

**МИНИСТЕРСТВО ФИНАНСОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
НАЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ ИНСТИТУТ**

**АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ  
НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В 2015 – 2016 ГГ.**

## **ВВЕДЕНИЕ**

В настоящем отчете представлены основные результаты первого крупномасштабного анкетного обследования рынка аудиторских услуг, проведенного в рамках научно–исследовательской работы «Анализ деловой активности на рынке аудиторских услуг в 2015 – 2016 гг.», выполненной НИФИ Минфина России в 2016 г. с участием Департамента регулирования бухгалтерского учета, финансовой отчетности и аудиторской деятельности Минфина России.

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ .....</b>	<b>4</b>
<b>АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В 2015–2016 ГГ. ....</b>	<b>6</b>
<b>ИНДЕКСЫ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В 2005 – 2016 ГГ. ....</b>	<b>22</b>
<b>ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ .....</b>	<b>23</b>

## ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ

Для проведения оценки состояния деловой активности на рынке аудиторских услуг разработан и применен специальный инструментарий. Он включал: анкетные материалы; программный модуль электронного анкетирования; методику обработки данных анкетирования.

Опросный лист в электронном формате состоял из девяти блоков вопросов, отражающих мнения респондентов о содержательной стороне исследуемой темы, и трех вопросов о социально-профессиональном статусе респондентов. Содержательная часть опроса респондентов состояла из трех взаимосвязанных компонентов:

а) вопросов об основных и второстепенных направлениях деятельности аудиторских организаций (индивидуальных аудиторов),

б) вопросов о ключевых показателях их деятельности в статическом и динамическом представлениях (в том числе с оценкой перспектив изменения определенных параметров в следующем периоде по сравнению с текущим),

в) вопросов о состоянии конкурентной среды, позиционирования аудиторских организаций (индивидуальных аудиторов) в настоящих условиях и факторах, отрицательно влияющих на их деятельность.

Социально-профессиональная характеристика респондентов включала сведения о численности занятых в аудиторских организациях, принадлежность к профессиональным сообществам аудиторов (саморегулируемым организациям аудиторов), а также сведения о принадлежности к территории (городу).

Разработанная анкета в электронном формате была размещена в Интернете. Доступ к анкете был предоставлен посредством перехода по ссылке, расположенной в «Личном кабинете Аудитора» на официальном Интернет-сайте Минфина России. Поскольку ссылка на анкету имела вид строки [http](#)-запроса, включающего случайные буквы и цифры, ее было затруднительно подобрать, не получив саму ссылку напрямую от исследователей или других респондентов. Первичное информирование профессионального сообщества об анкетировании осуществлялось посредством электронной почты. Предложенной мотивацией для участия в анкетировании была возможность повлиять на процесс реформирования аудиторской отрасли.

Всего было получено от субъектов рынка аудиторских услуг (аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов) 1589 заполненных анкет. При их обработке акцент был сделан на получение оценок в динамике, а также на получение мнений о перспективах изменения отдельных показателей деятельности аудиторских организаций (индивидуальных аудиторов).

Для обработки содержательных блоков анкеты был введен вспомогательный блок - блок статистики ответов субъектов рынка аудиторских услуг (аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов) – см. таблицу 1.

Таблица 1

## Статистика ответов субъектов рынка аудиторских услуг

Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
		ма- лые	сред- ние	круп- ные	всего	
1	2	3	4	5	6	7
1. Число субъектов РАУ, ед.	713	4068	320	53	4441	5154
2. Доля их на РАУ, %	13,8	79,0	6,2	1,0	86,2	100,0
3. Число субъектов РАУ в ответах, ед.	176	1296	88	29	1413	1589
4. Доля их в ответах, %	11,1	81,6	5,5	1,8	88,9	100,0
5. Доля выборки в ответах (относительно всего РАУ), %	24,7	31,9	27,5	54,7	31,8	30,8
6. Коэффициент распространения, ед.	4,05	3,13	3,64	1,83	3,14	3,25

Примечание: РАУ – рынок аудиторских услуг, ДА – данные анкетирования, ИА – индивидуальные аудиторы, АО – аудиторские организации.

Доля ответивших на анкету среди индивидуальных аудиторов значительно меньше, чем среди аудиторских организаций (24,7 % против 31,8 %). При большом количестве ответов в том и в другом случае это не может быть объяснено погрешностями выборочного метода. По мнению исследователей, это свидетельствует о том, что индивидуальные аудиторы проявили «меньшую сознательность», чем аудиторские организации.

При сложившемся на отечественном рынке аудиторских услуг доминировании среди его субъектов малых аудиторских организаций (79,0 %) «погоду» в полученных ответах делают они, хотя и по роли на рынке аудиторских услуг, и в объемах оказания аудиторских услуг в рублях, и в количестве обслуженных экономических субъектов, и в количестве аудиторов и других работников их вклад гораздо меньше. Это означает, помимо всего прочего, что при интерпретации ответов на анкету в различных вопросах как мнения всего аудиторского сообщества должна быть проявлена повышенная осторожность.

Знание коэффициента распространения, т.е. величины, обратной доле выборки в ответах, позволяет оценить, хотя и приближенно, количество субъектов рынка аудиторских услуг, обладающих определенным свойством, если известно их количество в выборке из этих субъектов, т.е. в присланных анкетах.

При распространении результатов анкетирования субъектов рынка аудиторских услуг на всю генеральную совокупность исследователи придерживались, в основном, предположения о репрезентативности выборки присланных ответов, в первую очередь, из-за того, что выборка достаточно большая<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> В соответствии с традициями математической статистики малыми выборками в настоящей опросе считались выборки с количеством элементов, не превышающим 10-15 единиц.

## АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В 2015–2016 ГГ.

### Обязательный аудит отчетности общественно значимых организаций

Согласно «Основным показателям рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2015 г.», опубликованным на Интернет-сайте Минфина России, количество общественно значимых организаций составляло в 2015 г. примерно 5000, тогда как в том же году было выдано 71841 аудиторское заключение. И хотя, тем самым, обязательный аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности общественно значимых организаций (далее - аудит общественно значимых организаций) составляет незначительную часть рынка аудиторских услуг, он весьма важен, поскольку такие организации играют особую роль в экономике страны. Данные по аудиту общественно значимых организаций представлены в таблице 2.

