

организации пополнять трудовые ресурсы молодыми кадрами, затраты на образование которых вполне окупаются приносимой в организацию прибылью.

При подходе «практика + опыт + знания» возможной становится подготовка эффективных специалистов, которыми и должно осуществляться управление компанией. В примере модели «идеального управления компанией» допустим вариант, когда каждый специалист организации при определенных усилиях может взять на себя ответственность по управлению организацией. Оптимальным является вариант, когда управление компанией осуществляет руководитель, разбирающийся в отрасли деятельности организации, обладающий лидерскими качествами, а также практическими навыками. Экономист же может являться хорошим специалистом, но рассредоточение сил на управление предприятием и прямые рабочие обязанности снизит его эффективность. Поэтому наиболее важно предоставлять управление компанией специализированному управленческому звену.

**В.О. Суменкова, К.Ю.Котова**

*Пермский государственный университет*

## **АУДИТ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Для российских аудиторских компаний кризис стал испытанием на прочность и устойчивость, и обусловил падение спроса на аудиторские услуги. Значительное число компаний не выдержало тяжелых условий и покинуло рынок. Оставшиеся на рынке аудиторские фирмы пытаются приложить максимум усилий, чтобы удержаться, в том числе за счет снижения цен на собственные услуги и даже жестких демпинговых войн. Демпинг, в свою очередь, обусловил снижение качества аудиторских услуг и возникновение кризиса доверия со стороны клиентов, тем самым в еще большей степени усилив падение спроса. Таким образом, наблюдается замкнутый круг зависимости одних явлений от других.

Разомкнуть круг может создание новой системы аудита, которая бы предполагала улучшение качества оказываемых аудиторских услуг. Качество определило бы повышение доверия и соответственно повышение спроса на услуги. Возможность сформировать доверие заключается в решении проблемы повышения качества оказываемых аудиторских услуг, а именно, в предоставлении актуальной независимой финансовой информации не только о прошлом или текущем, но и перспективном состоянии предприятия.

Квалификационный аудиторский анализ отчетности вместе с дополнительными процедурами должен обеспечивать возможность оценки качества управления предприятием, платежеспособности, экономической эффективно-

сти, соответствия динамики экономических показателей предприятия тенденциям развития рыночного окружения. Аудит достоверности годовой финансовой отчетности должен стать составной частью нового аудита устойчивости предприятий, а не только их бухгалтерской отчетности.

Главными задачами аудита устойчивости должны стать выявление рисков клиента и инвестора, определение уровня склонности предприятия к банкротству. Система нового аудита устойчивости позволит предприятиям по-другому взглянуть на аудиторские услуги, понять действительную пользу от проведения аудита. Информация об успешном прохождении аудита устойчивости и наличие соответствующего аудиторского заключения будет очень важна для контрагентов, клиентов и инвесторов.

**И.В. Трифанов, Е.И. Чучкалова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **К ВОПРОСУ О ЦЕНООБРАЗОВАНИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Вопрос ценообразования является одной из труднейших задач, стоящих перед любым предприятием: именно цена предопределяет успехи предприятия – объемы продаж, доходы, получаемую прибыль. Кроме того, цена была и остается важнейшим критерием принятия потребительских решений.

Для того чтобы продать свой товар или услугу на рынке, производитель должен назначить на них цены, которые были бы приемлемы покупателям, иначе их невозможно будет удачно продать на рынке. Поэтому организация должна выбрать правильную ценовую политику. Установление слишком высокой цены может обернуться потерей интереса к приобретению. Назначение низкой цены также может спровоцировать отрицательную реакцию, например, сомнение в качестве продукта или в умении и опыте предпринимателя. Именно поэтому, запрашиваемая цена определяет качество товара или услуги в сознании покупателя и помогает определить положение данного продукта на рынке.

Следует обратить внимание на сложность формирования ценовой политики предприятия, поскольку в ценообразовании участвует большое количество торговых и торгово-посреднических фирм на всем пути товара от производителя к потребителю. Предприятия, стремящиеся проводить грамотную ценовую политику, прежде всего, должны расставить приоритеты между рядом задач:

- получение максимальной прибыли;
- завоевание рынка сбыта;
- снижение затрат;
- борьба с конкурирующими товарами;
- рост объема производства и продаж;