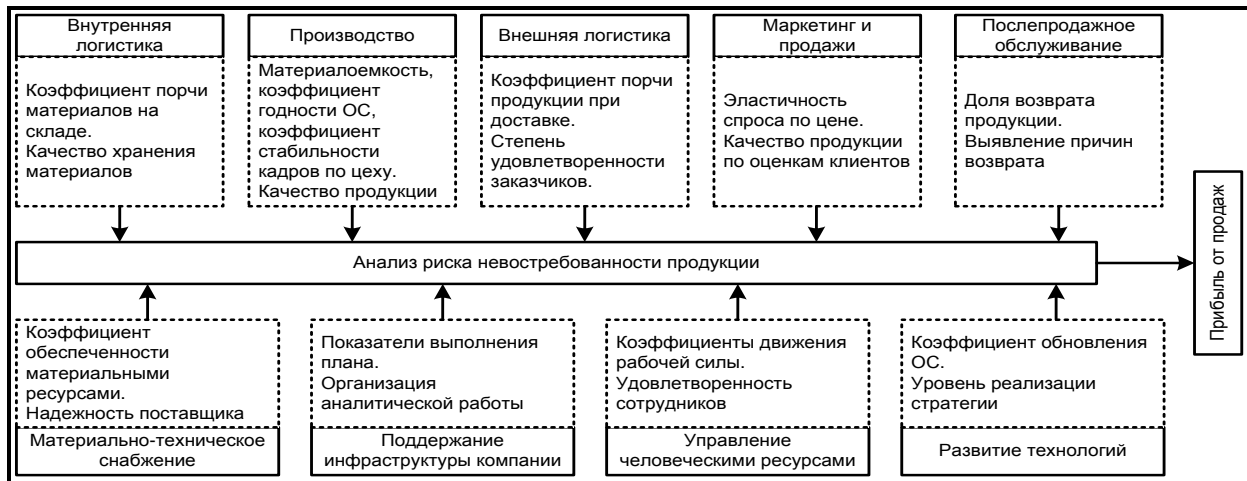


Рис. 1. Система показателей анализа риска не востребоваемости продукции в разрезе бизнес-процессов

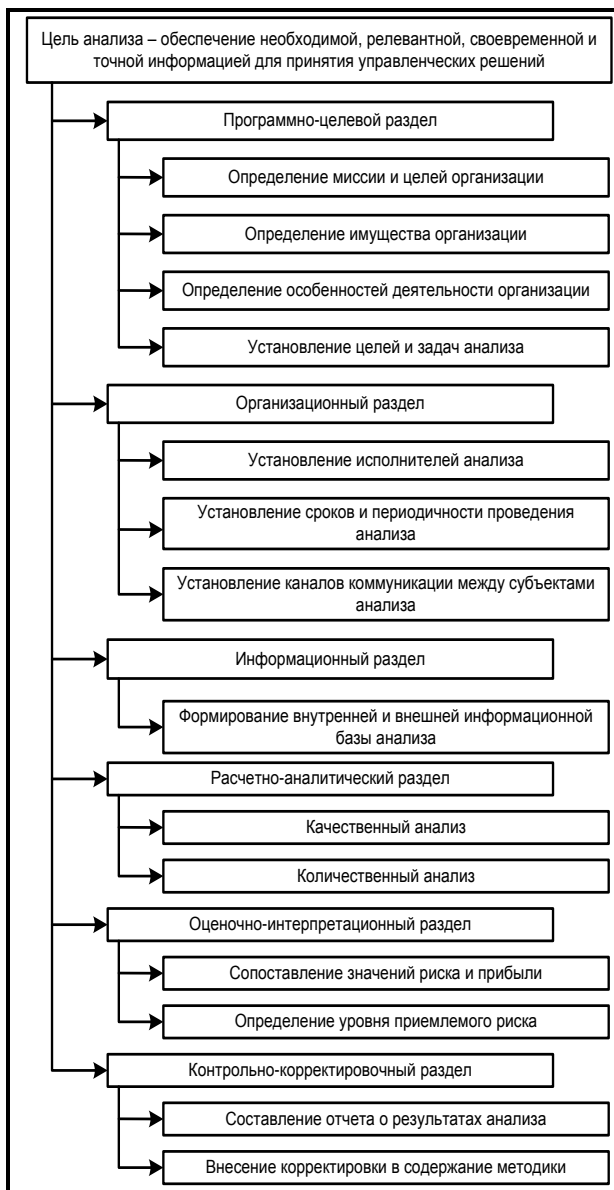


Рис. 2. Модель комплексного экономического анализа риска не востребоваемости продукции

