

Максімова В.Ф., Федорова Я.Б.

Аудиторські послуги у призмі управління компаніями

Призначення аудиту страхових компаній втілюється у виконанні завдань з незалежної перевірки бухгалтерської фінансової звітності, спрямованої на захист інтересів власників й застрахованих осіб, оцінці професіоналізму менеджерів страхової компанії, наданню керівництву інформації, необхідної для прийняття рішень, та здійсненні контролю за розгалуженою структурою страхової компанії, що забезпечує ефективне управління як у головному офісі, так і у відокремлених підрозділах.

Законодавчим підґрунтям проведення аудиту страхових компаній виступають: по-перше, Закон України „Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”, згідно з яким страхові компанії, так само як і банки, довірчі товариства, валютні та фондові біржі, інвестиційні компанії, зобов'язані не пізніше першого червня наступного за звітним періодом року оприлюднювати річну фінансову звітність шляхом публікації в періодичних виданнях або розповсюдження у вигляді окремих друкованих видань. По-друге, страхова компанія як фінансова установа є об'єктом обов'язкового аудиту відповідно до вимог Закону України „Про аудиторську діяльність”. По-третє, стаття 34 Закону України “Про страхування” зобов'язує страхові компанії оприлюднювати публічну бухгалтерську звітність, підтверджену аудитором (аудиторською фірмою) за формою і в порядку, встановленими уповноваженим органом.

Крім законодавчих вимог, об'єктивні умови ринкової економіки спонукають страхові компанії надавати інформацію щодо системи звітності своїм партнерам, постійним і потенційним клієнтам для того, щоб переконати їх у своїй фінансовій надійності та прозорості. Проте страхова компанія не має права це зробити без підтвердження фінансової звітності аудитором. Отже, одним із факторів привабливості страхової компанії для потенційних клієнтів та інвесторів

і задоволення їх інформаційних потреб є оприлюднення фінансової звітності, яка, попередньо, має бути підтверджена незалежним експертом-аудитором.

Користувачі інформації аудиту страхових компаній – це фізичні та юридичні особи, яким необхідна впевненість у повноті і достовірності даних про фінансовий стан страхової компанії. Оскільки такі користувачі часто не мають доступу до джерел інформації або не володіють спеціальними знаннями для її оцінки, виникає потреба у залученні фахівців, здатних зробити об'єктивний висновок на підставі незалежного аудиту діяльності страхової організації.

Ефективне задоволення запитів користувачів інформації аудиту потребує удосконалення їх класифікації. Загальноприйнятою є класифікація за критерієм причетності до підприємства:

- внутрішні користувачі (власники, управлінці, співробітники);
- зовнішні користувачі (податкові органи, партнери з господарських зв'язків, кредитори, інвестори, тощо) [1, с.12].

В сучасних умовах функціонування ринку страхових послуг така класифікація є недостатньою, оскільки не охоплює всього кола існуючих користувачів аудиторської інформації, зокрема тих, хто потенційно в ній зацікавлені (стратегічні інвестори, акціонери, партнери з господарських зв'язків, клієнти), а отже не виступає фактором задоволення їх інформаційних запитів.

Розглянемо більш детально користувачів інформації, що надається аудиторами, та характер інформації, що їх цікавить.

Користувачі з прямим інтересом мають пряму, безпосередню зацікавленість у результатах фінансово-господарської діяльності страхової компанії, її стійкому фінансовому стані, оскільки від цього залежать їх доходи і фінансове становище. Результати аудиту забезпечують цих користувачів інформацією, що стосується таких основних питань:

- якість управління страховою компанією цікавить її засновників, акціонерів, інвесторів, адміністрацію і персонал, перестраховиків, державні наглядові органи в сфері страхування (Комітет у справах нагляду за страховою діяльністю, Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Державна

комісія з регулювання ринків фінансових послуг, статистичні управління);

