

## РОССИЙСКИЙ РЫНОК АУДИТОРСКИХ УСЛУГ: СТАНОВЛЕНИЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОГНОЗЫ



**Любофеев Владимир Дмитриевич,**

к.э.н., аудитор, член Саморегулируемой организации аудиторов Ассоциации «Содружество»; 119192, г. Москва, Мичуринский проспект, дом 21, корпус 4  
lubofeev.kfk@mail.ru



**Овчаренко Алина Владимировна,**

ассистент аудитора ООО «Сфера»; 191023, г. Санкт-Петербург, наб. Фонтанки, д. 59  
ovcharenko.a@mail.ru



**Штезель Анна Юрьевна,**

к.э.н., доцент кафедры торговли и общественного питания, РЭУ им. Г.В. Плеханова; 350916 г. Краснодар, ул. Северная, 360  
winterfang@mail.ru

Мировой рынок аудиторских услуг – наиболее динамично развивающийся рынок, несмотря на то, что сама по себе аудиторская деятельность – новая отрасль в экономике. В нашей стране аудит появился относительно недавно, но, тем не менее, за прошедшие 20 с небольшим лет сумел упрочить свои позиции и доказать свою необходимость для широкого круга пользователей и исполнителей. В текущей рыночной ситуации, из-за большого количества обанкротившихся банков и других организаций, активно встает вопрос о повышении качества предоставления аудиторских услуг. Целевое развитие рынка аудиторских услуг и его нормативное регулирование является залогом обеспечения экономической безопасности государства, динамичного развития экономики, рационального использования всех видов государственных ресурсов, социально-экономического благополучия граждан и юридических лиц.

**Ключевые слова:** аудит; аудиторские услуги; индивидуальные аудиторы; внешний контроль качества работы; Саморегулируемые организации аудиторов (СРОА); показатели российского рынка аудиторских услуг.

Общие начала маркетинга (методология, инструменты, принципы, задачи и так далее) разработаны уже давным-давно, подробно описаны в разнообразной литературе и используются на практике. Они, в своем классическом миксе, стандартны и применимы для любой отрасли народного хозяйства. Следует лишь учитывать особенности этих отраслей, рассматривая их в маркетинговой плоскости.

Рынок аудиторских услуг, как и любая другая область ведения бизнеса, тоже имеет свои характерные черты и отличительные особенности применяемого мар-

кетингового инструментария. Ниже обозначены эти ключевые характеристики.

Если следовать самой широкой интерпретации, то аудит заключается в проверке правильности ведения фирмами своей финансовой отчетности в соответствии с нормами и стандартами. А так как законы, согласно которым осуществляется аудиторская проверка, принимает правительство, то аудитор обязан их придерживаться, и при этом никакой самостоятельности. То есть можно сказать, что аудиторский рынок, в отличие от рынка потребительских товаров и услуг, сильно «ограни-

чен» для творчества (новаторства) и разного рода рыночных ухищрений. Другими словами, основная услуга аудиторских компаний (очередность шагов, сроки, ответственные лица и т.д.) четко определена государством, и оказать ее «как-то иначе, не так как другие аудиторы», никак не получится – есть жесткие рамки, правила, процедуры, регламент, требования. На рынке аудиторских услуг «товар» стандартен, идентичен, един для всех его участников, и «разгуляться» на таком рынке сложно (читай невозможно).

Но справедливости ради стоит отметить, что есть-таки некоторые