



ИЗСЛЕДВАНЕ НА ЦЕНАТА НА ОДИТОРСКИТЕ УСЛУГИ В БЕЛГИЯ

Уважаеми читатели,

Както е известно, една от злосторните теми във връзка с независимия външен финансов одит е формирането на одиторското възнаграждение въз основа на определени критерии.

Със съжаление можем да констатираме, че нямаме мотивирана база за неговото определяне, която да бъде утвърдена от УС на ИДЕС.

Във връзка с това трябва да посочим, че липсва информация за получените възнаграждения от отделните клиенти, поради което е трудно доказуема нелоялната конкуренция, която съществува.

Ето защо Ви предлагаме обобщение на извършено проучване от Белгийския институт на одиторите в началото на 21-ви век, което ни бе предоставено по наша молба.

Трябва да подчертаем, че в Европа Белгия и Португалия се открояват от останалите страни във връзка с изследванията, касаещи одиторските хонорари.

Ще се радваме да получим становища и предложения в УС на ИДЕС след прочита на това обобщение с оглед на разработването на критерии относно мотивирането на одиторското възнаграждение, които да се утвърдят от УС на ИДЕС и които да се спазват от всички членове на Института.

*Димитър Желязков
Член на УС на ИДЕС*

ОБОБЩЕНИЕ

Основната цел на изследването е да определи кои елементи влияят върху определянето на цените на одиторските услуги на белгийския пазар. За разлика от вече проведени международни проучвания на тази тема, настоящото не се концентрира единствено върху относителните характеристики, отнасящи се до клиентите, а разглежда и влиянието на множество характеристики, присъщи на одитора и одиторската фирма.

Наред с анализа на детерминантите, които оказват влияние върху определянето на цените на одитите, ние се опитваме да дадем описателна картина и на търсенето и предлагането на белгийския одитен пазар. И накрая разглеждаме промяната в цените през периода 1998-2002 година.

За отправна точка на настоящето изследване служи фактът, че одиторската услуга може да бъде разглеждана като икономическа стока *«commodity»*, по отношение на която е налице търсене и която се произвежда от екип специалисти, предлагащ услугата. Търсенето и предлагането на одит се срещат на одитния пазар, където се установява равновесна цена. Подобен подход позволява да се потърси отговор на известен брой актуални въпроси, свързани с определянето на одиторските цени. Въпросите, на които ще се спрем в нашия анализ, са по-точно следните:

- Сегментиран ли е белгийският одитен пазар?
- Достатъчно добре ли е отчетен финансовият риск на одиторския ангажимент?
- Забелязва ли се промяна във влиянието, което оказват свързаните с риска променливи върху определянето на одиторските цени?
- Какво е влиянието на предоставянето на услуги, несвързани с одита (неодиторски услуги), върху определянето на цените на одиторските услуги? С други думи казано, можем ли да определим одиторските услуги като „*loss leaders*“?
- Определят ли някои одиторски фирми по-високи цени в сравнение с други? Ако да, защо?
- Има ли повишение на одиторските възнаграждения през последните години? Или обратно, има ли намаление?

Заключителният ни доклад се състои от пет глави. В първата глава правим преглед на детерминантите на определянето на цената, взети от международната научна литература. Във втората глава описваме по какъв начин сме събрали данните и кои променливи сме използвали при анализа. Третата глава е посветена на описанието на търсенето и предлагането, характеризиращи белгийския одитен пазар. В четвъртата глава се опитваме да определим онези характеристики, отнасящи се до клиентите, ангажиментите, одитора и одиторската фирма, които оказват съществено влияние върху определянето на цените в Белгия. В петата и последна глава е проследена промяната в определянето на цените през периода 1998-2002 година.