*Таблица 2*

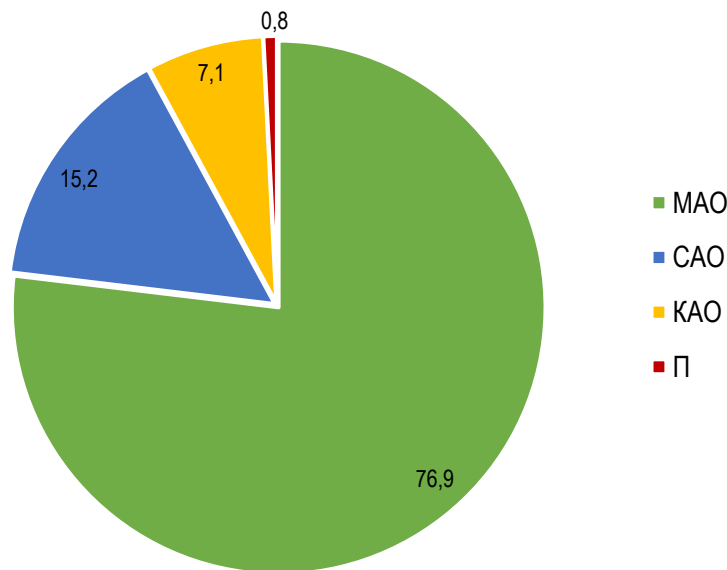
#### Аудит общественно значимых организаций

Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
		малые	средние	крупные	все	
1	2	3	4	5	6	7
1. Число на всем РАУ, ед.	713	4068	320	53	4441	5154
2. Число ответивших на анкету, ед.	176	1296	88	29	1413	1589
3. Число аудлирующих ОЗО в ответах, ед.	3	283	56	26	365	368
4. Доля в ответах аудлирующих ОЗО среди АО, %	-	77,5	15,3	7,1	99,9	-
5. Доля среди АО на всем РАУ, %	-	91,6	7,2	1,2	100,0	-
6. Доля в ответах укрупненно, %	1,7	21,8	63,6	89,7	25,8	23,2
7. Коэффициент распространения, ед.	4,05	3,13	3,64	1,83	3,14	3,25
8. Оценочное число субъектов РАУ, аудлирующих ОЗО, на всем РАУ, ед.	12,2	885,8	203,8	47,9	1149,7	1159,9

Примечание: ОЗО - общественно значимые организации; остальные сокращения - те же, что в таблице 1.

По представленным в таблице 2 данным можно сделать следующие выводы.

Больше всего к аудиту общественно значимых организаций «тяготеют» крупные аудиторские организации (при общей доле последних среди аудиторских организаций на рынке аудиторских услуг в 1,2% их доля среди организаций, проводящих аудит общественно значимых организаций составляет 7,1%), затем - средние аудиторские организации (7,2% и 15,3% соответственно), а замыкают круг субъектов рынка аудиторских услуг, которые оказывают этот вид аудиторских услуг, малые аудиторские организации (при их доле на рынке аудиторских услуг в 91,6% их доля среди аудиторских организаций, проводящих аудит общественно значимых организаций, составляет всего 77,5%). Сказанное иллюстрируется рисунком 1.



Примечания: MAO – малые аудиторские организации, CAO – средние аудиторские организации, KAO – крупные аудиторские организации, П – погрешность

**Рисунок 1 – Доля субъектов рынка аудиторских услуг в аудите общественно значимых организаций в ответах на анкету, %**

По абсолютному числу организаций, проводящих аудит общественно значимых организаций, лидируют малые аудиторские организации: их 283 из 365 общего числа аудиторских организаций, которые такой аудит, согласно ответам, проводят, т.е. их доля - 77,5%.

Распространение данных анкетирования на всю генеральную совокупность субъектов рынка аудиторских услуг показывает, что обязательный аудит общественно значимых организаций проводят примерно 1160 таких субъектов из 5154, т.е. 22,5%<sup>2</sup>; для малых аудиторских организаций соответствующее число составляет 21,8%, для средних аудиторских организаций – 63,8%, а для крупных – 90,6%.

Из таблицы 2 видно, что резервы у крупных и особенно у средних аудиторских организаций в отношении увеличения своей доли есть: среди крупных аудиторских организаций такой аудит проводят сейчас (оценочно) 48 организаций из

<sup>2</sup> Примерно – поскольку нельзя относиться буквально к получаемому через коэффициент распространения числу.

53, а среди средних – 204 из 320. Обозначенные резервы могут быть реализованы двояко: может быть увеличено число таких аудиторских организаций (особенно средних) и может быть увеличено число общественно значимых организаций, аудит отчетности которых проводят крупные и средние аудиторские организации.

### **Инициативный аудит**

Инициативный аудит, и особенно его динамика, характеризуют (ввиду его необязательности) реальную востребованность института аудита в экономике. Между тем он распространен значительно меньше, чем обязательный, и (что еще важнее) в последние годы его востребованность неуклонно уменьшается.

Инициативный аудит исследовался сразу в двух разрезах: по масштабу субъектов рынка аудиторских услуг и по саморегулируемым организациям аудиторов (далее - СРО аудиторов). Ниже приведены результаты рассмотрения лишь в разрезе масштаба субъектов рынка аудиторских услуг (таблица 3), поскольку данный критерий является наиболее важным для характеристики рынка аудиторских услуг и с учетом того, что результаты по СРО аудиторов разнятся с данными результатами несущественно.

*Таблица 3*

### **Проведение инициативного аудита (разрез масштаба субъектов рынка аудиторских услуг)**

Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
		малые	средние	крупные	всего	
1	2	3	4	5	6	7
1.Число субъектов РАУ, ед.	713	4068	320	53	4441	5154
2.Число ответивших на анкету, ед.	176	1296	88	29	1413	1589
3.Число проводящих инициативный аудит в ответах, ед.	137	1156	79	29	1264	1401
4.Доля проводящих инициативный аудит среди АО,%	-	91,5	6,2	2,3	100,0	-
5.Доля среди АО на всем РАУ,%	-	91,6	7,2	1,2	100,0	-
6.Доля в ответах укрупненно,%	77,8	89,2	89,8	100,0	89,5	88,2
7.Коэффициент распространения, ед.	4,05	3,13	3,64	1,83	3,14	3,25
8. Оценочное число субъектов РАУ, проводящих инициативный аудит, ед.	554,8	3618,3	287,6	53,1	3959,0	4513,8

Примечание: сокращения – те же, что в таблице 1.

По представленной таблице можно сделать следующие выводы.

Инициативный аудит проводит подавляющее большинство из приславших анкеты – от 77,8% до 100% (нижняя границы относится к индивидуальным ауди-



торам, верхняя граница – к крупным аудиторским организациям). На первом месте в этом плане крупные аудиторские организации (100%), на втором – средние (89,8%), на третьем – малые (89,2%), на четвертом – индивидуальными аудиторами (77,8%). По-видимому, экономические субъекты предпочитают заказывать инициативный аудит у более солидных субъектов рынка аудиторских услуг.

