

УДК 657.6:338.46

Ключевые слова:

аудит, аудиторская организация, классификация рынков, кривые спроса и предложения, отраслевой рынок, рынок аудиторских услуг

Е. М. Гутцайт, д. э. н.,

вед. науч. сотр. Центра методологии бухгалтерского учета
Научно-исследовательского финансового института
(e-mail: egutzait@nifi.ru)

Рынок аудиторских услуг как частный случай отраслевого рынка

В настоящее время повышается интерес к функционированию рынка аудиторских услуг (РАУ). Увеличивается количество статей на эту тему в аудиторской литературе, выходят ежегодные материалы Минфина России¹, причем количество приводимых в них статистических показателей постоянно возрастает. Чаще можно встретить статьи, связанные с анализом этих показателей и ситуации на данном рынке.

Однако ощущается острый недостаток работ, посвященных исследованию положения РАУ по отношению к другим рынкам. Кроме того, рынки классифицируются по большому количеству оснований, и полезно определить место РАУ в рамках этих классификаций. Такого рода исследования, по нашему мнению, не только представляют теоретический интерес, но важны и для аудиторской практики, помогая переносить результаты исследований других рынков на РАУ.

Попытке рассмотреть очерченный здесь круг вопросов и посвящена настоящая работа.

АУДИТ КАК ОТРАСЛЬ

Совокупность организаций, осуществляющих аудит, вместе с государственными и общественными органами его регулирования можно рассматривать как отрасль рыночной экономики. Для упрощения анализа мы здесь временно отвлекаемся от наличия в деятельности аудиторских организаций иных услуг, кроме аудиторских проверок². Действительно, налицо основные отраслеобразующие признаки: организационная обособленность и хозяйственная самостоятельность предприятий, чьей основной деятельностью является аудит; однородность основной продукции; сходство технологических процессов ее получения.

Очевидно, что и аудиторские организации, и индивидуальные аудиторы организационно обособлены и хозяйственно самостоятельны. Однородность основной продукции

¹ См., напр.: Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2013 г. (http://www.minfin.ru/ru/performance/audit/audit_stat/MainIndex/#).

² Под иными услугами в данной работе понимаются сопутствующие аудиту услуги плюс прочие аудиторские услуги.

здесь также очевидна: это официальные аудиторские заключения, письменная информация аудитора руководству проверяемого экономического субъекта, рекомендации по устранению недостатков в ведении на нем бухгалтерского учета и т. д. Доказательством близости технологических процессов получения продукции является построение и использование весьма близких между собой систем международных и национальных аудиторских стандартов.

Ни аудиторские проверки, ни иные аудиторские услуги непосредственно не создают конечных продуктов, а лишь способствуют их созданию — через улучшение функционирования обслуживаемых аудиторами предприятий и организаций. Поэтому аудит, на наш взгляд, может быть отнесен к отраслям производственной инфраструктуры, включающим в себя как традиционные отрасли (транспорт, связь, теплоснабжение и т. д.), так и группу новых отраслей: юридические услуги, консалтинговые услуги, информационно-вычислительное обслуживание, оценочная деятельность; аудит, естественно, попадает во вторую группу.

Проблематика отраслевой принадлежности аудита представляет интерес не только для экономической теории, но и с позиций практики. Ее исследование позволяет лучше решать вопрос: какие закономерности, методы изучения и результаты из других отраслей могут быть перенесены — пусть не в чистом виде, а с поправкой на аудиторскую специфику — на аудит.

Наличие разрешенных иных услуг в деятельности аудиторских организаций несколько меняет общую картину в плане отраслевой трактовки аудита. В макроэкономике различают чистые и хозяйственные (административные) отрасли; первые производят продукцию определенного вида или группу однородных видов продукции; вторые охватывают всю продукцию совокупности родственных предприятий³. Ввиду этого следует различать аудит как чистую отрасль (осуществление аудита бухгалтерской отчетности) и административную отрасль, включающую в себя всю продукцию аудиторских организаций (т. е. аудит с добавлением иных услуг).