В първата глава обобщаваме резултатите, извлечени от международната научна литература, посветена на определянето на одиторските цени. В тази литература се откриват много солидни и логически издържани резултати, отнасящи се до детерминантите на определянето на цените в различни държави. Определящите

фактори, съдържащи се в литературата, могат да бъдат разделени на две групи: променливи, свързани с търсенето и производството, и променливи, свързани с предлагането. Като обяснение за одиторските възнаграждения ние насочваме вниманието си главно към променливи, свързани с търсенето и производството (виж SIMUNIC, 1980). За целта ние изследваме ерзац променливи („*proxy variables*“), а именно: а) необходимия брой часове за изпълнение на одиторски ангажимент и б) риска за самия одитор от неговия мандат. Тъй като реалният брой отработвани часове не се оповестява, ние изследваме променливи (които са на разположение), оказващи влияние върху необходимото време за осъществяване на одиторския ангажимент. Тези променливи са три вида: променливи, свързани с клиентите, с одитора и с мандата. Що се отнася до клиентите, съществените характеристики са: големина (+), сложност (+), присъщ риск (+), доходност (-), ниво на задлъжнялост (+), качество на вътрешния контрол (+/-) и отрасъл (+). Що се отнася до одитора, съществените характеристики съдържат, наред с други, ерзац променливи за качеството на одита (+) и специализацията на одитора в отрасъла на одитираното предприятие (+). Що се отнася до мандата, характеристиките, които изглежда оказват съществено влияние върху определянето на одиторските цени, са, наред с други, следните: вид на изготвения одиторски доклад (един „лош доклад“ поражда по-висока цена) и едновременно предоставяне на консултантски и одиторски услуги. В повечето изследвания се открива положително отношение между възнаграждението на одитора и едновременното предоставяне на консултантски услуги. Едно от възможните обяснения за това е, че „*knowledge spillovers*“ водят до по-голямо качество, което следва да бъде отчетено в цената.

Във втората глава обясняваме как изградихме нашата база данни. Спираме се на източниците на използваните данни, проблемите, с които се сблъскахме при събирането им, както и на основните допускания. Всички използвани данни в анализите в глави 3 и 4 се отнасят за 2001 година.

В третата глава от заключителния доклад предлагаме описание на търсенето и предлагането, характеризиращи белгийския одитен пазар. За целта отново сме използвали база данни за 2001 година. Първо, даваме статистически ред, отнасящ се до цените. Медианните данни за възнаграждението за одиторски ангажимент (възнаграждение за мандат) сочат 4 947 EUR, а тези за общата фактура – 5 260 EUR. Средните на тези две променливи са съответно 10 094 EUR и 11 181 EUR. Отбелязваме, че съществува съществена разлика между цените – изследвани едновариантно – искани от „*Big 5*“ и тези на останалите одиторски фирми, като по-високи са цените на „*Big 5*“.

Що се отнася до съществуващото предлагане на одитния пазар – с други думи до клиентите – ние представяме дескриптивни статистики, касаещи големината на одитираното предприятие, определени финансови характеристики (доходност, платежоспособност и ликвидност), както и присъщия риск. В Белгия само 0,7 % от

клиентите са публично търгувани на борсата. Медианната стойност и средната стойност са съответно 2 221 000 EUR и 60 185 290 EUR за общия баланс, 7 001 000 EUR и 34 040 000 за търговския оборот и 21 и 95 за броя заети. Променливите, характеризиращи големината на клиента, варират съществено между „Big 5“ и останалите фирми, като клиентите на „Big 5“ са относително по-големи. Що се отнася до променливите за доходност, медианният клиент в Белгия постига доходност на общите активи 0,33 % и паричен поток 4,27 % спрямо общите активи. От гледна точка доходност на общите активи между клиентите на „Big 5“ и останалите клиенти няма съществена разлика. Ако доходността обаче се измери чрез паричния поток (а не чрез печалбата), то тогава се явява съществена разлика: паричният поток е по-малък при клиентите на „Big 5“. Медианните данни за променливите за платежоспособност са 15,33 % за степен на финансова независимост и 7,03 % за степен на самофинансиране. Клиентите на „Big 5“ се представят по-зле от останалите клиенти от гледна точка на променливите за платежоспособност. При променливите за ликвидност медианните данни за коефициент на ликвидност в широк смисъл („*current ratio*“) сочат 1,19, а тези за коефициент на ликвидност в тесния смисъл на понятието („*acid test*“) – 0,99. От гледна точка на ликвидността клиентите на „Big 5“ се представят по-добре от останалите клиенти. Медианните данни за присъщ риск са, както следва: материалните запаси възлизат на 3,49 % от общите активи, а вземанията – на 28,14 % от общите активи. Единствено нивото на материалните запаси се различава съществено при клиентите на „Big 5“ и останалите клиенти, като въпросното ниво е по-високо при последните.