Таким образом, из 5154 субъектов рынка аудиторских услуг примерно 4500 проводят инициативный аудит (исходя из того, что выборка из 1589 анкет представляется репрезентативной). В соответствии с Основными показателями рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2015 г., было проведено 8120 инициативных аудиторских проверок. Поэтому каждый из участвовавших в них субъектов рынка аудиторских услуг в среднем проводил всего лишь  $8120 : 4500 = 1,80$  инициативных аудитов.

### Востребованность аудиторских услуг

В данном блоке выяснялось, сколько субъектов рынка аудиторских услуг из 1589 приславших ответы на анкету занимались каждым видом деятельности и какую долю в ответах занимают эти виды.

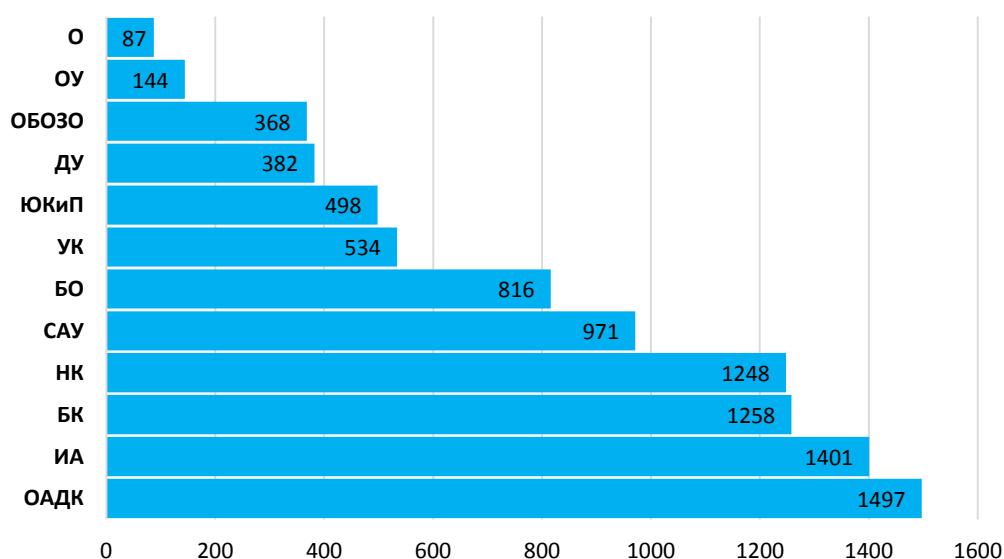


Рисунок 2 – Распределение видов деятельности по их востребованности на рынке аудиторских услуг (в 1589 ответах), ед.

Примечание: О – обучение, ОУ – оценочные услуги, ОБОЗО – обязательный аудит общественно значимых организаций, ДУ – другие услуги, ЮкиП – юридическое консультирование и посредничество, УК – управленческое консультирование, БО – бухгалтерское обслуживание, САУ – сопутствующие аудиту услуги, НК – налоговое консультирование, БК – бухгалтерское консультирование, ИА – инициативный аудит, ОАДК – обязательный аудит других клиентов.

Перечисленные виды услуг охватывают практически все основные виды деятельности субъектов рынка аудиторских услуг; позиция «другие виды деятельности» заняла при ранжировании рынка в целом лишь девятое место (эту позицию отметили всего 382 респондента).

На первом месте по востребованности на рынке аудиторских услуг стоит обязательный аудит других (кроме общественно значимых организаций) клиентов – его отметили 1497 приславших ответы субъектов рынка, второе место у инициативного аудита – с 1401 ответом. Такая же картина у малых, у средних и у крупных аудиторских организаций; у индивидуальных аудиторов эти виды деятельности занимают четвертое и третье места соответственно. Последнее место занимают услуги по обучению: 12 место у всех трех типов аудиторских организаций (87 респондентов) и 10 место у индивидуальных аудиторов.

### Спрос на аудит

Динамика спроса на услуги по проведению аудита (как обязательного, так и инициативного) прослеживается по данным, представленным в таблице 4.

Таблица 4

### Спрос на аудит

	Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
			малые	средние	крупные	всево	
	1	2	3	4	5	6	7
Спрос 2016/2015	1. Увеличится, ед. (ДА)	21	132	5	5	142	163
	2. Без изменений, ед. (ДА)	51	465	46	13	524	575
	3. Уменьшится, ед. (ДА)	81	675	36	11	722	803
	4. Всего, ед. (стр.1+2+3)	153	1272	87	29	1388	1541
	5. Доля «увеличится», %	13,7	10,4	5,7	17,2	10,2	10,6
	6. Доля «без изм.», %	33,3	36,6	52,9	44,8	37,8	37,3
	7. Доля «уменьш.», %	52,9	53,1	41,4	37,9	52,0	52,1
	8. Всего, % (стр.5+6+7)	99,9	100,1	100,0	99,9	100,0	100,0
Спрос 2017/2016	9. Увеличится, ед. (ДА)	25	180	8	2	190	215
	10. Без изменений, ед. (ДА)	54	503	40	13	556	610
	11. Уменьшится, ед. (ДА)	74	593	39	14	646	720
	12. Всего, ед. (стр.9+10+11)	153	1276	87	29	1392	1545
	13. Доля «увелич.», %	16,3	14,1	9,2	6,9	13,6	13,9

(стр.9:12)							
14.Доля«без изм.»,%	35,3	39,4	46,0	44,8	39,9	39,5	
15.Доля «умен.»,%	48,4	46,5	44,8	48,3	46,4	46,6	
16.Всего,%(стр.13+14+15)	100,0	100,0	100,0	100,0	99,9	100,0	

Как видно из приведенных в таблице 4 данных, увеличение спроса на аудит в 2017 г. по сравнению с 2016 г. прогнозирует 13,9% субъектов рынка аудиторских услуг. Это несколько больше по сравнению с долей субъектов рынка аудиторских услуг (10, 6%), прогнозировавших увеличение такого спроса в 2016 г. по сравнению с 2015 г. Уменьшение спроса в 2017 г. по сравнению с 2016 г. ожидает 46,6% респондентов, что несколько меньше доли респондентов (52,1%), давших прогноз снижения спроса на аудит в 2016 г. по сравнению с 2015 г. Оба эти обстоятельства означают осторожный оптимизм субъектов рынка аудиторских услуг в отношении оценки динамики спроса на аудит в 2017 г.: по их ожиданиям, этот сектор рынка аудиторских услуг будет продолжать падение в 2017 г., но в меньшей степени, чем в 2016 г.

В разрезе масштаба субъектов рынка аудиторских услуг динамика спроса на аудит выглядит следующим образом. Ситуация у малых аудиторских организаций примерно такая же, как на рынке аудиторских услуг в целом. Это обстоятельство объясняется тем, что малые аудиторские организации дали преобладающую долю ответов на анкету.