- правомірність діяльності страхової компанії та її відповідність чинному законодавству становить інтерес для багатьох користувачів інформації, а саме власників, акціонерів, адміністрації (менеджерів), іншого персоналу, страхувальників (клієнтів), партнерів з господарських зв'язків;

- здатність страхової компанії своєчасно виконувати свої зобов'язання становить інтерес для страхувальників, страхових посередників, перестраховиків, державних наглядових органів в сфері страхування, постачальників, кредиторів, позикодавців, податкових органів;

- рівень прибутковості діяльності страхової компанії є важливим для її засновників, акціонерів, інвесторів, адміністрації і персоналу;

- участь в капіталі страхової компанії, розподіл прибутку та дивідендна політика важливі в першу чергу для засновників, акціонерів, інвесторів, менеджерів;

- придбання, продаж та володіння цінними паперами страхової компанії – ця інформація цікавить засновників, акціонерів, інвесторів, державні органи нагляду;

- забезпеченість зобов'язань страхової компанії (платоспроможність, фінансова стійкість) важлива для страхувальників, партнерів по господарських зв'язках (страхових посередників, перестраховиків, постачальників, кредиторів), позикодавців, державних наглядових органів;

- організація бізнес-процесів, регулювання діяльності страхової компанії, формування ресурсного потенціалу (страхових резервів та інших активів) стосується адміністрації, засновників, акціонерів, державних наглядових органів.

Крім користувачів з прямим інтересом, інформація про діяльність страхової компанії та її оцінку аудитором потрібна також для користувачів, чий інтерес є опосередкованим, непрямим. Вони не є безпосередньо зацікавленими в діяльності страхової компанії, але можуть представляти та захищати інтереси користувачів першого порядку. До них належать громадські об'єднання страховиків, страхові посередники, спілки, асоціації, страхові бюро,

консультативні та рейтингові агенції, юристи, науковці, засоби масової інформації, широка громадськість тощо.

В сучасних умовах функціонування ринку страхових послуг зростає конкурентна боротьба за нових клієнтів за такими напрямками страхової діяльності, як автострахування, страхування туристів та осіб, що виїжджають за кордон, страхування майна підприємств і військового майна, страхування вантажів, страхування будівельно-монтажних ризиків тощо. Крім того, страхові компанії, як і будь-які суб'єкти господарювання, зацікавлені в залученні додаткових фінансових ресурсів (інвестицій) для розвитку своєї діяльності.

Отже, в умовах конкуренції на ринку страхових послуг і ринку фінансових ресурсів управлінському апарату страхових компаній, окрім задоволення інформаційних потреб вищенаведених користувачів, необхідно також враховувати запити потенційних й стратегічних користувачів фінансової інформації та види рішень, що приймаються ними по відношенню до страхових компаній.

Розглянемо підстави для виділення таких груп користувачів аудиторської інформації, який саме характер інформації їх цікавить.

В економічному енциклопедичному словнику за ред. С.В. Мочерного представлено таке визначення: “потенціал – наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети [2, с.142]”. Потенційні можливості визначаються як “передбачувані можливості підприємства, фірми, компанії здійснювати і нарощувати у майбутньому прибуткове виробництво товарів і послуг [2, с. 143]”.

Стосовно страхових компаній, джерелом реалізації потенційних можливостей виступають потенційні клієнти, акціонери, інвестори, партнери по господарських зв'язках, на даний момент не охоплені діяльністю страхової компанії, але з якими можливо в майбутньому здійснювати прибуткову співпрацю.

В умовах ринкової економіки та законодавчих вимог страхові компанії не можуть довго утримувати низькі тарифи з метою залучення потенційних клієнтів,

адже необхідно формувати страховий фонд у повному обсязі. Переваги умов страхування у певної страхової компанії клієнт може визначити самостійно, якщо уважно вивчить договір та правила страхування, або звернувшись до страхових консультантів. Сервіс та якість роботи страховика часто очевидні, а при необхідності їх перевіряють на практиці при звичайному зверненні клієнтів до страхової організації. В той же час надійність страхової компанії завжди викликає інтерес потенційних, тобто можливих клієнтів, які тільки зважують рішення про її вибір.