По отношение на характеристиките на търсенето разглеждаме два различни аспекта: характеристики, присъщи на одитора (физическо лице, действащо, когато се налага, като постоянен представител на одиторско дружество), и характеристики, отнасящи се до одиторската фирма. Средният одитор притежава 14,5 години опит, изпълнява по 21 мандата и има индивидуален пазарен дял (дял от общия пазар) 0,17 %. Наблюдава се, че 62,93 % от одиторите говорят нидерландски език, 16,10 % са съдружници, 64,88 % са съдружници и управители или членове на УС и 1,30 % са управители или членове на УС. Характеристиките на одиторската фирма очертават следната картина: в средноголяма фирма 54 % от сътрудниците са одитори съдружници, 4 % са одитори служители, 5 % са стажанти, 17 % са специализирани сътрудници, 10 % са служители и 11 % са натоварени с деловодството. Съществува силно изразена разлика в процентите, ако сравним „Big 5“ и останалите одиторски фирми. При „Big 5“ само 14 % от сътрудниците са одитори съдружници, 8 % са одитори служители, 22 % са стажанти, 26 % са специализирани сътрудници, 19 % са служители и 11 % са натоварени с деловодството. В Белгия средноголяма одиторска фирма има по 41 мандата. Тук също се наблюдава много голяма разлика между „Big 5“ и останалите фирми: средният брой одиторски ангажименти при „Big 5“ възлиза в действителност на 1 227, докато при останалите фирми той е само 21. Структурата на търговския оборот при одиторските фирми е следната: 48 % от постоянни

ангажименти за контрол, 19 % от други ангажименти по закон за контрол, 29 % от други професионални дейности и 4 % от оборота за други одитори. Следва да отбележим, че при „Big 5“ 70 % от търговския оборот идват от постоянни ангажименти за контрол и само 2 % от други ангажименти по закон за контрол.

С помощта на някои характеристики, отнасящи се до одиторската фирма (точно големина на фирмата, състав на персонала, структура на търговския оборот, среден опит във фирмата и брой клонове), ние разделихме белгийските одиторски фирми – на базата на гнеzdови анализ („cluster analysis“) – на повече или по-малко еднородни групи. Чрез този анализ ние на практика се опитахме да подредим данните със сравними характеристики в една и съща група, за да получим „гнезда“ или „кълъстери“, много различни едни от други. Използвайки данните за 2001 година чрез този анализ ние идентифицирахме пет групи одиторски фирми. В първата отчетливо влизат фирмите от „Big 5“, втората включва средноголеми фирми (става въпрос за десет дружества), а трите последни групи обединяват сравнително малки фирми, които се различават главно по средния брой години опит. На групата на „Big 5“ се падат 52 % от мандатите и 73,6 % от пазарния дял, пресметнат на базата на търговския оборот на фирмата, идващ от постоянни ангажименти за контрол; на втората група (тази на средноголемите фирми) се падат 13 % от мандатите и 8,7 % от пазарния дял (търговски оборот, идващ от постоянни ангажименти за контрол); трите групи, обединяващи „малки“ одиторски фирми, получават общо 35 % от мандатите и имат 17,7 % пазарен дял (търговски оборот на фирмата от постоянни ангажименти за контрол).

Четвъртата глава е посветена на детерминантите, оказващи влияние върху определянето на цените на одитите в Белгия. На базата на многовариантен модел ние изследваме кои характеристики на одитираните предприятия, на одиторската фирма и на одитора се оказват решаващи за нивото на исканата цена. Като цяло изследваните променливи обясняват 50 % от измененията при одиторските възнаграждения.

По отношение на характеристиките на предприятията ние разглеждаме три вида променливи: променливи, отнасящи се до големината, до финансовите показатели и други променливи, отнасящи се до мандата. Следните променливи имат значителен принос за изясняването на нивото на одиторското възнаграждение (подредяне по подкатегории и по низходяща степен на значимост).