Относительно средних аудиторских организаций оценка преобладания оптимизма или пессимизма по сравнению с субъектами рынка аудиторских услуг в целом затруднительна. Если судить по доле ответов «спрос увеличится», то прогноз 2016/2015 и прогноз 2017/2016 выглядят пессимистичнее, чем по субъектам рынка аудиторских услуг в целом (5,7% против 10,6% и 9,2% против 13,9%). Однако если судить по доле ответов «спрос уменьшится», то прогноз 2016/2015 и прогноз 2017/2016 выглядят оптимистичнее, чем в целом по субъектам рынка аудиторских услуг (41,4% против 52,1% и 44, 8% против 46,6%).

У крупных аудиторских организаций, ответивших на анкету, в целом ожидания пессимистичные: по прогнозу 2016/2015 и по прогнозу 2017/2016 число ответов «спрос увеличится» меньше, чем ответов «спрос уменьшится».

Индивидуальные аудиторы настроены более оптимистично, чем субъекты рынка аудиторских услуг в целом как в отношении спроса 2016/2015, так и в отношении спроса 2017/2016. Например, увеличение спроса на аудит в 2016 г. по сравнению с 2015 г. прогнозируют 13,7% индивидуальных аудиторов (против 10,6% субъектов рынка аудиторских в целом в целом), а в 2017 г. по сравнению с 2016 г. – 16,3% индивидуальных аудиторов (против 13,9% субъектов рынка аудиторских услуг в целом).

### Оценка изменения цен на аудиторские услуги

В 2016 г. по сравнению с 2015 г. по всем аудиторским услугам с большим перевесом преобладают, по мнению субъектов рынка аудиторских услуг, оценки «цены не изменились». На втором месте по всем аудиторским услугам стоит ответ «цены понизились», на третьем (с большим отрывом «вниз») - ответ «цены повысились».

Похожая картина в прогнозе изменения цен на все аудиторские услуги в 2017 г. по отношению к 2016 г. Оценок «цены повысятся» в 2–3 раза больше (в зависимости от вида аудиторской услуги), чем при сравнении цен 2016 и 2015 гг. Другими словами, субъекты рынка аудиторских услуг прогнозируют в целом в разрезе 2017/2016 дальнейшее снижение цен на аудиторские услуги, но в меньшей степени чем, в разрезе 2016/2015.

### Общая прибыль субъектов рынка аудиторских услуг

Результаты исследования общей прибыли субъектов рынка аудиторских услуг представлены в таблице 5.

Таблица 5

### Общая прибыль субъектов рынка аудиторских услуг

	Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
			малые	средние	крупные	всего	
	1	2	3	4	5	6	7
Прибыль в разрезе 2016/2015	1. Увеличение, ед.	22	124	9	2	135	157
	2. Без изменений, ед.	56	352	26	3	381	437
	3. Уменьшение, ед.	98	820	53	24	897	995
	4. Всего, ед. (стр.1+2+3)	176	1296	88	29	1413	1589
	5. Доля «увелич.», %	12,5	9,6	10,2	6,9	9,6	9,9
	6. Доля «без изм.», %	31,8	27,2	29,6	10,3	27,0	27,5
	7. Доля уменьш.», %	55,7	63,3	60,2	82,8	63,5	62,6
	8. Всего, % (стр.5+6+7)	100,0	100,1	100,0	100,0	100,1	100,0
Прибыль в разрезе 2017/2016	9. Увеличение, ед.	22	172	14	3	189	211
	10. Без изменений, ед.	52	407	30	5	442	494
	11. Уменьшение, ед.	102	717	44	21	782	884
	12. Всего, ед.	176	1296	88	29	1413	1589

(стр.9+10+11)							
13.Доля увелич.»,%	12,5	13,3	15,9	10,3	13,4	13,3	
14.Доля «без изм.»,%	29,5	31,4	34,1	17,2	31,3	31,1	
15.Доля «умен.»,%	58,0	55,3	50,0	72,4	55,3	55,6	
16.Всего, % (стр.13+14+15)	100,0	100,0	100,0	99,9	100,0	100,0	

Примечания. Сокращения – те же, что в таблице 1. «Прибыль в разрезе 2016/2015» означает изменение общей прибыли, т.е. прибыли по всем аудиторским услугам, в 2016 г. по отношению к прибыли 2015 г. - как себе это прогнозирует респондент: либо увеличение, либо приблизительная неизменность, либо уменьшение. Аналогичен смысл выражения «Прибыль в разрезе 2017/2016».

Анализ таблицы 5 позволяет сделать следующие выводы.

И в разрезе 2016/2015, и в разрезе 2017/2016 доля респондентов с ответом «прибыль увеличится» мала (не превышает 15,9%).

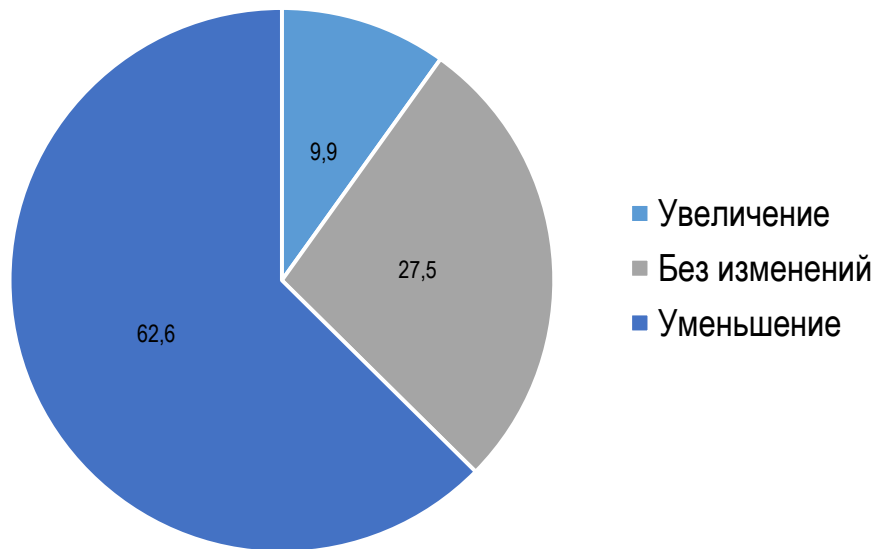
В разрезе 2017/2016 эти показатели у всех аудиторских организаций (у малых, у средних и крупных) чуть выше, нежели в разрезе 2016/2015. А у индивидуальных аудиторов одинаковы (по 12,5%).