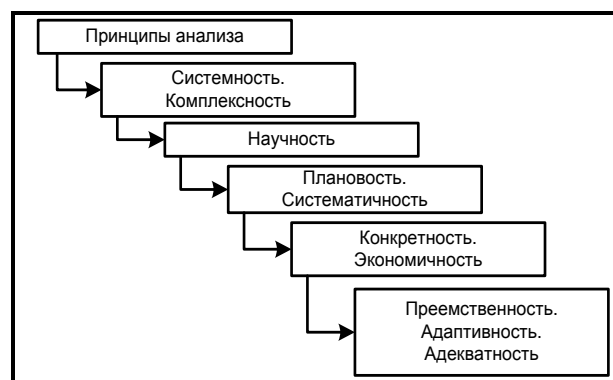


Рис. 3. Система принципов анализа риска

В стохастических методах неопределенность описывается распределением вероятностей на заданном множестве. В данном случае вероятность связывают с возможностью неблагоприятного события, а именно, с возникновением невостребованной продукции.

Другое понятие, используемое в анализе и по своей сути обратное риску, – это шанс. Шанс связывают с вероятностью благоприятного события, т.е., в нашем случае с продажей всего запланированного объема продукции.

С учетом этих понятий величина ожидаемого риска может быть выражена следующим образом:

$$R_{ож} = f(P_n; P_w; U),$$

где

$R_{ож}$ – величина ожидаемого риска;

P_n – реальная вероятность неблагоприятного исхода, т.е. объективное значение риска, получаемое на основе статистических закономерностей;

P_w – реальная вероятность благоприятного исхода, т.е. объективное значение шанса, получаемое на основе статистических значений;

U – оценка общей неблагоприятности ситуации в ходе финансово-хозяйственной деятельности предприятия (спад экономики, изменения в законодательстве, политическая нестабильность и т.п.).

Статистическая оценка риска предусматривает ряд процедур, которые зависят от конкретной ситуации. Прежде всего требуется качественное описание ис-

ходной ситуации, в основе которого лежат следующие положения:

- анализируемая деятельность имеет стохастический характер, т.е. результат каждого конкретного события включает в себя случайную составляющую;
- риск и шанс образуют полную группу событий;
- объективное значение риска оценивается вероятностью возникновения неблагоприятной ситуации в ходе реализации события, причем природа неопределенности остается неизменной от события к событию (в случае изменения природы неопределенности меняется характер риска);
- при оценке риска в зависимости от характера деятельности используют дополнительные инструменты, например, аппарат теории полезности, позволяющий учитывать различные аспекты оцениваемых событий;
- получаемые результаты от случайной составляющей подчиняются общим правилам математической статистики.

Основным из ключевых понятий с точки зрения математической системы оценки риска является в данном случае среднее значение, т.е. средневзвешенная оценка всех возможных результатов с учетом соответствующих вероятностей. Оно подсчитывается по формуле математического ожидания:

$$\bar{R} = \sum R_i * P_i,$$

где \bar{R} – математическое ожидание;

R_i – возможный результат;

P_i – вероятность возможного результата.

Для оценки риска невострребованности продукции используют следующие нижеперечисленные инструменты.

1. Стандартное отклонение, которое определяет разброс, т.е. возможное отклонение как в лучшую, так и в худшую сторону ожидаемого значения рассчитываемого показателя от его среднего значения. Чем больше величина стандартного отклонения, тем больше разброс возможного результата, и, следовательно, выше риск. Величина стандартного отклонения рассчитывается по формуле:

$$\sigma = \sqrt{D},$$

где D – дисперсия, которая определяется по следующей формуле:

$$D = \sum (R_i - \bar{R})^2 * P_i.$$

2. Коэффициент вариации, который дает характеристику размера риска на единицу среднего значения ожидаемого результата и рассчитывается по формуле:

$$K_v = \frac{\sigma}{\bar{R}}.$$

Преимуществом использования стохастических моделей для количественной оценки риска невострребованности продукции является несложность математических расчетов, а явным недостатком – необходимость большого количества исходных данных (чем больше массив, тем достовернее оценка риска). Кроме того, следует отметить, что хотя дисперсия и сигнализирует о наличии риска, она при этом скрывает направление отклонения от ожидаемого значения (так как в формуле стоит квадрат разности), а предпринимателю важен знак (плюс или минус) этого отклонения.