Променливи, отнасящи се до големината:

- търговски оборот (+);
- общ баланс (+);
- добавена стойност (+).

Променливи, отнасящи се до финансовите показатели и риска:

- фактът, че е постигната печалба (-);
- съотношение паричен поток/общи активи (-);
- брутна печалба от продажби на клиент (-);
- коефициент на ликвидност в тесния смисъл на понятието („acid test“)(-);
- присъщ риск, измерен чрез съотношението материални запаси/обща активи (+).

Други променливи, отнасящи се до мандата:

- фактът, че предприятието разполага със съвет за социално партньорство (съвет, включващ представители на персонала и на работодателя – бел. прев.);
- фактът, че разглежданият клиент предоставя и други услуги (+);
- фактът, че предприятието е листвано на борсата (+);
- фактът, че този клиент получава и други възнаграждения (+).

Отнасящите се до големината променливи са в действителност ерзац променливи („proxy variables“) за времето работа, необходима за извършване на одита, и всички те са положително свързани с големината на исканите възнаграждения. Взети заедно трите променливи за големина обясняват 33,9 % от изменението на одиторските възнаграждения. От друга страна, променливите, отчитащи финансовите показатели, са отрицателно свързани с размера на възнагражденията. Това показва, че клиенти, изпитващи финансови затруднения, трябва, при равни други обстоятелства, да заплащат в известна степен по-висока цена и че следователно финансовият риск за даден клиент следва да бъде пресмятан и включван в определянето на цената. Все пак не трябва да се преувеличава важността на тези променливи. В действителност, взети заедно, отнасящите се до финансовите показатели променливи обясняват само 1,04 % от изменението на възнагражденията. Присъщият риск на клиента е положително свързан с нивото на възнаграждението, но и тук отново този фактор обяснява само една минимална част от изменението на възнаграждението, а именно 0,01 %.

Взети заедно останалите променливи, отнасящи се до мандата – макар и твърде съществени от статистическа гледна точка – обясняват само 1,08 % от изменението на одиторските възнаграждения. По-точно, изглежда, че одиторските възнаграждения са, при равни други обстоятелства, по-високи за предприятия, публично търгувани на борсата, както и за предприятия, имащи съвет за социално партньорство. Това може да се обясни с часовете допълнителен труд, необходим за одитиране на подобни предприятия. Възнагражденията са по-високи и за клиенти, на които одиторът предоставя и други услуги, за които получава друго възнаграждение. Подобно наблюдение съответства на наблюдаваното и в други държави и оборва хипотезата, че

одиторските услуги би трябвало да се използват като „loss leader“, за да получи одиторската фирма други ангажименти.

Следните характеристики, отнасящи се до одиторската фирма, се явяват съществени за определянето на одиторските възнаграждения (в низходящ ред на значимост):

- брой активно заети служители във фирмата (+);
- принадлежност към гнездо („cluster“) 2 или 3 (и двете +);
- пазарен дял на гнездото в сектора на икономическа дейност на клиента (+);
- брой съдружници физически лица, активно заети във фирмата (-);
- процент търговски оборот, идващ от други ангажименти по закон за контрол (-).

В международната литература се съдържат малко резултати, свързани с влиянието на отнасящите се до одиторската фирма характеристики върху исканите възнаграждения. Повечето изследвания на практика се ограничават до проучване на променливата „Big 5“ и откриват, казано най-общо, че фирмите от „Big 5“ искат по-високи възнаграждения в сравнение с останалите фирми. По този начин резултатите от нашето изследване се оказват уникални, тъй като показват кои характеристики, присъщи на одиторските фирми, водят до по-висока цена (както е видно от нашите едновариантни и многовариантни статистически анализи в глава 5). Към момента изглежда, че колкото повече активно заети служители има дадена фирма (различни от одитори), толкова повече исканите възнаграждения, при равни други обстоятелства, също се увеличават. Измежду свързаните с фирмата променливи този елемент е далече най-важният за модела за определяне на цените, защото обяснява 9,22 % от стойността на възнагражденията. Що се отнася до останалото, изглежда, че фактът на принадлежност към групата на „Big 5“ сам по себе си не оказва особено влияние върху определянето на цените. (Но ако не отчитаме влиянието на броя на служителите в одиторската фирма, то тогава принадлежността към „Big 5“ играе съществена роля (по-високи цени). Обратното, изглежда, че пазарният дял на „гнездото“ (към което спада разглежданата одиторска фирма) в отрасъла, в който клиентът е активен, оказва съществено положително влияние върху определянето на цената (но само за 0,27 %). Също така изглежда, че фирмите, които спадат към гнездото на средноголемите одиторски дружества (принадлежност към гнездо 2 обяснява 0,22 % от изменението на възнагражденията), и тези, включени в гнездото на малките фирми с висок среден опит (принадлежност към група 3 обяснява 0,01 % от изменението на възнаграждението), искат в известна степен по-висока цена. И накрая, възнагражденията, искани от фирми, които получават сравнително повече доходи от други ангажименти по закон за контрол (което обяснява 0,13 % от изменението), както и тези, искани от фирми, в