Если говорить об аудиторских организациях в целом, то прогноз в разрезе 2017/2016 несколько благоприятнее, чем в разрезе 2016/2015. Увеличение прибыли прогнозируют здесь 13,4% (против 9,6% в разрезе 2016/2015), уменьшение – 55,3% (против 63,5%).

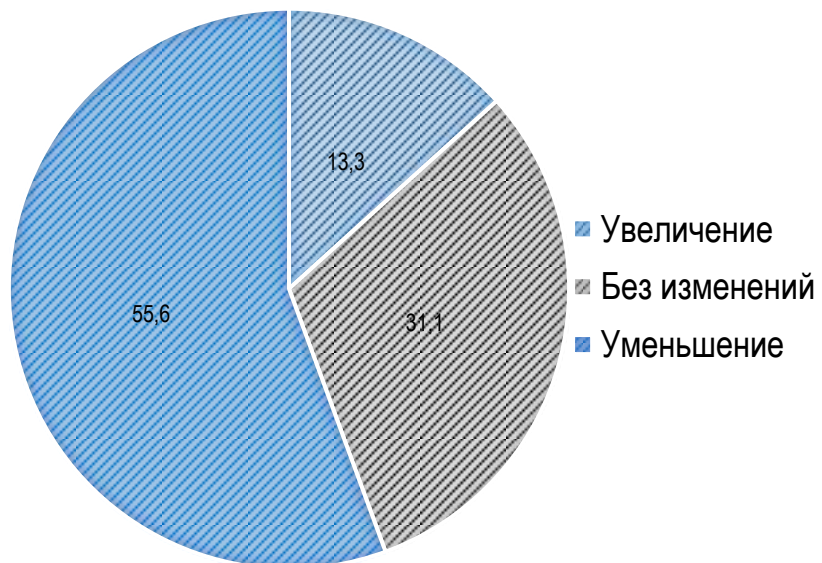
У индивидуальных аудиторов доля прогнозирующих уменьшение прибыли в 2017 г. по сравнению с 2016 г. составляет 58,0% против 55,7% в разрезе 2016/2015. Таким образом, у индивидуальных аудиторов (в отличие от аудиторских организаций) наблюдается небольшой пессимизм относительно 2017 г. по отношению к 2016 г.

Увеличение общей прибыли в 2016 г. по сравнению с 2015 г. прогнозируют лишь от 6,9% до 12,5%, а в 2017 г. по сравнению с 2016 г. – от 10,3% до 15,9% респондентов. Уменьшение общей прибыли в обоих разрезах (2016/2015 и 2017/2016) прогнозируют не менее 50,0% , а чаще значительно больше (вплоть до 82,8%) респондентов.

Доли различных ответов по прогнозированию изменения прибыли субъектов рынка аудиторских услуг в 2016 г. по отношению к 2015 г. представлены на рисунке 3. То же самое для 2017 г. по отношению к 2016 г. - на рисунке 4.



*Рисунок 3* – Прогнозирование изменения прибыли субъектов рынка аудиторских услуг в 2016 г. по сравнению с 2015 г., %



*Рисунок 4* – Прогнозирование изменения прибыли субъектов рынка аудиторских услуг в 2017 г. по сравнению с 2016 г., %

### **Оценка экономического положения аудиторских организаций, индивидуальных auditors**

Данные об оценке субъектами рынка аудиторских услуг своего экономического положения представлены в таблице 6.

**Оценка экономического положения  
аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов**

	Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
			малые	средние	крупные	всего	
	1	2	3	4	5	6	7
С начала 2016 г.	1.Благоприятное, ед. (ДА)	18	63	7	3	73	91
	2.Удовлетвори- тельное, ед. (ДА)	101	855	70	23	948	1049
	3.Неблагоприят- ное, ед. (ДА)	57	378	11	3	392	449
	4.Всего, ед. (стр.1+2+3)	176	1296	88	29	1413	1589
	5.Доля «благопр.»,%	10,2	4,9	8,0	10,3	5,2	5,7
	6.Доля «удовлет.»,%	57,4	66,0	79,5	79,3	67,1	66,0
	7.Доля «неблаг.»,%	32,4	29,2	12,5	10,3	27,7	28,3
	8.Всего,% (стр.5+6+7)	100,0	100,1	100,0	99,9	100,0	100,0
В 2016 г. по сравне- нию с 2015 г.	9.Улучшилось, ед. (ДА)	23	100	8	1	109	132
	10.Без изменений, ед. (ДА)	71	578	44	14	636	707
	11.Ухудшилось, ед. (ДА)	82	618	36	14	668	750
	12.Всего, ед. (стр.9+10+11)	176	1296	88	29	1413	1589
	13.Доля «улуч.»,%	13,1	7,7	9,1	3,4	7,7	8,3
	14.Доля«без изм.»,%	40,3	44,6	50,0	48,3	45,0	44,5
	15.Доля «ухуд.»,%	46,6	47,7	40,9	48,3	47,3	47,2
16.Всего,% (стр.13+14+15)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
В 2017 г. по сравне- нию с 2016 г. (ожида- ния)	17.Улучшится, ед. (ДА)	23	211	13	2	226	249
	18. Без изменений, ед. (ДА)	59	519	46	13	578	637
	19. Ухудшится, ед. (ДА)	94	566	29	14	609	703
	20. Всего, ед. (стр. 17+18+19)	176	1296	88	29	1413	1589
	21.Доля «улуч.»,%	13,1	16,3	14,8	6,9	16,0	15,7
	22. Доля «без из.»,%	33,5	40,0	52,3	44,8	41,0	40,1

23.Доля «ухудш.»,%	53,4	43,7	32,9	48,3	43,1	44,2
24.Всего,% (стр. 21+22+23)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,1	100,0

Анализ таблицы 6 позволяет сделать следующие выводы.

Большинство субъектов рынка аудиторских услуг оценивает свое экономическое положение на начало 2016 г. как «удовлетворительное» (66,0%), гораздо меньше - как «неблагоприятное» и только 5,7% считают его «благоприятным». Более оптимистичные оценки у индивидуальных auditors и крупных аудиторских организаций: благоприятным свое экономическое положение на начало 2016 г. считают 10,2% и 10,3% соответственно.

Ухудшение и неизменность своего экономического положения в 2016 г. (по сравнению с 2015 г.) ожидает примерно одинаковое число субъектов рынка аудиторских услуг: в каждом случае примерно половина от общего числа ответивших на анкеты. Только 8,3% респондентов ожидают улучшения своего экономического положения в 2016 г. по сравнению с 2015 г. В масштабном разрезе здесь наибольший оптимизм опять-таки выражают индивидуальные аудиторы – 13,1% против 7,7% у аудиторских организаций в среднем.

