

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА АУДИТОРСКИХ УСЛУГ

© 2012 К.С. Павлова*

Ключевые слова: аудит, качество аудиторских услуг, методика оценки качества, математико-статистическая оценка характеристик потребителей, дисперсия, коэффициент корреляции, коэффициент весомости.

Предложена система показателей, позволяющих оценить воспринимаемую ценность аудиторской услуги. Представлен алгоритм обработки данных спроса потребителей аудиторских услуг, основанный на выявлении корреляционной связи зависимой и независимой переменных. Выявлены факторы, оказывающие наибольшее влияние на пользователей при выборе исполнителей аудиторской услуги. Представлены демонстрационные расчеты на основе указанной методики.

Аудит - неотъемлемая часть хозяйственной деятельности, обеспечивающая безопасность и непрерывность деятельности предприятий. Согласно ФЗ № 307 от 30.12.2008 г. "Об аудиторской деятельности", ряд организаций в Российской Федерации относятся к объектам обязательного аудита. Соответственно, аудиторские услуги необходимы не только для внешнего контроля финансовой и бухгалтерской деятельности организации, но и для подтверждения информации, содержащейся в ее отчетности. Данная информация необходима внутренним и внешним пользователям, включая совет директоров, учредителей и собственников бизнеса, инвесторов, контролирующие органы.

Проблема качества аудиторских услуг достаточно актуальна. Качество услуг необходимо не только покупателям, но и поставщикам. Для аудиторских организаций повышение качества их услуг - это способ конкурентной борьбы на рынке. Для инвесторов, к примеру, достоверное и грамотно составленное аудиторское заключение служит ключом принятия решения о рентабельности бизнеса.

Актуальной проблемой является выбор методики оценки качества аудиторских услуг. В предлагаемой методике предусмотрен алгоритм действий, включающий в себя обоснование состава частных показателей качества услуг, математические расчеты, выполненные с использованием экспертных и экономико-математических методов, а также программных продуктов.

К показателям качества специалисты относят количественные или качественные требо-

вания, которые установлены согласно характеристикам и условиям объекта, необходимым для реализации и проверки¹. В состав частных показателей были включены следующие параметры клиентской оценки качества услуг аудиторской компании: уровень квалификации, полезность услуги, соблюдения принципа законности, известность организации, уровень цен, сроки оказания услуг, уровень сервиса, соблюдение этических норм, степень ответственности, общая степень удовлетворенности.

Уровень квалификации сотрудников может быть определен исходя из трех важнейших критериев: это количество аттестованных аудиторов, количество профессиональных специалистов с опытом более трех лет, наличие знаний по специфике деятельности клиента. Вторым фактором оценки является полезность услуги - ее соответствие реальным ожиданиям клиента от оказываемой аудиторской услуги. Клиенты распределяют баллы согласно их восприятию услуги и экспертной оценке сотрудников. Следующим критерием выступает соблюдение законодательных норм аудиторами. Аудиторская проверка должна проводиться согласно нормативно-правовым актам РФ и международному законодательству (соблюдение норм и законов Министерства финансов РФ и Совета по аудиторской деятельности, федеральных стандартов аудиторской деятельности, Кодекса профессиональной этики аудиторов, соответствие нормам и правилам саморегулируемых организаций, соблюдение внутренних методик аудита и внутрифирменных стандартов, а также международных стандартов аудиторской и бухгалтерской отчетности).

* Павлова Ксения Сергеевна, аспирант Самарского государственного экономического университета.
E-mail: mrs.pavlova@list.ru.

Известность организации - четвертый фактор оценки качества ее деятельности. В данном случае со стороны клиентов необходим анализ деловой репутации и позиции аудиторской компании на рынке, степени ее узнаваемости. При оценке критерия уровня цен были выделены три степени: высокая, среднерыночная, низкая. Как показало исследование, большинство клиентов, особенно представители малого бизнеса, отдают предпочтение минимальной стоимости услуг на рынке. Конечно, низкая цена не всегда является залогом качества услуг.

Следующий немаловажный фактор оценки качества услуг - сроки проведения аудита. Период аудиторской проверки прописывается в договоре оказания услуг. При средних объемах выручки и документооборота обязательный аудит проводится в срок от двух недель. Время проведения аудита влияет и на стоимость оказываемых услуг, так как стоимость у большинства компаний рассчитывается за час отработанного времени, а не за весь объем оказанных услуг. Соответственно, короткие сроки аудиторской проверки привлекают клиентов в большей степени.