които има относително повече активно заети съдружници, са по-ниски (обяснява 0,22 % от изменението).

Що се отнася до характеристиките, отнасящи се до одитора (физическо лице, наричано одитор или постоянен представител на одитора), следните променливи са съществени (в низходящ ред на значимост):

- брой клиенти на одитора (-);
- пазарен дял на одитора (+);
- брой години опит на одитора (-);
- език на одитора (със знак + за говорещите нидерландски).

Анализът на отнасящите се до одитора характеристики също придава оригинален характер на нашето изследване. Броят клиенти, които одиторът има, е отрицателно свързан с одиторската цена (и обяснява 2,72 % от изменението). Това означава на практика, че колкото повече клиенти има даден одитор, толкова по-ефикасно е, при равни други обстоятелства, определянето на цената. Това е лесно разбираемо, като се вземат предвид икономииите от мащаба. Изглежда също така, че освен пазарния дял на групата, индивидуалният пазарен дял на одитор, който изпълнява мандата, също е положително свързан с исканото възнаграждение (това обяснява 1,05 % от изменението). Така не само отнасящите се до фирмата характеристики, но и индивидуалните променливи, свързани с одитора, се оказват определящи за фиксирането на цената. Броят години опит също е отрицателно свързан с цената на одита (обяснява 0,13 % от изменението). И накрая, говореният език също упражнява съществено значение (обяснява 0,06 % от изменението).

И накрая, в пета глава от изследването разглеждаме промяната на одиторските цени през периода 1998-2002 година. Като се има предвид, че отговорността на одиторите, както и рискът, на който са изложени, непрекъснато се увеличават, определянето на елементите, оказващи влияние върху одиторската цена, не е единственият адекватен анализ. Би следвало да се запитаем също така дали определянето на цените не се влияе от риска, който, нека отново да припомним, непрекъснато се увеличава. В този контекст е интересно да се види дали отнасящите се до риска променливи са придобили през последните години значение за модела на определяне на одиторските възнаграждения. От нашите хронологични многовариантни статистически анализи е видно, че възнагражденията (в реални цени) са спаднали съществено (при равни други обстоятелства) между 1998 и 2000 година, както и че впоследствие същите са се увеличили съществено между 2000 и 2002 година. Спадът на цените между 1998 и 2000 година е налице както при фирмите от „Big 5“, така и при останалите. Увеличението на цените между 2000 и 2002 година също е засегнало тези два сегмента от одитния пазар и особено клиенти, които получават и други

възнаграждения, както и клиенти, които генерират висока добавена стойност. И накрая, изглежда, че някои променливи, свързани с риска, са оказали в периода 2001-2002 година допълнително влияние върху определянето на одиторските цени. Така например влиянието на коефициентите на ликвидност и доходност се е повишило, а като следствие от него от клиентите с по-неблагоприятна доходност и платежоспособност са се искали по-високи цени отколкото преди. И накрая, ако разгледаме целия период 1998-2002, ще констатираме едно квази статукво в нивото на цените. Все пак ще отбележим, че фирмите от „Big 5“ преживяват през посочения период сравнителен спад на цените си и че променливите за доходност на клиента придобиват като цяло по-голямо влияние върху определянето на цените.