Что касается отраслевой статистики, то теоретически она может относиться как к чистым, так и к административным отраслям. На практике же чаще статистические показатели относятся к административным отраслям — особенно это справедливо применительно к стоимостным показателям.

Статистические показатели в любой отрасли можно разделить на общие и специфические. Создаваемая в отрасли часть ВВП страны, ее доля в общем ВВП страны, количество занятых в отрасли работников, средняя их зарплата — это примеры показателей первого вида. Средняя стоимость километра вновь построенных автомобильных дорог, количество больничных коек на тысячу человек, число аттестованных аудиторов в стране, доля различных типов аудиторских заключений (положительные без модификации, отрицательные и т. д.) — все это примеры специфических показателей.

Отрасль вместе с покупателями ее продукции и органами регулирования их отношений образует отраслевой рынок. (Вообще рынки бывают не только отраслевые — например, рынок ценных бумаг, валютный рынок и т. п., но преобладают отраслевые). Это, конечно, справедливо и для аудиторских услуг. Но для РАУ надо отметить как минимум две особенности. Во-первых, регулирование здесь носит смешанный (как и для некоторых других рынков) характер — государственное и общественное; последнее реализуется в основном через саморегулируемые организации аудиторов (СРО). Во-вторых, это регулирование должно учитывать наличие т. н. внешних пользователей аудита (кредиторов аудируемого лица, потенциальных акционеров и т. д.), которые пользуются результатами аудита, хотя и не

³ Гранберг А. Г. *Математические модели социалистической экономики*. М.: Экономика, 1978. С. 310–311.

платят за него, и могут понести огромный ущерб в случае некачественного аудита; наличие таких внешних пользователей нехарактерно для большинства отраслевых рынков.

Одна из важнейших характеристик любого рынка — характер конкуренции на нем: является ли она совершенной или несовершенной; точнее, насколько конкуренция на рынке близка к совершенной, потому что, строго говоря, на реальных рынках она всегда несовершенная.

Основные черты совершенной конкуренции — большое количество независимых продавцов и покупателей какого-либо продукта или услуги (т. н. атомизированные продавцы и покупатели), недифференцированный (стандартный) характер этого продукта, когда качество последнего у всех продавцов абсолютно одинаково. Если хотя бы одно из трех этих условий не выполняется, имеет место несовершенная конкуренция. Оба условия атомизированности нередко с хорошим приближением выполняются, хотя и здесь встречаются отклонения. Монополия и олигополия дают примеры нарушения атомизированности продавцов, государство как единственный покупатель многих видов рабочей силы при социализме — пример нарушения атомизированности покупателей.

А вот третье условие нарушается почти всегда: качество продукта обычно описывается большим количеством показателей (что и характеризует дифференцированный продукт), которые у разных продавцов имеют различные параметры. Степень дифференцированности обычно особенно велика для высокотехнологичной продукции или услуги, где количество показателей, характеризующих качество продукта, может исчисляться сотнями.

Результат аудиторской проверки является малодифференцированным продуктом. Существует пять стандартизированных видов аудиторского заключения, причем все безоговорочно положительные заключения по содержанию практически одинаковы, а среди каждого из остальных видов имеются различия в части мотивации (например, оговорки в условно положительном заключении), которые носят второстепенный характер по сравнению с самим фактом выдачи такого заключения. Вероятность ошибок (т. е. ситуация, когда экономический субъект достоин одного вида аудиторского заключения, а ему выдан один из четырех других видов) для аудиторских организаций равного уровня — например иностранных фирм и крупных отечественных — примерно одинакова. Особенно если учесть, что в первую очередь здесь важна вероятность выдать положительное аудиторское заключение (безусловное или условное), когда на самом деле бухгалтерская отчетность в существенных отношениях недостоверна.

