

нию информированности потребителей. Информированность потребителей касается следующих аспектов:

- возврата или обмена товара;
- обслуживания потребителей;
- продажи некачественного товара;
- гарантийного и послепродажного обслуживания;
- интернет-торговли и др.

Потребитель, который владеет бесценной информацией, чувствует себя более свободным и защищённым.

9. Партнеры (partners) → Интеграция. Организация партнерских программ с другими компаниями (поставщиками, дистрибьюторами, компаниями обслуживания, финансовыми, транспортными, рекламными и иными посредниками, а иногда даже с непрямыми конкурентами). Использование кросс-маркетинговых программ.

10. Привилегии (privileges) → Инструменты. Чтобы привлечь покупателя, сегодня торговые точки идут на различные ухищрения. Ведь конкуренция так велика, что каждый покупатель на счету. Основными привилегиями для покупателя являются:

- индивидуальный подарок;
- купон со скидкой;
- регулярное оповещение о поставках нового товара;
- приглашение на дегустации, презентации;
- приоритет при покупке со скидкой;
- место в гостинице без бронирования и др.

И если такие инструменты будут правильно направлены на покупателя, то он будет чувствовать себя желанным в торговой точке.

По мнению авторов данной научной работы, при комплекса из «10Р» и «10И» (см. рис. 3) предприятия смогут получать сверхприбыль.

Итак, комплекс маркетинга включает в себя все, что способна сделать компания, чтобы повлиять на спрос, привлечь покупателей именно в свою торговую точку и полностью удовлетворить их потребности и запросы. Эффективная маркетинговая программа объединяет все элементы комплекса маркетинга в согласованную программу, разработанную для достижения маркетинговых целей компании.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мачнев, Е.В. Развлекунки-креатив в розничной торговле. – 2005 – 75 с.
2. Маркетинг: учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. – М.: Экономист, 2004 – 568 с.
3. <http://house.weeksale.ru/articles/pokupatel>.
4. www.mgt-edu.ru/4-20.php.

УДК 657.92.003.13

Онисько И.А.

Научный руководитель: доцент Сенокосова О.В.

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аудиторские услуги являются сегодня неотъемлемым элементом белорусского рынка. Это объясняется тем, что всё интенсивнее происходит формирование частной собственности, процесс использования и управления которой связан с высокой степенью риска.

Постепенно уходит в прошлое образ ревизора и на смену ему приходит качественно новый специалист, основной задачей которого является помощь руководству предприятия в повышении эффективности его деятельности.

Аудиторские услуги направлены на защиту законных имущественных интересов хозяйствующих субъектов путем независимого финансового контроля, подтверждения достоверности финансовой отчетности о результатах хозяйственной деятельности и оказания сопутствующих услуг.

На данном этапе развития предприятий существенную роль играет привлечение иностранных инвестиций в белорусскую экономику, что в свою очередь требует от отечественных фирм повышения их статуса как хозяйствующих субъектов, а также деловой репутации. Определение этого статуса и деловой репутации предприятия является результатом не только грамотного ведения бизнеса, но и итогом аудиторских проверок.

Именно аудиторские организации в качестве независимых экспертов позволяют внести определенность в вопрос о доверии тому или иному субъекту хозяйствования. В свою очередь, эти причины заставляют аудиторские организации накапливать высокий уровень своей деловой репутации для того, чтобы их мнению могли доверять на рынке, как отечественном, так и международном.

Наличие достоверной информации позволяет повысить эффективность функционирования рынка капитала и дает возможность оценивать и прогнозировать последствия различных экономических решений. Проведение аудиторской проверки даже в тех случаях, когда она не является обязательной, несомненно, имеет важное значение [1].

С каждым годом количество аудиторов – ИП увеличивается, аудиторские организации расширяются. В этих условиях можно говорить о сложившейся конкурентной среде в этом секторе экономики.

Деятельность аудитора представляет собой предпринимательскую деятельность аудиторов (аудиторских фирм) по осуществлению независимых вневедомственных проверок бухгалтерской или финансовой отчетности, платежно-расчетной документации отдельных хозяйственных операций, налоговых деклараций и других видов финансовых обязательств и требований экономических субъектов на договорной основе.

Аудиторская деятельность широко используется в настоящее время, и спрос на аудиторские услуги растёт с каждым годом поэтому. Данное утверждение подкреплено числовыми данными, взятыми с сайта Министерства Финансов РБ.

По состоянию на 31 декабря 2010 г. специальные разрешения (лицензии) на аудиторскую деятельность имели 144 аудиторские организации и 564 аудитора – индивидуальных предпринимателя (рисунок 1, 2).

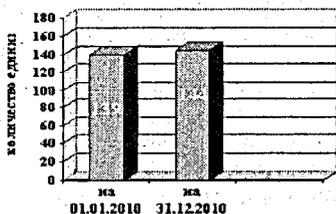


Рисунок 1 – Количество аудиторских организаций

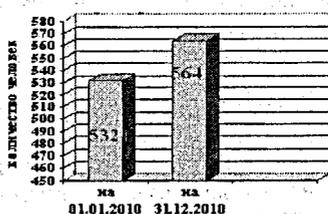


Рисунок 2 – Численность аудиторов-индивидуальных предпринимателей

За 2010 г. аудиторскими организациями оказано услуг на сумму 63899 млн.рублей (за аналогичный период прошлого года было оказано услуг на сумму 58573 млн.рублей).

