
Розвиток аудиту та його значення в забезпеченні стабільності та довіри в соціально-економічних системах

УДК 657.6

В.П. БОНДАР, *д.е.н, професор,*
ННЦ "Інститут аграрної економіки" НААН, м. Київ

РЕПУТАЦІЯ АУДИТОРСЬКОЇ КОМПАНІЇ ЯК СКЛАДОВА ЯКОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

Одним із важливих складових показників якості аудиторських послуг є репутація аудиторської компанії. Аудиторська компанія з бездоганною репутацією може мати широке коло клієнтів, які, в свою чергу, надають позитивні відгуки і рекомендації компанії, сприяючи залученню нових клієнтів. Репутація аудиторської компанії формується поступово на основі виконання робіт її професійним складом. Від того настільки компанія може задовольнити вимоги і потреби своїх клієнтів залежить її доходність.

Сьогодні функціонує чимало аудиторських фірм, які не мають достатнього досвіду роботи в галузі. До штату цих фірм залучаються спеціалісти з недостатньою кваліфікацією. Висококваліфіковані спеціалісти у таких фірмах не затримуються, адже вони не хочуть працювати на керівника, який має нижчий за них фах. Як результат така фірма є нереспектабельною і неприбутковою, оскільки задовольнити потреби своїх клієнтів у повному обсязі не в змозі. Тому така фірма не буде мати належної репутації та довго працювати в даній сфері не зможе.

Ділова репутація аудитора залежить не тільки від норм, встановлених законодавством, але й від особистих якостей осіб, що присвятили себе аудиторській діяльності. Якісний аудит необхідний кожному клієнту.

Питання визначення змісту поняття репутації та вивчення напрямів її впливу на діяльність аудиторської компанії становить

актуальний напрям науково-практичних досліджень у галузі аудиту.

До визначення поняття репутації автори підходять по-різному (табл. 1). Як правило, розглядається репутація окремої людини або певного товару. Проте в кожному випадку є позитивні або негативні якості, якими володіє їх носій, і які сприймаються іншими особами при спілкуванні з носієм репутації чи при споживанні товару.

Таблиця 1

Визначення поняття «репутація» в довідкових джерелах

№ п/п	Автор	Визначення
1.	Даль В.І. [2, с. 93]	Репутація – слава людини, загальна думка про когось
2.	Мочерний С.М. [1, с. 140]	Репутація: - загальна думка, що складається про позитивні якості чи недоліки товару або юридичної особи; - про гідність, діловитість (або їх відсутність) людини.
3.	Ожегов С.І. [3, с. 553]	Репутація – набута кимось або чимось суспільна оцінка, складена загальна думка про якості та достоїнства і недоліки когось або чогось.
4.	Уолт Н., Маркузе Я., Лайз Д., Мартин Б. [4, с. 403]	Репутація марки – показник (а на практиці контроль) того місця, яке займає у свідомості споживачів марка виробника по відношенню до конкуруючих продуктів.

За даними таблиці можна зробити висновок, що репутація визначає сприйняття суспільством певного явища та характер відношення до нього.

Відносно аудитора поняття аудитора носить доволі жорсткий характер. Аудитор не має права на помилку, адже це може стати вирішальним для діяльності клієнта, і як наслідок втрати репутації аудитора та аудиторської фірми. Якщо аудитор один раз припустився помилки, порушив принципи етики, тоді немає жодних гарантій, що це не повториться знову. Користувачі фі-

нансової інформації, підданої аудиту, не матимуть довіри до аудитора з порушеною репутацією, внаслідок заниженої репутації матиме аудиторська фірма, яка буде втрачати своїх клієнтів.

Репутація аудиторської компанії та практикуючих аудиторів на пряму залежить від якості аудиторських послуг та професійного судження аудитора.

Значну роль у формуванні репутації аудиторської компанії відіграє склад її фахівців та її керівництво (партнер, що управляє компанією, або власник компанії). Основними факторами, що формують репутацію аудиторської компанії є:

1. на рівні аудиторської компанії:
 - компетентне керівництво;
 - кваліфікований персонал;
 - база користувачів послуг;
 - рівень якості послуг;
 - наявність внутрішніх стандартів;
 - постійний контроль над персоналом під час надання послуг;
 - досвід роботи на ринку аудиторських послуг;
 - проведення періодичного моніторингу персоналу;
 - оформлення приміщення офісу;
2. на рівні аудитора:
 - дотримання принципів етики аудиторів;
 - досвід роботи;
 - рівень кваліфікації;
 - виконання професійних обов'язків на високому рівні;
 - дотримання вимог внутрішніх стандартів компанії;
 - проходження курсів підвищення кваліфікації;
 - наявність ділових та особистих якостей.

