С.В. КАЛЕДИН

Организация международного аудита

Учебное пособие

Сергей Каледин

Организация международного аудита

«Автор»
2026

Каледин С.

Организация международного аудита / С. Каледин — «Автор», 2026

Вниманию читателя представлен методический материал (лекции) для специальности «Экономика и финансы» дисциплины «Международные стандарты аудита». Предложенная информация, несомненно, поможет преподавателю качественно изложить заявленную тему, а на семинарских занятиях и контрольных мероприятиях проверять и оценивать остаточные знания у аудитории по изученному предмету, проводить аттестацию; для слушателей и студентов – закрепить освоенный материал, подготовиться к тестовым испытаниям, промежуточным и итоговым мероприятиям. Работа будет интересна профессорско-преподавательскому составу высших учебных заведений, студентам, специалистам, широкому кругу читателей.

© Каледин С., 2026
© Автор, 2026

Содержание

1. Планирование аудиторской проверки 6
1.1. Выбор клиента 6
1.2. Письменное соглашение и назначение сотрудников 7
1.3. Ознакомление с бизнесом клиента 8
Конец ознакомительного фрагмента. 9

Сергей Каледин
Организация международного аудита

План

1. Планирование аудиторской проверки
1.1. Выбор клиента
1.2. Письменное соглашение и назначение сотрудников
1.3. Ознакомление с бизнесом клиента
2. Предварительный аналитический обзор
2.1. Источники финансовых и нефинансовых показателей для проведения аналитического обзора, аналитические процедуры
2.2. Определение объектов, требующих особого внимания аудиторов при проверке
2.3. Организация предварительного аналитического обзора
2.4. Требования к аналитическим процедурам
3. Оценка риска неэффективности аудиторской проверки
3.1. Риск неэффективности системы учета клиента
3.2. Риск неэффективности внутреннего контроля
3.3. Риск невыявления ошибок клиента аудитором
3.4. Риск неэффективности аудиторской проверки
Контрольные вопросы

1. Планирование аудиторской проверки

1.1. Выбор клиента

Аудиторская проверка начинается с принятия решения о начале или продолжении сотрудничества с клиентом.

Планирование – процесс, позволяющий наиболее рационально выполнять аудит и одновременно уменьшить риск необнаруженных существующих ошибок в финансовой отчетности клиента.

Аудитор должен тщательно планировать свою деятельность по трем основным причинам: это дает аудитору возможность получать достаточное количество свидетельств о положении дел клиента, помогает удержать в разумных пределах затраты на аудит и позволяет избежать недоразумений с клиентом.

Планирование аудита состоит из 6 основных этапов:

– предварительное планирование;

– общий сбор сведений;

– сбор информации о правовых обязанностях клиента;

– оценка существенности аудиторского риска;

– ознакомление с системой внутрихозяйственного контроля и оценка риска контроля;

– разработка общего плана аудита и программы аудита.

Предварительное планирование осуществляется на начальной фазе аудиторской работы; включает в себя принятие решения о согласии начать или продолжить аудит для клиента, установление причин, по которым клиент обосновывает свой заказ на аудит, подбор персонала для выполнения аудиторских обязанностей (формирование штатов), заключение договора с клиентом, составление письменного обязательства перед клиентом.

Аудиторские фирмы не обязаны сотрудничать с нежелательными клиентами, продолжать обслуживание клиентов, взаимоотношения с которыми стали нежелательными.

Политика фирмы в отношении подбора новых клиентов включает в себя следующие элементы:

– получение и обзор финансовой информации о возможном клиенте (годовых и промежуточных отчетов, регистрационных и других документов);

– получение информации о компании и руководстве возможного клиента у его банкира, адвоката, страховых компаний и других лиц, и организаций, связанных с возможным клиентом;

– получение информации у бывшего аудитора (если он есть) о честности руководства компании-клиента, о расхождении аудиторов и руководства по вопросам применения бухгалтерских принципов, аудиторских процедур и о причинах смены аудитора;

– рассмотрение вопросов о том, потребует ли работа с клиентом особого внимания, и о вероятном риске при обслуживании клиента;

– оценка необходимости применения специальных знаний;

– оценка независимости аудиторской фирмы по отношению к возможному клиенту.

1.2. Письменное соглашение и назначение сотрудников

Приняв нового клиента, необходимо подготовить письменное соглашение с ним (такие соглашения необходимо получать каждый год от имеющихся клиентов).

В соглашении определяются условия работы аудиторов, включающие их вознаграждение. Письменное соглашение необходимо аудиторам, чтобы избежать необоснованных обвинений со стороны клиента в невыполнении аудитором своих обязанностей.

Принимая нового клиента, аудиторские фирмы обычно назначают для него полностью укомплектованную группу сотрудников.

В группу обычно входят: представитель (лицо, несущее ответственность за всю аудиторскую проверку), руководитель проверки, один или несколько сотрудников, специалисты по статистике, использованию компьютеров, специалисты данной отрасли экономики, консультанты по налогам и вопросам управления, второй представитель аудиторской фирмы.

Второй представитель должен контролировать работу группы аудиторов, что требуется правилами SEC. Согласно этим правилам он не может работать с одним клиентом более семи лет.

1.3. Ознакомление с бизнесом клиента

Знания бизнеса клиента очень важны. Аудитору необходимо ознакомиться с финансово-хозяйственной деятельностью субъекта и иметь информацию о:

– внешних факторах, влияющих на хозяйственную деятельность субъекта, отражающих экономическую ситуацию в регионе в целом и его отраслевые особенности;

– внутренних факторах, влияющих на хозяйственную деятельность субъекта, связанных с его индивидуальными особенностями.

Аудиторам необходимо иметь представление об экономических условиях функционирования компании, в том числе о влиянии на нее национальной экономической политики.

Важно иметь представление и об отраслевых условиях, поскольку банки, страховые компании, инвесторы и кредиторы в разных отраслях экономики действуют по-разному. На уровне компании-клиента важно иметь информацию о персонале, продукции, методах производства и финансирования.

Источниками всей этой информации могут служить общеэкономическая, отраслевая и торговая документация, руководства по бухгалтерскому учету и аудиту, выпускаемые AICPA.

Регистрационные документы компании, рабочие документы прошлых аудиторских проверок.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.