

**О.С. Кириллова, Г.И. Золотарева,
Федоренко И.В.**

*Сибирский государственный аэрокосмический университет имени
академика М.Ф. Решетнева*

СТАНДАРТИЗАЦИЯ АУДИТА

Стандартизация аудита является объективным процессом его развития, однако развитие стандартизации должно происходить на научной основе. Целью стандартизации должен быть рост качества аудиторских услуг, и, как следствие, повышение доверия пользователей к бухгалтерской отчетности и улучшение инвестиционно-финансового климата. С другой стороны, все более глубокая интеграция России в мировое экономическое сообщество предполагает унификацию национальных стандартов, их максимальное приближение к единым международным требованиям.

Саморегулируемая аудиторская организация (СРО) имеет право разрабатывать для своих членов собственные стандарты, соблюдение которых будет являться для них обязательным. Основные принципы существования данных стандартов остаются неизменными, их требования не должны быть ниже, чем требования федеральных стандартов. С точки зрения повышения качества проверки, оказания методологической помощи для своих членов, аудиторская СРО обязана уделять вопросам разработки стандартов повышенное внимание. Варианты действий СРО по поводу разработки и внедрения собственных стандартов в настоящее время можно сгруппировать в виде пяти основных направлений:

1. Отказ от разработки и внедрения стандартов СРО.
2. Принятие внутренних стандартов СРО, повторяющих текст федеральных стандартов.
3. Принятие внутренних стандартов СРО на основе готовых комплектов, разрабатываемых и предлагаемых на федеральном уровне либо сторонними аудиторскими объединениями.
4. Разработка собственных стандартов, в том числе с использованием текстов федеральных стандартов и стандартов сторонних аудиторских объединений.
5. Разработка собственных (авторских) аудиторских стандартов СРО как единой системы стандартизации процесса аудита.

Отказ от разработки и внедрения внутренних стандартов имеет существенный недостаток: в условиях конкуренции СРО, не имеющая собственных стандартов, может выглядеть менее привлекательной. Их разработка как единой системы стандартизации процесса аудита требует наличия специалистов высокой квалификации. Интеграция данного процесса в технологию аудита,

адаптированная к организационной структуре и специфике деятельности конкретной аудиторской организации, позволяет получить некоторые конкурентные преимущества и обеспечить высокое качество аудита.

А.Н. Кислицын, В.И. Накарякова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ИННОВАЦИИ В РАЗВИИИ РЕКЛАМЫ

Все активнее развиваются мобильная, интерактивная, 3D-реклама. Для новых технологий в рекламе характерна все большая нацеленность на конкретную аудиторию и построение контакта с потребителями. Еще один инновационный принцип в рекламе – это размещение на площадках, полезных потребителю. К примеру, сегодня популярны z-card: когда реклама размещается на картах метро, картах городов, путеводителях и т.д. Активно стали использоваться всевозможные изображения-проекции на стены зданий, которые моментально захватывают внимание горожан.

3D-анимация, 3D-реклама не только овладевает взглядами потребителя, но и делает рекламу запоминающейся. 3D-анимированный постер не затеряется в "толпе" себе подобных плакатов, основанных на привычных рекламных технологиях. 3D-технологию можно использовать для продвижения самых разных товаров: при грамотном применении она способна серьезно удивить покупателя. 3D-дисплеи, расположенные в местах продаж, прекрасно передают объемное изображение, наилучшим образом представляя товар. Одним из развивающихся видов рекламы можно назвать SMS/MMS-рекламу. Ее использование гарантирует 100%-е получение информации и ее прочтение.

Именно поэтому мобильный контент активно продвигается и используется многими рекламодателями. Кроме того, здесь мы имеем еще одно важное преимущество – возможность сделать рекламу четко направленной на целевую аудиторию и отобрать узкий сегмент потребителей (например, только студентов, только родителей и т.д.). Эта технология очень эффективна для использования в презентациях, на выставках. Она представляет собой специальную систему, которая реагирует на движение людей. Ее преимущества – это большой размер, наглядность, яркость и оригинальность, что обеспечивает внимание со стороны аудитории. Мобильная реклама способна лучше других видов продвижения привлекать внимание. Она движется, озвучивается и вместе с тем довольно не назойлива. Скорее, такая реклама призвана развлекать и вовлекать потребителя в процесс, чем просто рассказывать о качествах товара. Высокая степень интерактивности эффективнее работает с целевой аудиторией, что обеспечивает высокий отклик покупателей. Голографическая реклама также