Відомий американський фахівець в галузі теорії і практики аудиту проф. Дж. Робертсон підкреслює, що аудит – це діяльність, спрямована на зменшення підприємницького ризику [3], тобто аудит сприяє зменшенню до прийняттого рівня інформаційного ризику для користувачів фінансових звітів.

З вищенаведеного можна зробити висновок, що саме дані аудиторського висновку про результати проведеної перевірки можуть допомогти потенційним користувачам інформації дізнатись про надійність страхової компанії, заохотити до прийняття рішення щодо страхування, партнерських відносин або співробітництва.

В економічному енциклопедичному словнику за ред. С.В. Мочерного представлено таке визначення стратегії – “довготермінова політика та заходи щодо її конкретизації в окремих сферах науково-технічного розвитку окремих суб’єктів підприємницької діяльності на макроекономічному та мікроекономічному рівнях [2, с.372]”. В зв’язку з цим, під стратегічними користувачами аудиторської інформації доцільно розуміти можливих акціонерів, інвесторів, клієнтів, партнерів по господарських зв’язках, на яких страхова компанія орієнтується в довгостроковому періоді функціонування та розвитку.

Страхові компанії, окрім задоволення інформаційних потреб вже існуючих користувачів, прагнуть враховувати запити стратегічних користувачів фінансової інформації, потреби яких не обмежуються лише даними фінансової звітності, підтвердженої аудитором. Це зумовлено тим, що стратегічні користувачі інформації ще не співпрацюють зі страховою компанією, а лише знаходяться в

процесі прийняття такого рішення, а для цього їм необхідна прогнозна інформація щодо перспективного фінансового стану страхової компанії. Стратегічні користувачі також зацікавлені в результатах оцінки стратегії розвитку страхових компаній, що враховує фактори внутрішнього і зовнішнього середовища та передбачає визначення сильних і слабких сторін страхової компанії, її зовнішніх можливостей і загроз, обґрунтування стратегії надання страхових послуг (гнучкі тарифи, вигідні умови страхування, якісний сервіс, розширення видів страхових послуг і напрямків страхової діяльності і т.п.), тощо.

З метою задоволення різностороннього спектру потреб споживачів інформації аудиту та організації аудиторських перевірок належного спрямування запропоновано доповнити класифікацію користувачів аудиторської інформації їх поділом за критерієм повноти охоплення діяльністю страхової компанії у розрізі таких трьох груп: наявні, тобто вже існуючі користувачі; потенційні користувачі; стратегічні користувачі (рис. 1).

Інформаційною базою для задоволення запитів користувачів є фінансові звіти компаній страхового бізнесу. Проте, в сучасних умовах роботи на ринку страхових послуг стратегічні користувачі потребують економіко-аналітичну інформацію більш широкого спектру, зокрема, щодо перспективного фінансового стану страхових компаній.



Рис.1. Класифікація користувачів інформації аудиту за критерієм повноти охоплення страховою компанією

Запропонована класифікація виступає основою вивчення аудиторами потреб користувачів у фінансовій інформації про діяльність страхових компаній та орієнтиром при наданні відповідних аудиторських послуг, що втілюється у вигляді розробленої матриці запитів користувачів аудиторської інформації (табл.1). Можна зробити висновок, що різні групи користувачів зацікавлені в інформації різного типу щодо діяльності страхових організацій, яку надають результати аудиту й відповідних аудиторських послуг.

Згідно з представленою матрицею, тобто на основі інтересів користувачів інформації, формується типологія аудиторських завдань, спрямована на зменшення інформаційного ризику до прийняттого рівня для користувачів аудиторської інформації.

