

Бондаренко Костянтин Сергійович,
аспірант кафедри фінансового аналізу та аудиту
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ АУДИТУ В НАПРЯМІ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

В Україні збільшується кількість компаній, що повинні проходити обов'язковий зовнішній аудит фінансової звітності. Основним чинником є прийняття закону «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень» №2153-VIII від 5 жовтня 2017 року [1], що ввів критерії великих компаній.

З іншої сторони- існує загальновідомий факт, що кількість інформації, щорічно збільшується [2] і компанії починають продукувати великі масиви даних, або іншими словами big data. У зв'язку з цим питання ефективного аудиту компаній-продуцентів big data слід вважати нагальним для сьогодення.

Принципово важливо, що під ефективністю аудиту розуміється як фінансовий, так і нефінансовий аудит (консалтингові послуги в сфері аудиту контролей, ІТ-аудит тощо), що виконується у відповідності до міжнародних та місцевих стандартів аудиту, за доцільний проміжок часу та з нормальним навантаженням на персонал аудиторської фірми.

Незважаючи на законодавчі вимоги щодо критеріїв компаній, що повинні проходити обов'язковий аудит фінансової звітності, існує практика добровільного (ініціативного) аудиту. Проведення добровільного аудиту є нерегламентованим, з точки зору місцевого законодавства, але такі послуги надаються компаніям, що мають вимоги до подачі фінансової звітності з аудиторським висновком місцевим та міжнародним кредиторам: інвестиційні фонди, банки, біржам; материнським компаніям, акціонерам, тощо.

Таким чином, щорічно кількість компаній, що замовляють послуги аудиту збільшується та кількість інформації, що продукують замовники таких послуг збільшується. Це породжує проблему для аудиторських компаній. З позитивної сторони – це збільшення виручки, за рахунок росту ринку, з негативної сторони – це призводить до проблеми вирішення стратегічних внутрішніх питань:

- Як задовольнити потреби ринку.
- Як утримати чи збільшити долю на ринку послуг своєї галузі.
- Як максимізувати дохід.

Для того, щоб відповісти на ці принципові питання, топ-менеджмент компанії вирішує у який спосіб компанія буде розвиватись: екстенсивним шляхом через залучення більшої кількості персоналу, інтенсивним – переведення методології до digital-аудиту чи змішаним шляхом. Екстенсивний шлях розвитку згідно наукової теорії має свої границі та не зможе задовольняти потреби компанії весь час. Виключно інтенсивний шлях займає суттєвий проміжок часу, оскільки треба адаптувати внутрішню методологію фінансового аудиту до потреб роботи з big

data, при цьому задовольняючи вимоги Міжнародних стандартів аудиту, та провести навчання персоналу.

Як і інтенсивний, так і змішаний шляхи вимагають перехід до digital-аудиту. У системі розвитку надання аудиторських послуг digital-аудит є еволюційним продовженням традиційного аудиту. З початку розвитку аудиторської практики нормальним положенням речей було переглядати паперові документи, звіти та рахувати на калькуляторі, з розвитком комп'ютерних технологій та програмного забезпечення виконання процедур перемістилось у MS Office (Excel, Word тощо), але згадана проблема збільшення кількості інформації потребує відходу від MS Office до іншого програмного забезпечення, що буде підтримувати роботу з big data та змінювати підхід до проведення процедур. Саме зміна підходів і є необхідністю впровадження digital-аудиту з big data.

Перехід до digital-аудиту вже розпочався у компаніях Великої четвірки (EY, PwC, Deloitte., KPMG). Так, наприклад, EY застосовує макросні надбудови в MS Excel – EY Helix [3], що допомагають обробляти облікову інформацію. Але зважаючи, що за основу взято теж саме забезпечення, це є полу мірою, що вказує на тимчасовість рішення доки йде пошук необхідного програмного забезпечення. Саме вибір вже існуючих технологій обробки big data чи розробка ексклюзивних програм під потреби конкретної компанії є задачею топ-менеджменту у перехідному періоді.

Таким чином, розглянувши поточну ситуацію на ринку аудиторських послуг, проблеми, з якими починають працювати аудиторські компанії та необхідність впровадження digital-аудиту, щоб підтримувати ефективність надання аудиторських послуг, потребують наукового дослідження в різних аспектах: визначення критеріїв та компаній-продуцентів big data, напрямів трансформації аудиторських процедур для потреб digital-аудиту з big data, методичних імперативів digital-аудиту, методологію оцінки якості digital-аудиту компанії-продуцентів big data тощо.

Отже, окреслені вище проблеми спричинили еволюційний перехід до digital-аудиту компаній-продуцентів big data, та вказує на актуальність та значний практичний потенціал досліджень в даному напрямі.

Список використаних джерел

1. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень : Закон України від 05.10.2017 № 2164-VIII Урядовий кур'єр 2017 9 листопада.

2. Reinsel D., Gantz J., Rydning J., *The digitization of the World from Edge to Core Data Age 2025*: веб-сайт. URL:<https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf> (дата звернення 29.11.2020).

3. EY UK Audit Quality Report November 2020 веб-сайт. URL:https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_uk/about-us/transparency-report-2020/ey-uk-2020-audit-quality-report1.pdf (дата звернення 29.11.2020).