

- внутренний контроль - осуществляемый служащими самих аудиторских фирм.

Контроль качества аудиторских услуг со стороны государства происходит в форме нормативно-правового регулирования, а также через выдачу лицензий аудиторам и аудиторским организациям и периодическую квалификационную аттестацию аудиторов. Этот вид контроля служит для профилактики нарушений и поддержания аудиторских услуг на определенном профессиональном уровне. Современная ситуация, сложившаяся на рынке аудиторских услуг, диктует необходимость принятия жестких мер государственного регулирования аудита. Однако, как показывает анализ зарубежного опыта, со временем значение внешнего контроля за качеством работы аудиторов уменьшится и возрастет роль внутреннего контроля. Основной целью такого контроля является контроль за соблюдением национальных стандартов аудита и процессом оказания самих услуг.

Важным вопросом при рассмотрении проблемы контроля качества является определение того, что считать качественным аудитом. В зарубежной практике, в том числе в Российской Федерации, критерием качества аудиторских проверок стало исполнение аудиторами всех требований аудиторских стандартов. Поэтому я считаю, что и сами требования, процедуры и организация контроля качества работы аудиторов должны быть изложены в специальном национальном стандарте аудиторской деятельности. В тоже время не надо забывать и вторую половину вопроса - ответственность аудиторов за качество проводимых ими проверок и часть стандарта посвятить рассмотрению этой проблемы.

И. А. Еловой, канд. техн. наук
Белорусский государственный университет транспорта

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Несмотря на ведущую роль железнодорожного транспорта в общей транспортной системе страны, за последние годы большая часть ценных грузов стала перевозиться автомобильным транспортом. Одна из главных причин создавшегося положения - снижение качественных показателей перевозочного процесса или несоответствие оказываемых транспортных услуг современным требованиям.

Наиболее важные для клиентуры качественные показатели процесса доставки продукции: транспортные издержки при перевозке грузов железнодорожным транспортом (87-96 % опрошенных клиентов согласны с этим); сохранность перевозимых грузов (75-78 %); возможность осуществления перевозки грузов по предъявлению (49-65 %); срок доставки грузов (45-63 %); перевозка грузов "от двери" грузоотправителя "до двери" грузополучателя

(41-45 %); доставка грузов к точно установленному времени (43-47 %); наличие рациональных схем размещения и крепления грузов на подвижном составе (40-42 %); высокие штрафы за простой вагонов (30%) и некоторые другие показатели.

В процессе выполнения маркетинговых исследований были также выявлены основные существующие недостатки в работе железнодорожного транспорта, которые негативно отражаются на деятельности клиентов: наличие сложной системы тарифов и сборов; сложность оформления экспортно-импортных грузов в таможенном отношении; сложность оформления перевозочных документов; неудовлетворительная работа таможенных органов на железнодорожном транспорте; подача под погрузку неочищенного подвижного состава и другие.

Наличие вышеперечисленных недостатков позволяет сделать вывод, что повышение конкурентоспособности железнодорожного транспорта невозможно без глубоких исследований внутренних потребностей клиентов, учета их потерь и дополнительных денежных поступлений за счет транспортного фактора, сравнений вариантов доставки продукции (сырья) различными видами транспорта с позиций транспортных издержек, учитывающих внутренние потери предприятий. При этом в конкурентной борьбе с другими видами транспорта железная дорога может достигнуть основных успехов именно за счет улучшения качества транспортного обслуживания клиентов.

В результате выполненных исследований установлены единичные и выделены комплексные показатели конкурентоспособности первого и второго уровня. В качестве комплексных показателей конкурентоспособности первого уровня предлагаются: обеспеченность перевозочными приспособлениями и пригодными в коммерческом отношении перевозочными средствами (объединяет пять единичных показателей); возможность перевозки грузов по предъявлению (три единичных показателя); наличие технических и технологических резервов (четыре единичных показателя); надежность доставки груза (три единичных показателя); приспособленность к естественным условиям (три единичных показателя); платежеспособность клиентов (три единичных показателя); информационная обеспеченность клиентов (два единичных показателя); комплексность транспортного обслуживания (четыре показателя); рациональность выполнения технических и коммерческих операций на станциях отправления и назначения (двадцать показателей); своевременность выполнения коммерческих операций на этих же станциях (десять показателей); финансовая обеспеченность перевозки (шесть показателей); гарантированность качества работы на пограничных станциях (три показателя); надежность работы сортировочных и других попутных станций (шесть единичных показателей); приспособленность тарифов и сборов к транспортному рынку (три единичных показателя); экономическая доступность перевозки (три единичных показателя); увеличение запасов продукции и другие отрицательные последствия у клиентов (семь единичных показателей).

Комплексные показатели конкурентоспособности второго уровня, объединяющие показатели первого уровня: доступность транспортного рынка; эффективность взаимодействия в стыковых и транзитных пунктах при доставке продукции; экономичность доставки продукции; выполнение договоров и нормативных документов.

В итоге получен обобщенный показатель конкурентоспособности, основанный на транспортных издержках в конечной цене продукции.

На основе предлагаемого обобщенного показателя конкурентоспособности транспортных услуг, основанного на транспортных издержках в конечной цене продукции, может быть выбран способ доставки продукции, в том числе по отдельным родам грузов и видам сообщений с учетом ценовой ситуации на рынке товаров.

Г.Т. Медведева, канд. экон. наук
БФ НИСЗ (Брест)

ЭЛЕМЕНТЫ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В странах с реальной рыночной экономикой давно сложился и эффективно функционирует рынок образовательных услуг. Механизм функционирования данного рынка аналогичен его действию в других сферах; основными категориями данного рынка также являются спрос, предложение и цена. В условиях свободной конкуренции форма собственности образовательных структур не имеет принципиального значения.

В рамках нашей социально-экономической системы (в условиях Республики Беларусь) говорить о реальном функционировании рынка образовательных услуг пока не приходится. Данный рынок находится на начальной стадии своего становления. Традиционно данная сфера деятельности – образование – была полностью монополизирована и находилась в собственности государства. Государство определяло чему учить, кого учить и в каком количестве.

С появлением и развитием различных форм собственности рынок образовательных услуг становится весьма привлекательной сферой приложения капитала. Пожалуй, впервые в рамках нашей экономической системы образовательные структуры становятся реальными субъектами хозяйствования. Естественно, что появление большого количества субъектов хозяйствования значительно расширило сектор образовательных услуг. На нынешнем этапе развития рынка образовательных услуг в их перечень, в основном, входят: получение высшего образования (первого, базового); переквалификация или получение второго высшего образования на базе уже имеющегося; проведение краткосрочных семинаров по целевым проблемам; последипломное образование по программе "Master of business administration"; переквалификация по наиболее де-