Уровень сервисного обслуживания - седьмой критерий оценки. Клиент аудиторской компании ориентируется на поведение и отношение сотрудников, на их внешний облик. Основными характеристиками оценки персонала служат: добросовестность, личные качества сотрудников, доброжелательность и приветливость. В отличие от других видов деятельности, при выборе аудитора уделяется наименьшее внимание интерьеру

и месту расположения офиса, так как проверки в основном имеют выездной характер.

Одним из наиболее важных факторов оценки для клиентов является конфиденциальность. Утечка информации представляет серьезную угрозу конкурентоспособности предприятия. Кодекс профессиональной этики включает в себя пять важнейших этических норм: это честность, объективность, профессиональная компетентность и должная тщательность, конфиденциальность. Соблюдение принципов проведения аудита - залог качественной и быстрой работы.

Аудиторские услуги должны быть не только качественными, но и правомерными. Аудитор и аудиторская компания несут ответственность за документальное заключение или любые другие оказанные услуги согласно законодательству РФ. Степень ответственности зависит от существенности ошибок, критерии оценки которой изображены на рисунке.

Общая степень удовлетворенности клиента складывается из интегральной оценки всех показателей и единовременной оценкой отражает степень доверия к аудиторской компании.

Содержание методики оценки качества аудиторских услуг рассмотрим на примере аудиторской компании - ООО "Центр Аудит".

В процессе сбора данных об ООО "Центр Аудит" проводилось анкетирование потребителей аудиторских услуг. Респондентами выступили 40 организаций различной организационно-правовой формы, которые являются потребителями услуг ООО "Центр Аудит". Специализи-

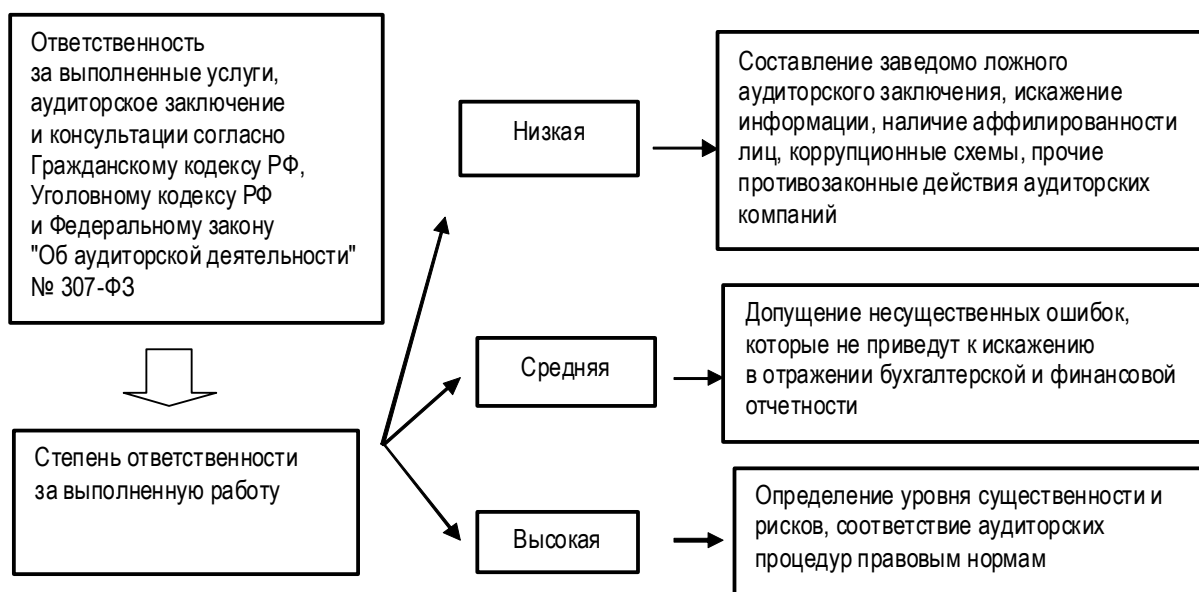


Рис. Степень ответственности аудиторов за оказанные услуги

сты отмечают, что методика анкетирования эффективна, так как имеет простую структуру для восприятия и служит наглядной моделью оценки качества элементов обслуживания.