Что касается 2017 г. по сравнению с 2016 г., оптимизма на рынке аудиторских услуг больше. Улучшение ожидают 15,7% респондентов (что гораздо больше 8,3% в 2016 г.), ухудшения – 44,2%, т.е. примерно столько же, сколько в 2016 г. по сравнению с 2015 г. (47,2%). В масштабном разрезе доля оптимистов у индивидуальных auditors осталась прежней (13,1%), но они откатились на третье место, пропустив вперед малые аудиторские организации (16,3%) и средние аудиторские организации (14,8%).

### **Состояние конкурентной среды на рынке аудиторских услуг**

В данном блоке состояние конкурентной среды на рынке аудиторских услуг анализировалось на основании ответов на ряд высказываний, характеризующих различные аспекты конкурентной среды. Данные исследования представлены в таблице 7. Поскольку ответ на любое из пяти предложенных высказываний дал каждый респондент (1589 всего, 1296 малых аудиторских организаций, 88 средних аудиторских организаций, 29 крупных аудиторских организаций), то в строках 7–11 таблицы 7 фигурируют только доли согласных с высказыванием.

*Таблица 7*

### **Оценка состояния конкурентной среды на рынке аудиторских услуг**

	Показатели	ИА	АО	Всего
--	------------	----	----	-------



			малые	средние	крупные	всего	по РАУ
	1	2	3	4	5	6	7
Согласились с высказыванием о том, что за 2015 год	1.Уровень ненадлежащей рекламы снизился, ед. (ДА)	88	571	35	6	612	700
	2.Уровень недобросовестной конкуренции снизился, ед. (ДА)	72	451	25	2	478	550
	3.Антиконкурентных действий органов государственной власти и местного самоуправления стало меньше, ед. (ДА)	61	484	31	6	521	582
	4.Состояние конкурентной среды улучшилось, ед. (ДА)	51	333	19	1	353	404
	5.Антиконкурентных действий СРО аудиторов стало больше, ед. (ДА)	59	409	21	7	437	496
	6.Общее число ответов, ед.	176	1296	88	29	1413	1589
	7.Уровень ненадлежащей рекламы снизился,%	50,0	44,1	39,8	20,7	43,3	44,0
	8.Уровень недобросовестной конкуренции снизился,%	40,9	34,8	28,4	6,9	33,8	34,6
	9.Антиконкурентных действий органов государственной власти и местного самоуправления стало меньше, %	34,7	37,3	35,2	20,7	36,9	36,6
	10.Состояние конкурентной среды улучшилось,%	29,0	25,7	21,6	3,4	25,0	25,4
	11.Антиконкурентных действий СРО аудиторов стало больше,%	33,5	31,6	23,9	24,1	30,9	31,2

Анализ таблицы 7 позволяет сделать следующие выводы.

Среди субъектов рынка аудиторских услуг в целом несогласных с любым из пяти высказываний гораздо больше, чем согласных. В частности, с высказыванием «за 2015 год уровень недобросовестной конкуренции снизился» согласились только 550 респондентов (т.е. 34,6%), не согласились – 1039. Практически такая же картина и в масштабном разрезе: и среди индивидуальных аудиторов, и среди малых, средних и крупных аудиторских организаций несогласных больше.

Больше всего субъекты рынка аудиторских услуг в целом согласились с высказыванием о том, что за 2015 г. уровень ненадлежащей рекламы снизился (44,0%). На втором месте высказывание об уменьшении антиконкурентных дей-

ствий органов государственной власти и местного самоуправления (36,6%), на третьем – о снижении уровня недобросовестной конкуренции (34,6%), на четвертом – об увеличении антиконкурентных действий СРО аудиторов (31,2%), на пятом – об улучшении состояния конкурентной среды (25,5%).

Таково же, в целом, и ранжирование ответов в масштабном разрезе.

Таким образом, по мнению субъектов рынка аудиторских услуг, положение в плане состояния конкурентной среды в 2015 г. не улучшилось.

### **Конкурентоспособность своей аудиторской организации, индивидуального аудитора**

Оценка субъектами рынка аудиторских услуг своей конкурентоспособности в 2016 г. приведена в таблице 8.

*Таблица 8*

#### **Оценка конкурентоспособности аудиторской организации, индивидуального аудитора в своем секторе рынка аудиторских услуг**

Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
		малые	средние	крупные	Всего	
1	2	3	4	5	6	7
1.Высокая, ед. (ДА)	11	101	21	13	135	146
2.Средняя, ед. (ДА)	82	813	60	15	888	970
3.Низкая, ед. (ДА)	83	382	7	1	390	473
4.Всего, ед. (стр. 1 +2 +3)	176	1296	88	29	1413	1589
5.Доля высококонк.,%	6,2	7,8	23,9	44,8	9,6	9,2
6.Доля среднеконк.,%	46,6	62,7	68,2	51,7	62,8	61,0
7.Доля низкоконкур.,%	47,2	29,5	7,9	3,5	27,6	29,8
8.Доля всего,%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Как следует из данных таблицы 8, большинство субъектов рынка аудиторских услуг (61,0%) оценили свою конкурентоспособность как среднюю, как низкую – 29,8% и как высокую - только 9,2%.

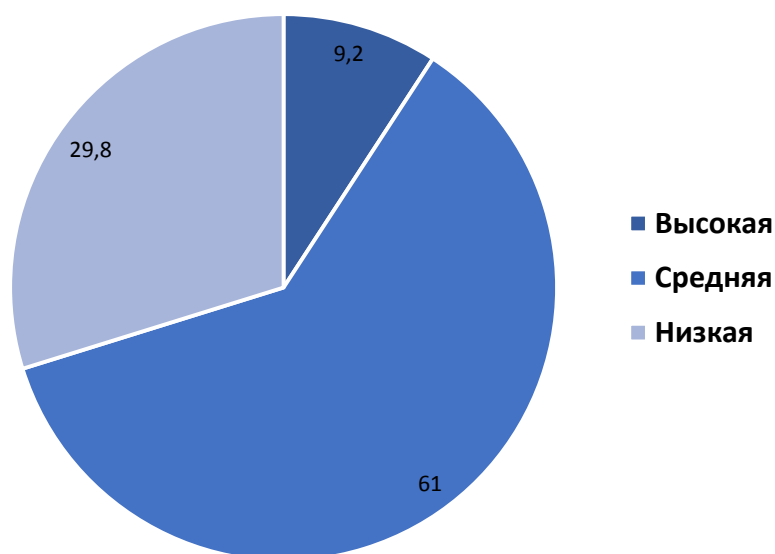


Рисунок 5 – Самооценка конкурентоспособности субъектов рынка аудиторских услуг в своем секторе рынка, %

У индивидуальных аудиторов оценка конкурентоспособности среди субъектов рынка аудиторских услуг самая низкая. Например, доля ответов «высокая» составляет всего 6,2% (тогда как у аудиторских организаций в целом она равна 9,6%), а доля ответов «низкая», наоборот, самая высокая среди всех субъектов рынка аудиторских услуг – 47,2%.