Таблиця 1

Матриця потреб користувачів аудиторської інформації про діяльність страхових компаній

| 1 | Характер інформації, що цікавить користувачів Користувачі інформації аудиту | Законність і правомірність | Поточний фінансовий стан | | Розподіл прибутку та дивідендна політика | Формування ресурсного потенціалу | Фінансово-інвестиційна стратегія | Перспективний фінансовий стан (фінансові результати, фінансова стійкість та платоспроможність) |
|--|--|----------------------------|--------------------------|--|--|----------------------------------|----------------------------------|--|
| | | | Фінансові результати | Фінансова стійкість та платоспроможність | | | | |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| Наявні користувачі інформації аудиту | | | | | | | | |
| 1 | Власники та акціонери | + | + | + | + | + | + | + |
| 2 | Менеджери (адміністрація) | + | + | + | + | + | + | + |
| 3 | Інший персонал | + | + | + | + | - | - | + |
| 4 | Інвестори | + | + | + | + | + | + | + |
| 5 | Партнери з господарських зв'язків | + | - | + | - | - | - | + |
| 6 | Страховальники (клієнти) | + | - | + | - | - | - | + |
| 7 | Позикодавці | + | + | + | - | - | - | + |
| 8 | Податкові служби | + | + | - | - | - | - | - |
| 9 | Державні наглядові установи | + | + | + | - | - | - | - |
| 10 | Громадські об'єднання | + | - | + | - | - | - | - |
| 11 | Консультативні та рейтингові агенції | + | + | + | + | - | + | + |
| Потенційні користувачі інформації | | | | | | | | |
| 12 | Потенційні власники та акціонери | + | + | + | + | + | + | + |
| 13 | Потенційні інвестори | + | + | + | + | + | + | + |
| 14 | Потенційні страховальники | + | - | + | - | - | - | - |
| 15 | Потенційні партнери з господарських зв'язків | + | - | + | - | - | - | - |
| Стратегічні користувачі інформації аудиту | | | | | | | | |
| 12 | Стратегічні власники та акціонери | + | + | + | + | + | + | + |
| 13 | Стратегічні інвестори | + | + | + | + | + | + | + |
| 14 | Стратегічні страховальники | + | - | + | - | - | - | + |
| 15 | Стратегічні партнери з господарських зв'язків | + | - | + | - | - | - | + |

Висновки

1. Задоволення різносторонніх інформаційних запитів користувачів потребує проведення аудиту й аудиторських послуг, результати яких дадуть змогу не лише існуючим, але й потенційним та стратегічним клієнтам, інвесторам, акціонерам, партнерам з господарських зв'язків страхових компаній дізнатись про поточний та перспективний фінансовий стан страхової компанії, рівень її надійності, подальший розвиток на ринку страхування, будуть корисними при прийнятті зважених управлінських рішень багатьма суб'єктами господарювання.

2. Запропоновано доповнити класифікацію користувачів інформації аудиту за критерієм повноти їх охоплення діяльністю страхової компанії, що забезпечить достатній рівень деталізації та вивчення аудиторами інформаційних потреб споживачів з метою організації аудиторських перевірок належного спрямування з доцільним методичним забезпеченням;

2. Врахування запитів стратегічних користувачів інформації при формуванні аудиторського звіту та висновку сприятиме зростанню інвестиційної та клієнтської привабливості страхових компаній, забезпеченню їх інформацією для прийняття управлінських рішень оперативного та стратегічного характеру.

Використана література

1. Усач Б.Ф. Аудит: [навч. посіб.] / Б.Ф. Усач. – К.: Знання-Прес, 2002. – 223с.
2. Економічний енциклопедичний словник / [С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устенко, С.І. Юрій]; за ред. С.В. Мочерного. – У 2 т. Т.2. – Львів: Світ, 2006. – 568 с.
3. Робертсон Дж. Аудит / Дж. Робертсон; пер. с англ. – М.: KPMG Аудиторская фирма “Контракт”, 1993. – 496с.