Данные опросов потребителей аудиторских услуг были подвергнуты математико-статистической обработке. В результате были выявлены математико-статистические характеристики оценок потребителей как случайных величин: средних баллов оценки частных показателей качества аудиторских услуг, дисперсий балльных оценок, их среднеквадратических отклонений и коэффициентов вариации оценок. Расчеты этих и других математико-статистических характеристик проводились с использованием программного продукта в матричном виде:

A - матрица балльных оценок частных показателей качества аудиторских услуг и их частот, построенная по данным таблицы анкетирования;

X_B - средний балл оценки частного показателя качества аудиторских услуг;

D - дисперсия среднего балла оценки частного показателя качества аудиторских услуг;

σ - среднеквадратическое отклонение среднего балла оценки частного показателя качества аудиторских услуг;

V - коэффициент вариации средних баллов оценки частного показателя качества аудиторских услуг.

Расчеты математико-статистических характеристик балльных оценок организациями - потребителями аудиторских услуг такого частного показателя качества, как уровень квалификации сотрудников аудиторской организации, имеют следующий вид:

$$A = \begin{pmatrix} 0 & 1 \\ 1 & 0 \\ 2 & 1 \\ 3 & 2 \\ 4 & 1 \\ 5 & 1 \\ 6 & 2 \\ 7 & 6 \\ 8 & 5 \\ 9 & 12 \\ 10 & 9 \end{pmatrix} \quad \text{ORIGIN} = 1 \quad i = 1, \dots, 11$$

$$X_i = A_{i,1} \quad m_i = A_{i,2}$$

$$X_B = \frac{A^{(1)} \times A^{(2)}}{40} \quad X_B = 7,725$$

$$D = \frac{(A^{(1)})^2 \times A^{(2)}}{40} - X_B^2 \quad D = 5,849$$

$$\sigma = \sqrt{D} \quad \sigma = 2,419 \quad V = \frac{\sigma}{X_B} \quad V = 0,313$$

Согласно математико-статистической характеристике, средний балл уровня квалификации сотрудников составляет 7,725 из 10 возможных, коэффициент корреляции 0,864, а коэффициент весомости 2,419, что показывает высокий уровень профессионализма сотрудников и важность данного фактора оценки, однако существует возможность для повышения его уровня.

Аналогичные расчеты математико-статистических характеристик оценок потребителями качества аудиторских услуг ООО "Центр Аудита" проведены по другим его частным показателям, а результаты расчетов представлены в табл. 1.

Из таблицы становится очевидным, что для клиента наибольшую значимость имеют "соблюдение принципа законности" (9 баллов), "уровень сервиса" (8,225 балла), "соблюдение этических норм" (8,125 балла). При этом показатель корреляции позволяет отметить высокие уровни взаимозависимости показателей воспринимаемого качества услуг от уровня квалификации сотрудников (0,864), полезности услуги (0,886) и степени ответственности (0,878).

Далее был определен коэффициент весомости частных показателей в общем показателе качества аудиторских услуг с использованием экономико-математического метода. Экономико-математический метод определения коэффициентов весомости частных показателей качества аудиторских услуг в общем показателе основан на расчете коэффициентов корреляции изменения частных показателей качества с изменением такого показателя, как общая степень удовлетворенности потребителей услугами аудиторской организации. Чем выше коэффициент корреляции между частным показателем качества и показателем степени удовлетворенности потребителей, тем выше коэффициент весомости данного частного показателя в общем показателе качества аудиторских услуг.

Таблица 1

Математико-статистические характеристики оценок потребителями качества аудиторских услуг ООО “Центр Аудит”

№ п/п	Частный показатель качества аудиторских услуг	Средний балл	Дисперсия	Среднеквадратическое отклонение	Коэффициент вариации	Коэффициент корреляции
1	Уровень квалификации сотрудников	7,725	5,849	2,419	0,313	0,864
2	Полезность услуги	8,075	3,569	1,889	0,234	0,886
3	Соблюдение принципа законности	9,000	1,350	1,162	0,129	0,413
4	Известность организации	6,850	2,878	1,696	0,248	0,487
5	Уровень цен	6,925	2,154	1,468	0,212	0,441
6	Сроки оказания услуг	6,900	1,890	1,375	0,199	0,418
7	Уровень сервиса	8,225	2,915	1,707	0,208	0,380
8	Соблюдение этических норм	8,125	3,450	1,857	0,231	0,442
9	Степень ответственности	7,850	4,150	2,037	0,259	0,878

Расчеты соответствующих коэффициентов корреляции проведены с использованием программного продукта и имеют следующий вид:

Y - матрица балльных оценок общей степени удовлетворенности потребителей услугами аудиторской организации и их частот;

X - матрица балльных оценок частного показателя качества аудиторских услуг и их частот;

$corr$ - оператор вычисления коэффициента корреляции между Y и X .