Ситуация среди малых аудиторских организаций примерно такая же, как у рынка аудиторских услуг в целом. Средние и особенно крупные аудиторские организации оценили свою конкурентоспособность гораздо выше, чем в среднем по субъектам рынка аудиторских услуг. Доля ответов «высокая» у них 23,9% и 44,8% соответственно (против 9,2% в среднем по рынку аудиторских услуг), а доля ответов «низкая» – 7,9% и 3,5% соответственно (при 29,8% в среднем по рынку аудиторских услуг.).

С увеличением масштабов субъектов рынка аудиторских услуг повышается их оценка своей конкурентоспособности: доля высоких оценок в цепочке «индивидуальные аудиторы – малые аудиторские организации – средние аудиторские организации – крупные аудиторские организации» возрастает (6,2% – 7,8% – 23,9% – 44,8%), а доля низких – убывает (47,2% – 29,5% – 7,9% – 3,5%). Особенно резко меняются как высокие, так и низкие оценки при переходе от малых аудиторских организаций к средним.

### **Факторы, отрицательно влияющие на деятельность субъектов рынка аудиторских услуг**

Данный блок является одним из важнейших в исследовании. Сначала по данным анкетирования из 1589 респондентов было выявлено количество субъек-

тов, отметивших рассматриваемый фактор как существенно влияющий на деятельность субъектов рынка; после этого были определены их доли.

Таблица 9

**Факторы, отрицательно влияющие  
на деятельность аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов**

	Показатели	ИА	АО				Всего по РАУ
			малые	средние	крупные	всего	
	1	2	3	4	5	6	7
Доля отметивших эти факторы среди всех респондентов	1.Недостаточный спрос на аудиторские услуги,% (НСнАУ)	80,7	85,0	72,7	72,4	83,9	83,6
	2.Конкуренция со стороны других АО,% (КсСДАО)	36,9	41,2	44,3	41,4	41,4	40,9
	3.Конкуренция со стороны других организаций, оказывающих консультационные услуги на рынке,% (КсДО-ОК)	27,3	19,7	11,4	24,1	19,2	20,1
	4.Недобросовестная конкуренция со стороны других организаций,% (НКсСДО)	17,0	34,8	48,9	65,5	36,3	34,2
	5.Недостаток аудиторов,% (НА)	6,8	13,4	27,3	17,2	14,4	13,5
	6.Недостаток других квалифицированных специалистов,% (НДКС)	7,4	8,6	14,8	3,4	8,9	8,8
	7.Несовершенство стандартов аудиторской деятельности,% (НСАД)	13,6	13,6	18,2	20,7	14,0	14,0
	8.Существующий уровень налогообложения,% (СУН)	15,3	20,8	23,9	20,7	20,9	20,3
	9.Неплатежеспособность заказчиков,% (НЗ)	65,9	64,4	72,7	55,2	64,7	64,8
	10.Избыточные требования СРО аудиторов,% (ИТ-СРОА)	22,7	25,2	13,6	6,9	24,1	23,9
	11.Коррупция органов власти,% (КОВ)	8,5	11,3	17,0	3,4	11,5	11,1
	12. Другое,% (Д)	6,8	3,1	2,3	6,9	3,1	3,5
13. Общее число респондентов в группе, ед.		176	1296	88	29	1413	1589

Примечание. Сокращения - те же, что в таблице 1.

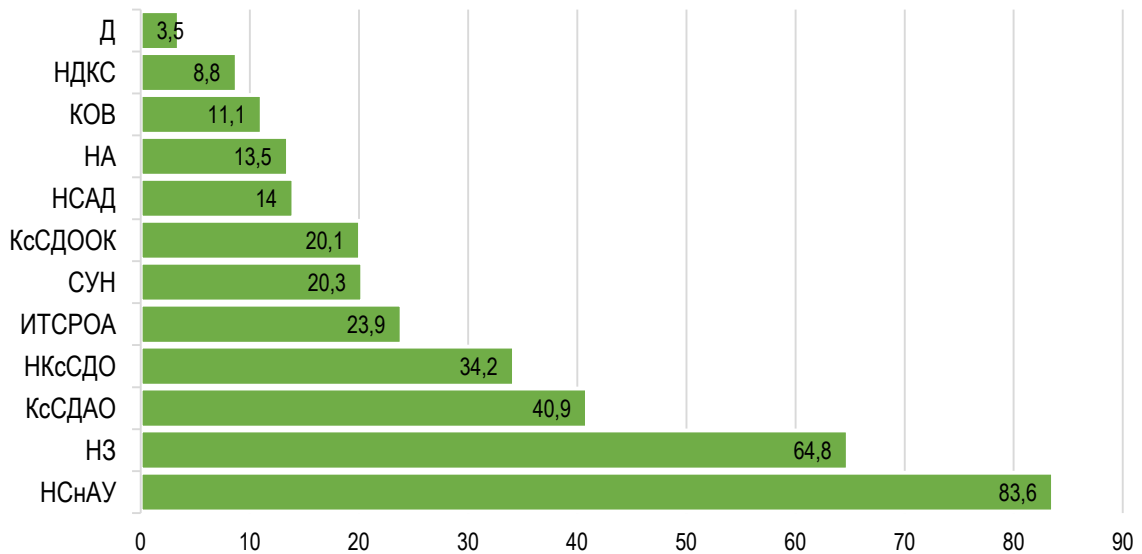


Рисунок 6 – Оценка субъектами рынка аудиторских услуг интенсивности факторов, отрицательно влияющих на их деятельность, %

Анализ приведенных данных позволяет сделать следующие выводы.

Можно выделить три группы факторов: сильные (отмеченные более чем 50% респондентов из числа всех субъектов рынка аудиторских услуг), средние (отмечены 15–50%), слабые (отмечены менее чем 15% респондентов). К первым относятся факторы №№ 1, 9, ко вторым – факторы №№ 2, 3, 4, 8, 10, к третьим – факторы №№ 5, 6, 7, 11, 12 таблицы 9.

Сильные факторы – недостаточный спрос на аудиторские услуги и неплатежеспособность заказчиков – лидируют с довольно большим отрывом от остальных (83,6% и 64,8% соответственно). Причем разброс процента ответов в зависимости от масштаба субъектов рынка аудиторских услуг здесь сравнительно невелик: от 72,4% до 85,0% для недостаточного спроса на аудиторские услуги и от 55,2%<sup>3</sup> до 72,7% для неплатежеспособности заказчиков.