В продукцию аудита входит и письменная информация (отчет) аудитора руководству проверяемого экономического субъекта, причем у разных аудиторских организаций отчеты могут различаться по качеству. Но это документ второстепенный по сравнению с аудиторским заключением, а различия в его характере и качестве для иностранных и крупных отечественных аудиторских фирм относительно невелики). По-видимому, такая же ситуация — и с рекомендациями по улучшению ведения бухгалтерского учета, не вошедшими в письменную информацию аудитора. В понятие качества продукта аудиторской проверки, безусловно, входит и штамп аудиторской фирмы на аудиторском заключении: получить кредит в международных организациях экономическому субъекту гораздо легче, когда положительное заключение о достоверности его бухгалтерской отчетности дала одна из фирм «большой четверки», а не малоизвестная российская. Однако и здесь крупные отечественные фирмы сокращают свой отрыв от «большой четверки».

Поэтому и на РАУ в целом, и в отдельных секторах этого рынка (аудит крупных корпораций, аудит средних предприятий, аудит банков и т. д.), как правило, действуют по меньшей мере десятки аудиторских организаций, способных обеспечить примерно одинаковое качество аудиторских проверок; при этом количество потенциальных клиентов для каждой аудиторской организации будет исчисляться по меньшей мере сотнями.

Некоторый отход в сторону несовершенной конкуренции произойдет, если учесть проведение иных аудиторских услуг. Специфика прочих услуг приводит к большему разбросу их качества, нежели в случае аудита. Например, по налоговому консультированию ввиду сложного и запутанного характера соответствующего законодательства неизбежно выделение из общей массы аудиторов виртуозов по налоговым вопросам. Аналогично обстоит дело и со стратегическим консалтингом.

Однако (с учетом того обстоятельства, что прочие услуги могут оказывать не только аудиторские организации) большинство продуктов на рынке аудиторских услуг смогут обычно продавать — и чем дальше, тем больше — по меньшей мере десятки организаций с более или менее одинаковым уровнем качества, а их потенциальными покупателями будут по меньшей мере десятки экономических субъектов. Поэтому конкуренцию на РАУ следует признать в целом сравнительно близкой к совершенной. Еще раз отметим, что это редкий случай для рынков, но не уникальный: близка к совершенной, например, конкуренция на цивилизованном рынке ценных бумаг.

Конкуренция классифицируется и по многим другим основаниям, например добросовестная и недобросовестная. Основные методы первой: повышение качества продукции, снижение цен (но не до уровня демпинга), честная и эффективная реклама, развитие послепродажного обслуживания (допродажное обслуживание следует, на наш взгляд, отнести к повышению качества продукции) и т. д. На РАУ все это имеет место, кроме послепродажного обслуживания, но ему может быть аналогия в виде авторского надзора за реализацией предложений, сделанных во время консалтинга. Основные методы недобросовестной конкуренции: экономический шпионаж, подделка продукции конкурентов, использование для борьбы с ними властных структур, обман потребителей, махинации с деловой отчетностью и пр. Все это встречается и на РАУ — за исключением подделки продукции конкурентов (в отличие, скажем, от виноделия и фармацевтики).

И в вопросах ценообразования на РАУ есть сильная аудиторская специфика. Основные схемы оплаты услуг на РАУ — аккордная и повременная. При аккордной оплате сумма, получаемая аудиторской организацией, определяется до начала аудиторской проверки (или оказания иной услуги). Повременная схема оплаты основана на оценке стоимости одного часа — иногда дня — работы аудиторов (в среднем или с учетом различной квалификации участвующих в проверке специалистов) и подсчете их фактически затраченного времени по окончании аудиторской проверки или иной услуги.

Наиболее широко распространена на РАУ за рубежом повременная оплата⁴. Это нехарактерно для других отраслей. Обычно цена на какой-либо товар или услугу определена заранее и не зависит от затрат времени производителя на конкретную единицу товара. Например, собранный на заводе телевизор может сразу давать высококачественное изображение, а может потребовать длительной настройки, но в обоих случаях цена его будет одинакова.