Репутація є базовим активом будь-якої аудиторської компанії, головною рушійною силою у її зростанні та розвитку, оскільки вона багато в чому визначає рівень доходів компанії. Також репутація є основним капіталом практикуючого аудитора. При цьому репутація аудиторської компанії безпосередньо залежить і формується на базі репутації аудиторів, що працюють в ній.

Аудиторська компанія повинна, насамперед, поширювати довіру і впевненість. Під час оцінки репутації може здійснюватися її поділ на такі види як позитивна та негативна. Позитивна репутація може носити стійкий та нестійкий характер. Негативна репутація може поділятися на сумнівну, прозору та зіпсовану.

Оцінка репутації аудиторської компанії може здійснюватися за різними критеріями, серед яких основними є фінансова успішність компанії, кількість і якість проектів, в яких брала і бере участь компанія, дотримання принципів етики, законодавства та інші.

Позитивна репутація не завжди базується на великих оборотах діяльності, вона не визначається зайнятим місцем в рейтингах, фешенебельними офісами, отриманими нагородами і проведеними презентаціями.

Найбільшого значення при набутті позитивної репутації відіграють принциповість, послідовність у відстоюванні позиції, уміння відокремлювати безпосередні завдання аудитора від сумнівних пропозицій, якими б привабливими вони не були, здатність поставити інтереси клієнта, якщо не вище, то, принаймні, на рівні з власними. Наведені характеристики повинні реалізовуватись разом професіоналізмом, накопиченим досвідом на ринку надання аудиторських послуг, а також надійною командою, здатною працювати на спільну мету.

Найбільша залежність репутації аудиторської компанії визначається якістю послуг, що надаються клієнтам. Таку залежність можна прослідкувати за зворотнім зв'язком. Зворотній зв'язок між репутацією аудиторської компанії та якістю аудиту виявляється в тому, що якість визначає рівень репутації компанії. Висока репутація, в свою чергу, вимагає підвищення якості надання аудиторських послуг. Робота щодо створення, зміцнення і підтримки позитивної репутації носить щоденний характер.

Отже, від якості аудиторських послуг та професійного судження аудитора залежить репутація аудиторської компанії та практикуючих аудиторів. Репутація аудиторської компанії формується поступово на основі виконання робіт її професійним складом.

Список використаних джерел

1. Економічна енциклопедія. У трьох томах. Т.3 / Редкол.: С.М. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
2. Толковий словарь живого великорусского языка: в 4 тт. Т.3.: П. – Оформл. «Диамант». – Спб. ООО «Диамант», 1996. – 560 с.
3. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М. Сов. энциклопедия, 1968. – 900 с.
4. Уолт Н., Маркузе Я., Лайз Д., Мартин Б. Экономика и бизнес. АЯ: Словарь-справочник / Пер. с англ. К.С. Ткаченко. – М.: ФИАР-ПРЕСС, 1999. – 624 с.

УДК 336.078.3

Н.Г. ВИГОВСЬКА, *д.е.н., професор,
кафедра фінансів,
Житомирський державний технологічний університет*

О.Л. СТЕБЛЯНКО, *заступник начальника управління
Держземагентства у Житомирському районі
Житомирської області,
здобувач кафедри фінансів,
Житомирський державний технологічний університет*

МІСЦЕ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В СИСТЕМІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

Проблеми державного регулювання земельних відносин, подальшого розвитку земельного законодавства, раціонального використання та поліпшення земель мають різні трактування як в теорії, так і на практиці, а становлення і розвиток ринку земель є одним з найбільш дискусійних питань аграрної політики в Україні.

Сучасний міжнародний досвід свідчить про посилення впливу держави на ринок земель, що проявляється у застосуванні низки економічних важелів, які сприяють концентрації земель, особливо сільськогосподарських, формуванню сталих землеволодінь і землекористувань. У жодній країні світу не існує абсо-