В группе средних факторов преобладает хорошее согласие между малыми, средними и крупными аудиторскими организациями. Исключений два: во-первых, недобросовестную конкуренцию отметили 65,5% крупных аудиторских организаций (у всех аудиторских организаций 36,3%). Во-вторых, избыточные требования СРО аудиторов у средних и крупных аудиторских организаций – 13,6% и 6,9% соответственно (при 24,1% у всех аудиторских организаций).

В группе слабых факторов разброс по масштабу аудиторских организаций, естественно, выше.

В отношении индивидуальных аудиторов: сильные факторы ведут себя так же, как на всем рынке аудиторских услуг; в группе средних факторов наблюдаются серьезные отклонения от всего рынка аудиторских услуг (и от аудиторских организаций) как вверх, так и вниз; в группе слабых - тоже.

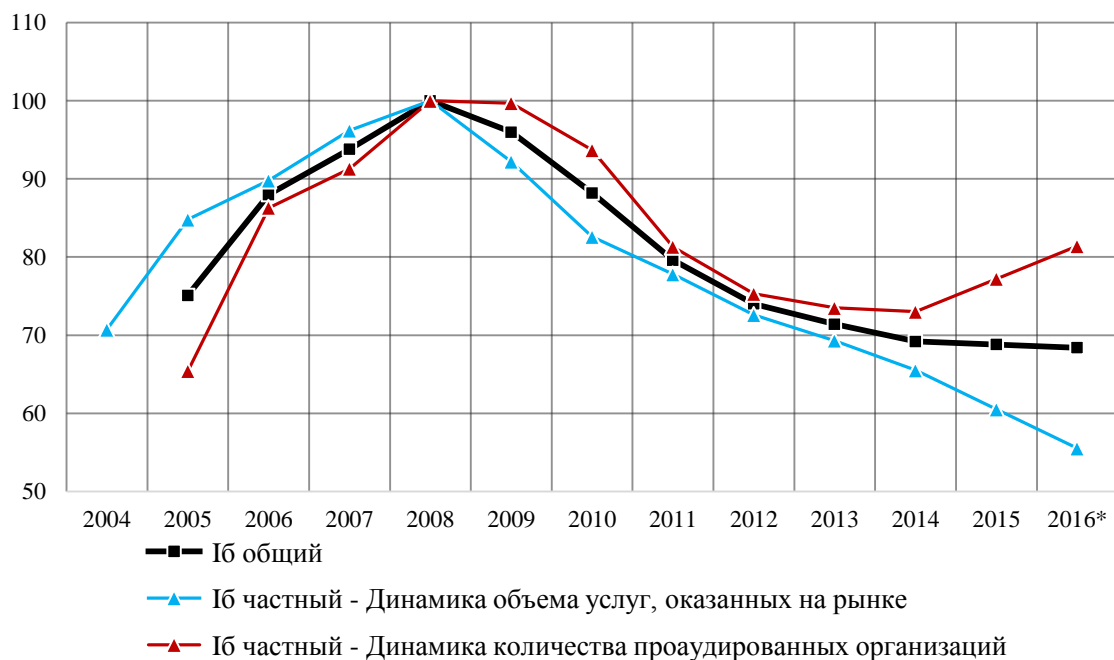
<sup>3</sup> Данное значение получено в условиях малой выборки.

## ИНДЕКСЫ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В 2005 – 2016 ГГ.

В рамках исследования были определен и проанализирован ряд индексов деловой активности аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов. В качестве частных индексов были взяты индекс объема оказанных на рынке аудиторских услуг и количество клиентов на рынке аудиторских услуг, бухгалтерская (финансовая) отчетность которых проаудирована. Оба эти показателя за различные годы приводятся в ежегодных материалах «Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации», размещаемых на официальном Интернет-сайте Минфина России.

Весовые коэффициенты у частных индексов отобранных показателей были взяты одинаковыми, т.е. равными 0,5. В качестве базового года избран 2008 г.

Динамика базисных – двух частных и общего – индексов деловой активности на рынке аудиторских услуг в 2005–2016 гг. (2016 – прогноз) представлена на рисунке 7. В частности, на нем отчетливо видно замедление темпов падения общего базисного индекса в последние годы.



*Рисунок 7 – Частные и общий базисные индексы деловой активности на рынке аудиторских услуг, %*

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Данные анкетирования показывают, что уже сейчас средние и крупные аудиторские организации уделяют серьезное внимание обязательному аудиту общественно значимых организаций. Следует принимать стимулирующие меры к еще более сильному вовлечению в обязательный аудит общественно значимых организаций крупных и средних аудиторских организаций.

2. Увеличить распространенность инициативного аудита на рынке аудиторских услуг достаточно легко: согласно проведенному анкетированию, очень много субъектов рынка аудиторских услуг имели с ним дело (около 4514, т.е. 87,6% от всех субъектов рынка), причем каждый из участвовавших в них субъектов рынка аудиторских услуг в среднем проводил в 2015 г. всего лишь 1,8 инициативных аудитов. К тому же инициативный аудит более или менее равномерно распределен между СРО аудиторов. Проблема – в степени целесообразности увеличения инициативного аудита и в спросе на него со стороны экономических субъектов.

3. Первое место по востребованности на рынке аудиторских услуг среди различных видов деятельности занимает обязательный аудит других (кроме общественно значимых организаций) клиентов, на втором – инициативный аудит.

4. Прогнозы по многим вопросам анкеты на 2017 г. по сравнению с 2016 г. у субъектов рынка аудиторских услуг пессимистичные, но не столь мрачные как относительно 2016 г. по сравнению с 2015 г. Это относится, в частности, к таким важным экономическим показателям, как общая прибыль аудиторской организации (индивидуального аудитора) и их общие затраты.

5. Основными факторами, отрицательно влияющими на деятельность субъектов рынка аудиторских услуг, респонденты (с большим отрывом в количественном плане) признали два: недостаточный спрос на аудиторские услуги и неплатежеспособность заказчиков.

6. Деловая активность на рынке аудиторских услуг, согласно построенным индексам, повышалась до 2008 г., а затем монотонно падала вплоть до 2015 г.; прогноз на 2016 г. показывает ее дальнейшее падение.

7. Целесообразно продолжить анализ данных анкетирования, обратив главное внимание на увеличение числа анализируемых видов аудиторской деятельности и масштабный разрез анализа (индивидуальные аудиторы, малые, средние и крупные аудиторские организации). Анализ в разрезе СРО аудиторов и в разрезе местонахождения субъектов рынка важен в гораздо меньшей степени, поскольку различия в ответах определяются преимущественно размером субъектов рынка аудиторских услуг.