

*Шульга Світлана Володимирівна,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри аудиту;
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ЗДТРЕНДІВ

Сучасний світ перебуває на зламі епох – потужні глобальні тренди активно змінюють як суспільство, так і моделі ведення бізнесу. До ключових тенденцій глобальної еволюції, які впливатимуть варто віднести:

1) *декарбонізацію* (або низьковуглецевий розвиток) – концепцію суспільно-економічного розвитку, яка вбачає збалансоване використання вичерпних природних ресурсів (особливо енергетичних вуглецевовмісних) та гармонійне існування людства в межах існуючих та майбутніх екосистем (з відповідним бережним ставленням до навколишнього середовища);

2) *діджиталізацію* (або становлення цифрової економіки) – інтеграцію інформаційних технологій в усі сфери життя суспільства та бізнесу з метою глибшої автоматизації управління процесами та зниження факторів ризику в частині людського фактора;

3) *дерегуляцію* (або зниження втручання держави в ринкові відносини) – звуження повноважень уряду та регуляторів в частині реалізації інтервенцій для усунення провалів ринку (через не менш уразливі провали держави) для посилення взаємодії між різними ринками та секторами економіки, підвищення довіри та взаємної відповідальності між стейкхолдерами.

Зазначені глобальні тренди мають довготривалий та наскрізний характер, охоплюючи усі сфери суспільного життя та бізнесу, і створюють підґрунтя для реалізації Четвертої промислової революції (Industry 4.0), що найбільше впливає на сектор бізнес-послуг, який знаходиться у фазі тривалої трансформації:

▪ під тиском міжнародної конкуренції відбувається поступове **«розмивання кордонів» між суміжними секторами бізнес-послуг** – консалтингом, аудитом, бізнес-аналізом, фінансовими послугами. У всьому світі спостерігається розростання так званих професійних мереж як універсальних квазі-платформ (one-stop-shop) для великого та середнього бізнесу;

▪ відновлення світової торгівлі зумовлює подальшу **консьюмеризацію бізнес-відносин** (consumerization – концентрація уваги та ринкової сили у споживачів), що стимулює безперервне оновлення / модифікацію бізнес-ланцюжків у відповідь на потреби клієнтів та зміну конкурентного ландшафту. В аудиті характерним прикладом цього є прийняття нової Директиви з аудиту в ЄС, яка спровокувала масштабне переформатування ринку аудиторських і суміжних до аудиту послуг, особливо в сегменті Великої четвірки та професійних мереж «другого» ешелону (second-tierauditsegment).

У контексті еволюції ринків аудиторських послуг та зазначених трендів важливим аспектом є підвищення якості аудиторських послуг як інструмент забезпечення національної та міжнародної конкурентоспроможності аудиторських фірм. В Україні протягом тривалого часу заходи із заохочення покращення якості послуг в аудиті (зокрема, зовнішні перевірки якості наданих послуг) розглядаються учасниками ринку радше як санкційні чи примусові, а тому мають обмежений вплив. Разом з тим, як кінцеві споживачі, так і регулятори відзначають, що його недостатньо. На нашу думку, результативність змін у цій сфері залежатиме від комплексу заходів, які б могли охопити різні аспекти проблеми низької якості аудиторських послуг вздовж ланцюжка створення доданої вартості в галузі. Саме тому, враховуючи позитивний зарубіжний досвід у галузі [1–3], основними напрямками для підвищення якості надання аудиторських послуг в Україні є:

1) перегляд програм професійного навчання (як базової вищої освіти в сфері бухгалтерського обліку і аудиту, так і післядипломної освіти – підвищення кваліфікації сертифікованих аудиторів) відповідно до кращих світових практик та міжнародних стандартів, зокрема щодо глибшого застосування ІТ-інструментів в аудиті;

2) оновлення та контроль за дотриманням кодексу етики професійних бухгалтерів, зокрема в частині попередження прямих конфліктів інтересів, а також досягнення позитивного непрямого впливу клієнтів на суспільство у сфері соціальної та екологічної діяльності;

3) заохочення ініціатив з добровільного розкриття інформації у фінансовій звітності, зокрема таких, як GRI (Global Reporting Initiative – ініціатива з глобальної / інтегрованої звітності) та EITI (Extracting Industries Transparency Initiative – ініціатива з прозорості у видобувних галузях), які стимулюють подання та розкриття релевантної нефінансової діяльності, яка впливає на репутацію компанії, що звітує.