Аудит в 2010 г. был проведен в 5617 организациях (в 2009 г. – в 5269). В результате проведения в 2010 г. аудита в 3122 организациях установлены нарушения ведения бухгалтерского учета, что составляет 55,6 процентов от количества проаудированных организаций.

У 2257 субъектов хозяйствования установлены нарушения налогового законодательства, повлекшие недоплату налогов и других обязательных платежей в бюджет на сумму более 28 млрд. рублей [2].

По задаваемым целевым установкам аудиторская деятельность представляет собой особый вид предпринимательства, который может осуществляться в различных по масштабам формам:

- Крупное предприятие.
- Среднее и малое предприятие.
- Индивидуальное предпринимательство.

Условиями существования аудита как системы являются потребности внешней среды в получении безопасной информации, используемой для принятия финансовых решений и, в первую очередь, по инвестированию капитала.

По характеру взаимосвязей и зависимостей с окружающей бизнес-средой аудиторская деятельность как система выступает составным элементом (подсистемой) по отношению к системе более высокого порядка – национальной экономике (рис. 3).

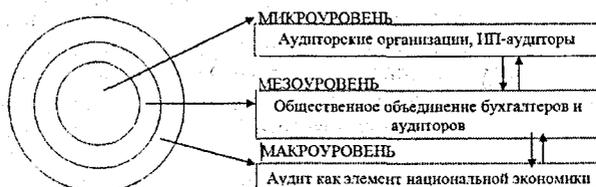


Рисунок 3 – Взаимосвязь аудита с бизнес-средой

Но следует отметить, что на сегодняшний день отсутствует методическая база оценки эффективности аудиторской деятельности. Отмена лицензирования аудиторской деятельности негативно сказывается на качестве оказываемых услуг аудиторами. Альтернативой лицензированию может стать сертификация профессиональной подготовки аудиторов.

В частности, не разработаны критерии оценки качества работы аудиторских организаций, не определены цели, задачи и объекты контроля качества аудита, порядок и методики контроля качества аудиторских услуг.

Вопросы методологии и методики контроля качества аудиторских услуг четко не раскрываются ни в официально утвержденных нормативных правовых документах, ни в научных исследованиях в области аудита.

Правильные данные нужны не только непосредственным инвесторам или акционерам, но и кредиторам для оценки надежности погашения займов и выплаты процентов. Поставщиков интересует информация о способности предприятия вовремя погасить кредиторскую задолженность; работников предприятия – стабильность и рентабельность его деятельности для оценки своих перспектив занятости, получения финансовых и других льгот и выплат. Правительство заинтересовано в информации, необходимой для разработки экономической политики, включая налоговые меры [1].

Все вышеизложенное обуславливает необходимость оценки эффективности и качества аудиторской деятельности на микроуровне, потому как этот уровень является на-

чальным в построении экономики страны. Таким образом, в целях выхода Беларуси на высокие показатели, необходимо благополучное и успешное развитие предприятий, напрямую зависящих от оказания аудиторских услуг, которые должны быть максимально эффективными и качественными.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шеремет, А.Д. Аудит / А.Д. Шеремет, В.П. Суйц – М.: Инфра-М, 2003. – С. 10–13.
2. <http://www.minfin.gov.by>

УДК 657.92.003.13

Онисько И.А.

Научный руководитель: доцент Сенокосова О.В.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аудиторский контроль широко используется в настоящее время, и спрос на аудиторские услуги растёт с каждым годом. Потому только аудиторские организации в качестве независимых экспертов позволяют внести определённую ясность в вопрос о доверии той или иной организации.

Однако следует отметить, что на сегодняшний день отсутствует методическая база оценки эффективности аудиторской деятельности. Отмена лицензирования аудиторской деятельности негативно сказывается на качестве оказываемых услуг аудиторами. Данные утверждения обусловили необходимость оценки качества и эффективности аудиторской деятельности.

Научная новизна работы заключается в разработке автором методик, основанных на применении модели оценки эффективности и качества аудиторской деятельности на микроуровне.

Модель оценки эффективности аудиторской деятельности реализуется путём прохождения трёх этапов:

1 этап заключается в расчёте промежуточных показателей, необходимых для расчёта итоговых показателей:

$$1) \text{ Кнарушаемости} = \frac{\text{Штрафы, выплач. аудиторской организацией за отч. год}}{\text{Выручка от оказания ауд. услуг за отч год}}$$

(Кнар) Полученный показатель отражает величину штрафов, выплаченных аудиторской организацией на один рубль реализованных аудиторских услуг.

$$2) \text{ Кзатратности} = \frac{\text{Полная себестоимость реализованных ауд. услуг за отч. год}}{\text{Выручка от оказания ауд. услуг за отч. год}}$$

(Кзатр) Полученный показатель отражает величину затрат на один рубль реализованных аудиторских услуг.

$$3) \text{ Кпроизводительности}_{\text{отч}} = \frac{\text{Выручка от оказания ауд. услуг за отч. год}}{\text{Среднесписочная численность аудиторов за отч. год}}$$

(Кпроиз.отч) Полученный показатель отражает, сколько выручки принёс в организацию один аудитор за отчётный год.

$$4) \text{ Кпроизводительности}_{\text{прошл}} = \frac{\text{Выручка от оказания ауд. услуг за прошл. год}}{\text{Среднесписочная численность аудиторов за прошл. год}}$$

(Кпроиз.прошл) Полученный показатель отражает, сколько выручки принёс в организацию один аудитор за прошлый год.