Также встречаются ситуации, когда неопределенность принципиально не может быть описана стохастической моделью. В этом случае никакое накопление информации не обеспечит построения функции распределения вероятностей. Основными причинами, которые ограничивают применимость стохастических методов, являются:

- неустойчивость статистических характеристик зависимостей;
- присутствие значимой субъективной компоненты;
- возможность, как правило, дополнить внешнюю статистическую информацию о значениях моделируемых показателей внутренней качественной информацией;
- отсутствие преемственности в моделировании, характерной для моделирования макрообъектов, крайняя малочисленность или отсутствие публикаций о ходе и результатах моделирования данного процесса на аналогичных микрообъектах.

В лингвистических моделях риск невострребованности продукции описывается функцией принадлежности, задаваемой вербально. Для построения функции принадлежности используются экспертные суждения о степени предрасположенности того или иного потенциально возможного события к тому, чтобы быть реализованным. При этом применяется аппарат нечеткой логики, где не требуется уверенности в повторяемости событий.

Для выявления факторов риска невострребованности продукции может быть рекомендована следующая последовательность действий:

- формируется экспертная группа анализа и оценки риска;
- экспертам предлагается базовый список факторов риска, релевантных условиям работы предприятия;
- каждый из экспертов выбирает из базового списка факторов те, которые, по его мнению, необходимо учитывать при оценке риска невострребованности продукции;
- аналитическая группа собирает мнения экспертов и составляет предварительный список факторов риска, наиболее характерных для предприятия;
- аналитическая группа устанавливает порог включения фактора в состав профиля риска (например, минимальное число экспертов, высказавшихся за включение данного фактора в состав профиля риска);
- каждый из экспертов высказывается за или против включения того или иного фактора в состав профиля риска;
- аналитическая группа на основании полученной от экспертов информации и с учетом пороговых значений формирует итоговый перечень частных факторов риска невострребованности продукции.

Методика оценки величины риска основывается на использовании таких известных методов и процедур формирования оценочных систем, какими являются экспертно-аналитический, мозговой штурм, метод аналогий.

Экспертно-аналитический метод основан на использовании индивидуальных мнений специалистов-экспертов и специальных содержательно-аналитических процедур обработки экспертных суждений. Метод мозгового штурма основан на специально организованных процедурах коллективной экспертной генерации списка факторов риска и последующей статистической обработки результатов коллективной работы экспертов. Метод аналогий основан на формировании списка факторов риска самими работниками предприятия, опрашиваемыми консультантами-специалистами предприятия, и проведении экспертиз.

Заметим, что для корректного применения данных методов должна быть сформирована оценочная система. В ходе формирования оценочной системы должны быть определены шкалы, характеризующие интенсивность частного фактора риска или потенциальный размер ущерба, являющегося следствием проявления данного фактора риска.

Переходу от стохастических моделей к лингвистическим соответствует убывание информации о рыночной ситуации. В конечном итоге рост дефицита информации приводит к необходимости использования для оценки риска невострребованности продукции игровых моделей. Основными критериями для принятия реше-

ний в этом случае являются критерии Вальда, Сэвиджа и Гурвица.

- С позиций критерия Вальда – критерия крайнего пессимизма – из всех самых неудачных результатов выбирается лучший.
- С позиций пессимистического критерия Сэвиджа – минимального риска – выбирается минимально возможный из самых крупных рисков.
- С позиций критерия пессимизма – оптимизма Гурвица при выборе решения рекомендуется руководствоваться некоторым средним результатом, характеризующим состояние между крайним пессимизмом и безудержным оптимизмом.

В формуле критерия Гурвица в зависимости от степени уверенности в правильности выбора устанавливается значение коэффициента α от нуля до единицы. При $\alpha = 0$ критерий Гурвица превращается в критерий крайнего оптимизма, при $\alpha = 1$ критерий Гурвица трансформируется в критерий Вальда.

Количественная оценка внутренних факторов риска невостробованности продукции проводится с использованием методов факторного анализа, основываясь на классификации показателей, предложенных Н.Д. Ильенковой [4, 78].