Доповнення формального контролю над якістю наданих аудиторських послуг інструментами підвищення якості професійної освіти, посилення етичних засад бізнесу, а також добровільними ініціативами сприятиме поступовому зростанню якості аудиту з урахуванням важливих глобальних трендів, що змінюють моделі бізнесу та ставлення до них споживачів.

Список використаних джерел

1. ACCA Global Practising Certificate Renewal Documentation 2017/18 [Electronic resource]. – Access mode (available on 12/09/2017) : <http://www.accaglobal.com/vn/en/member/sectors-/smp/practising-info/renewal.html> IFAC Education and Certification [Electronic resource]. – Access mode (available on 12/09/2017) : <https://www.ifac.org/mosaic/education-and-certification?resources>

2. Using The GRI Sustainability Reporting Framework Improves The Quality of ESG Disclosures – Joint Research From G&A Institute and Baruch College Shows

[Electronic resource] / Accountability-centralPlatform, July 18, 2017. – Access mode (available on 12/09/2017) :

<http://www.accountability-central.com/nc/single-view-default/article/research-results-using-the-gri-sustainability-reporting-framework-improves-the-quality-of-esg-disclosure/>

3. Exposure Draft, Proposed Revisions to the Code Pertaining to the Offering and Accepting of Inducements [Electronic resource] // IFAC official web-site, Sep 08, 2017. – Access mode (available on 12/09/2017) :

https://www.ifac.org/publications-resources/exposure-draft-proposed-revisions-code-pertaining-offering-and-accepting?utm_source

*Юрченко Олександр Анатолійович,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

ОБЛІК РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ В ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

Сучасні умови ведення економіки вимагають від суб'єктів господарювання нових підходів до розширення ринків збуту товарів, робіт, послуг і впровадження електронної комерції. Останнім часом продаж товарів через Інтернет-магазини став надзвичайно вигідним, оскільки покупець може зайти у будь-який час на web-сторінку магазину, не витрачаючи кошти на проїзд, та замовити товар, який став йому до вподоби, тоді як продавцю не потрібно витрачати зайві кошти на оренду приміщення для магазину, комунальні платежі, заробітну плату продавців-консультантів тощо.

Однак, для успішної роботи Інтернет-магазину потрібна реклама. Оскільки йдеться про розкручування Інтернет-ресурсу, розглянемо найбільш поширені види реклами саме в цьому сегменті: пошукова оптимізація сайту (SEO) медійна, банерна, контекстна реклами, просування товарів через соціальні мережі:

Так, аббревіатура SEO (від англ. search engine optimization) означає просування сайту рекламодавця в рейтингу пошукових систем [1, с. 63]. Простіше кажучи, це розкручування сайту. Для того, щоб сайт посідав провідні позиції в рейтингу пошукових систем, а відтак потрапляв до топ-результатів пошуку, проводяться певні роботи. Сьогодні SEO – найбільш ефективний і доступний метод просування сайту, яким користуються практично всі Інтернет-магазини.

Медійна реклама (від англ. media – засоби масової інформації) – це текстова, звукова і графічна інформація, покликана привернути увагу цільової аудиторії [1, с. 64]. Як правило, розміщенням такої реклами займаються сторонні компанії, які володіють пошуковою системою і відповідною рекламною мережею. Або ж компанії – посередники між рекламодавцем і власником пошукової системи.