Так, проведем определение коэффициента корреляции между уровнем квалификации сотрудников аудиторской организации и степенью удовлетворенности потребителей:

$$Y = \begin{pmatrix} 0 & 1 \\ 1 & 0 \\ 2 & 1 \\ 3 & 2 \\ 4 & 1 \\ 5 & 1 \\ 6 & 2 \\ 7 & 6 \\ 8 & 5 \\ 9 & 12 \\ 10 & 9 \end{pmatrix} \quad X = \begin{pmatrix} 0 & 0 \\ 1 & 0 \\ 2 & 1 \\ 3 & 0 \\ 4 & 1 \\ 5 & 0 \\ 6 & 0 \\ 7 & 7 \\ 8 & 13 \\ 9 & 14 \\ 10 & 4 \end{pmatrix} \quad corr(Y, X) = 0,864.$$

Аналогично проведены расчеты коэффициентов корреляции между изменением показателя степени удовлетворенности потребителей услуг аудиторской организации и

изменением других частных показателей качества аудиторских услуг. Значения полученных коэффициентов корреляции представлены в табл. 2.

Определение коэффициентов весомости частных показателей качества аудиторских услуг в его общем показателе было осуществлено на основе расчета доли коэффициента корреляции каждого частного показателя качества в сумме всех коэффициентов корреляции. Значения коэффициентов весомости представлены в табл. 2.

Общий показатель качества аудиторских услуг, оказываемых ООО “Центр Аудит”, рассчитан как сумма произведений средних баллов оценки каждого частного показателя качества на его коэффициент весомости (см. табл. 2). Значение общего показателя качества аудиторских услуг организации составило 7,762 балла, что свидетельствует о наличии потенциальных резервов повышения качества на 2,238 балла, или на 22,4%. Особое внимание аудиторской организацией “Центр Аудит” должно быть уделено повышению ее известности, установлению обоснованных цен на оказываемые услуги и сокращению сроков проведения аудита. Эти показатели имеют наименьший средний балл в оценках потребителей.

Качественно организованные процессы реализации, производства, потребления аудиторских и сопутствующих услуг вызывают у заказчиков желание иметь статус “постоянный клиент”, что позволяет поддерживать с ними дли-

Таблица 2

Оценка качества аудиторских услуг ООО "Центр Аудит"

№ п/п	Частный показатель качества аудиторских услуг	Средний балл	Коэффициент корреляции	Коэффициент весомости	Произведение средних баллов и коэффициентов весомости
1	Уровень квалификации сотрудников	7,725	0,864	2,419	0,313
2	Полезность услуги	8,075	0,886	1,889	0,234
3	Соблюдение принципа законности	9,000	0,413	1,162	0,129
4	Известность организации	6,850	0,487	1,696	0,248
5	Уровень цен	6,925	0,441	1,468	0,212
6	Сроки оказания услуг	6,900	0,418	1,375	0,199
7	Уровень сервиса	8,225	0,380	1,707	0,208
8	Соблюдение этических норм	8,125	0,442	1,857	0,231
9	Степень ответственности	7,850	0,878	2,037	0,259
Сумма значений		-	5,209	1,000	7,762

тельные деловые отношения и обеспечивать стабильное положение компании на рынке.

Предлагаемая методика оценки качества аудиторских услуг может быть использована в двух направлениях. Во-первых, для анализа практической деятельности организации в принятии мер по возникающим отклонениям от предыдущих данных. Во-вторых, представленный методический подход может быть использован для привлечения новых клиентов путем позиционирования компаний на фоне конкурентов.

¹ Кириллова Л.К., Кадиленко А.Н. Многокритериальная оценка качества информационно-справочных изданий // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2010. □ 10 (72); Тойменцева И.А. Экономико-математические методы определения качества услуг автомобильного транспорта // Вектор науки ТГУ. 2011. □ 4 (18); Фадеева Н.В. Методология оценки качества услуг // Вестн. ТГТУ. 2012. Т. 18. □ 2; Хаксвер К. Управление и организация в сфере услуг / пер. с англ. под ред. В.В. Кулибановой. 2-е изд. СПб., 2002.

Поступила в редакцию 27.08.2012 г.