Третья проблема, связанная с аудитом хозяйственных рисков, заключается в выборе интегрального показателя уровня риска, который учитывал бы внутренние и внешние характеристики деятельности хозяйствующего субъекта. Для этого в качестве базового показателя, на основе которого будет оцениваться

уровень риска можно использовать уровень запаса финансовой прочности. Это объясняется следующими обстоятельствами.

- Во-первых, данный показатель формируется, исходя из параметров процесса реализации, важнейшим из которых является выручка от продаж. В свою очередь она зависит от спроса и цен, сложившихся на рынке.
- Во-вторых, при расчете уровня запаса финансовой прочности используются затраты на производство и реализацию продукции, которые определяются условиями производства, т.е. учитываются внутренние характеристики хозяйственной деятельности.

Комплексная экспертиза хозяйствующего субъекта, ориентированная на учет риска невостробованности продукции, изменится для двух основных блоков – финансового анализа и маркетингового анализа (рис. 4). В части финансового анализа проводятся корректировки в расчете коэффициентов ликвидности с учетом анализа состояния запасов готовой продукции на складе и качества дебиторской задолженности покупателей.

Что касается маркетингового анализа, то в данном случае выявление и оценка уровня риска невостробованности продукции проводится в результате анализа как внешней, так и внутренней среды, что позволяет определить профиль риска. В свою очередь на основе этого профиля формируется производственная программа таким образом, чтобы влияние риска невостробованности продукции было минимальным.

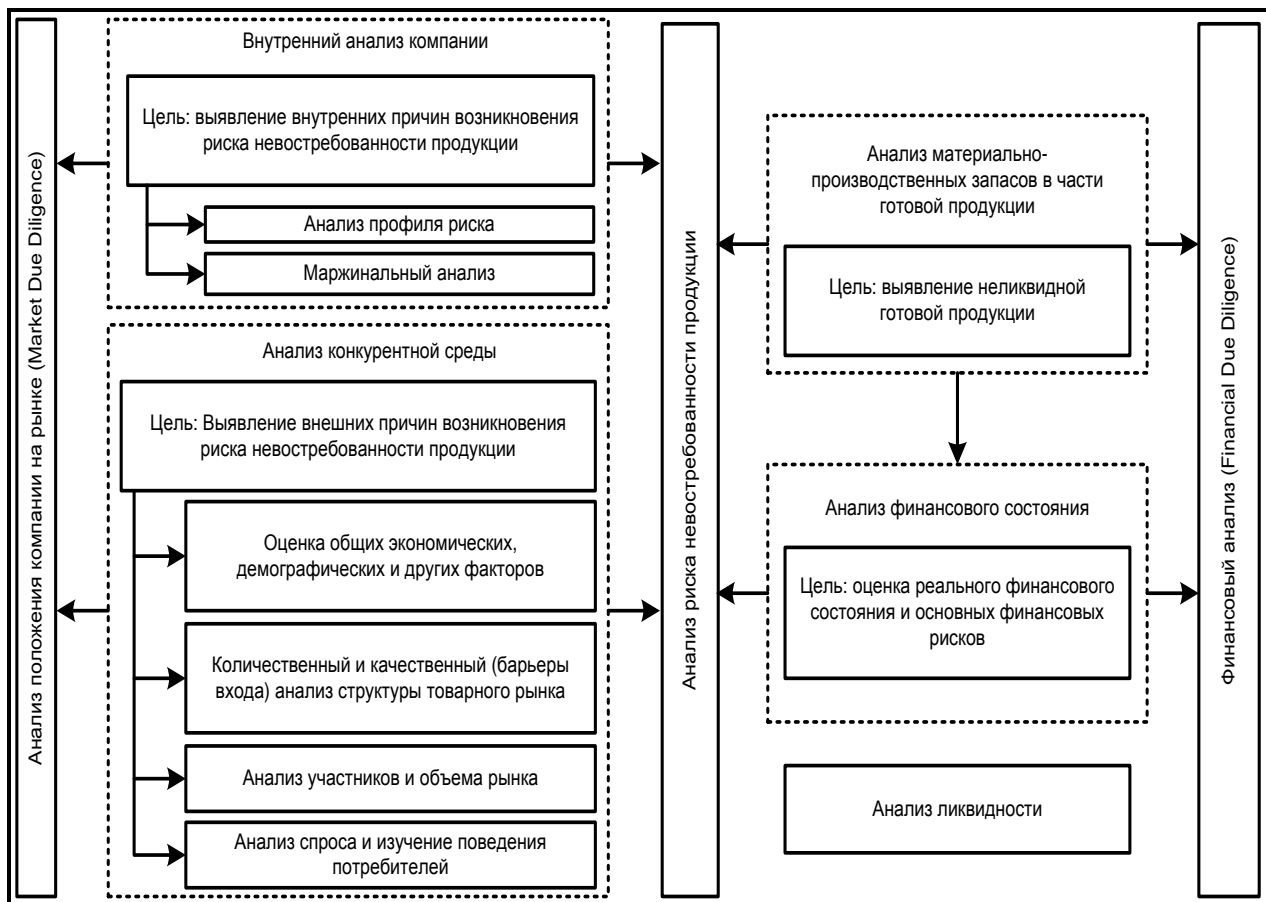


Рис. 4. Модель комплексной экспертизы хозяйствующего субъекта, ориентированная на учет риска невостробованности продукции

Литература

1. Егорова С.Е. Анализ эффективности и аудит маркетинговой деятельности [Текст] / С.Е. Егорова, О.А. Волкова // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – №1. – С. 112-121.
2. Егорова С.Е. Анализ риска не востребованности продукции [Текст] / С.Е. Егорова // Экономический анализ. – 2006. – №17. – С. 51-59.
3. Егорова С.Е. Информационное обеспечение маркетингового анализа [Текст] / С.Е. Егорова // Управленческий учет. – 2012. – №8. – С. 33-38.
4. Ильенкова Н.Д. Спрос: анализ и управление [Текст] : учеб. пособие / под ред. И.К. Беляевского. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 160 с.
5. Howson P. Due diligence: the critical stage in mergers and acquisitions. 2003. URL: <http://www.moscowbooks.ru/ebooks>.
6. McDonald M., Smith B., Ward K. Marketing due diligence. Reconnecting strategy to share price. 2007. URL: <http://www.moscowbooks.ru/ebooks>.
7. Rankine D. Due diligence: definitive steps to successful business. 2003. URL: <http://www.moscowbooks.ru/ebooks>.

Ключевые слова

Комплексная экспертиза хозяйствующего субъекта; анализ риска не востребованности продукции; финансовый анализ; налоговый анализ организации; анализ юридических аспектов коммерческой деятельности; анализ воздействия на окружающую среду; анализ положения на рынке.

Егорова Светлана Евгеньевна

РЕЦЕНЗИЯ

Статья Егоровой С.Е. посвящена вопросам развития риск-ориентированного контроля, направленного на снижение риска ухудшения финансового состояния организации. В качестве важного предпринимательского риска автор справедливо выделяет риск не востребованности продукции, что вызывает сразу несколько негативных последствий – снижение выручки, недостаток оборотного капитала и неоправданные затраты по обслуживанию готовой продукции. Это определяет актуальность темы статьи.

В статье отмечено, что анализ и контроль над реальным спросом и востребованностью продукции (работ, услуг) является решающим условием устойчивого финансового состояния организации, так как определяет выручку – основной доход организации, на базе которого определяются все другие ключевые показатели эффективности деятельности экономического субъекта.

Выручка и финансовые показатели являются объектом внутреннего контроля и внешнего аудита. Однако в современных условиях для организации результативного контроля необходима не только проверка финансовой отчетности организации, но и проверка хозяйственных договоров с партнерами, соблюдение трудового законодательства и многих других вопросов. Поэтому все чаще организации, особенно крупные, не ограничиваются проведением аудита, а проводят комплексную экономическую экспертизу, привлекая юристов, социологов, конструкторов, инженеров. Такие комплексные услуги в мировой практике получили название due diligence.

Другим важным отличием современного подхода к контролю за реализацией продукции и динамикой выручки становится его стратегическая направленность, так как важно составить прогнозную информацию, предопределяющую возможные изменения. Такой подход полностью соответствует риск-менеджменту организации.

В статье предложена модель контроля и оценки риска не востребованности продукции, как содержание due diligence, определены основные этапы анализа и оценки положения организации на рынке, обоснована целесообразность использования стохастических и лингвистических моделей риска не востребованности продукции и подчеркнута значимость стратегической направленности анализа не востребованности, что обеспечит превентивность контроля и возможность проведения мер по снижению риска.

Отмеченное позволяет сделать вывод об актуальности темы статьи, практической значимости рекомендаций и целесообразности ее публикации.

Мельник М.В., д.э.н., проф. кафедры «Аудит и контроль» Финансового университета, заслуженный деятель науки РФ

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)