Повременная оплата оказывается весьма простым и универсальным способом расчета цены услуги. Затраты времени работы аудиторов при проверке достоверности бухгалтерской отчетности легко оцениваются постфактум, а далее простыми операциями умножения и сложения получается себестоимость услуги. Таким методом единообразно калькулируется себестоимость аудиторской проверки банка, корпорации, страховой компании и т. д., хотя характер бухгалтерской отчетности и насыщенность ее различными искажениями у разных экономических субъектов сильно варьируются. Однако у повременной оплаты есть как минимум два серьезных недостатка: возможность завышения затрат времени работы оборудования, специалистов и отсутствие или ослабление мотивации к внедрению новых прогрессивных технологий, уменьшающих эти затраты, например замена сплошного наблюдения объектов аудиторской проверки выборочным.

⁴ Шермет А. Д., Суйц В. П. Аудит: учебник. М.: ИНФРА-М, 2007. С. 117.

Эти два недостатка повременной схемы оплаты (как с позиции клиентов аудиторских организаций, так и с народнохозяйственных позиций) на РАУ имеют место, но в весьма ослабленном виде. Главная причина заключается в том, что экономическим субъектам сравнительно легко оценить затраты аудиторской организации (аудиторы работают на глазах у сотрудников бухгалтерии, те имеют представление о технологии аудиторской работы и т. д.). Поэтому завышение затрат либо отсутствует вовсе, либо, как правило, сравнительно незначительно, и экономические субъекты смотрят на это снисходительно, как на вполне допустимые «шалости».

Ну а если большое (относительно нормальных величин) завышение затрат ресурсов нереально, то естественной стратегией аудиторских организаций становится уменьшение этих затрат при неизменном (или лишь немного ухудшенном) качестве аудиторской проверки, т. е. оптимизация отношения цена — качество. Таким образом, второй из основных недостатков повременной оплаты — сильные побудительные мотивы к консервации отсталых технологий — аудиту в больших масштабах не грозит.

Общий итог вышеизложенного сравнения аккордной и повременной схем оплаты аудиторских услуг таков. Когда объем работ более или менее точно может быть известен заранее (например, это аудит постоянного клиента), предпочтительнее аккордная схема. В противном случае вполне приемлема повременная схема, поскольку ее недостатки на РАУ изрядно смягчены.

Изложенные выше вопросы отраслевой принадлежности аудита, конкуренции в аудите и ценообразования на РАУ были рассмотрены нами ранее в некоторых аспектах более подробно⁵.

КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ И МЕСТО АУДИТА В НЕЙ

Рынки классифицируются не только по характеру конкуренции в них и по схемам оплаты товаров и услуг, но и еще по большому числу различных оснований.

По характеру продукта выделяют рынки потребительские (рынки потребительских товаров или услуг), средств производства, земли, ценных бумаг, средств труда и т. д. Очевидно, что РАУ относится к потребительским рынкам, притом к той их части, которая имеет дело не с товарами, а с услугами, а именно с аудиторскими услугами.

Рынки большинства товаров и услуг сравнительно однородны. На РАУ услуги чрезвычайно разнообразны — аудиторские проверки, обзорные проверки, консультации, восстановление бухгалтерского учета, его автоматизация, оценочная деятельность, обучение и т. д.⁶, так что единственным общим свойством их будет, пожалуй, то, что аудиторы в принципе подготовлены к их оказанию и имеют сильные конкурентные позиции по сравнению с аналитическими фирмами, экспертными центрами и т. п.

По пространственному охвату выделяются местный, региональный, национальный, интеграционных группировок (например, Европейского экономического сообщества) и мировой рынки. Но если американские, английские и другие аудиторские фирмы действуют на всех пяти вышеуказанных уровнях, то отечественные — только на первых трех. Впрочем, надо надеяться, что не за горами выход на четвертый уровень (в первую очередь в рамках Таможенного союза с Казахстаном и Белоруссией), а впоследствии — и на пятый.

По приоритету субъектов рынка выделяются рынки продавцов, рынки покупателей и т. н. нормальные рынки. Общепринято, что при социализме существовал рынок продавцов, поскольку они имели преимущество и могли выбирать покупателей, а те возможности выбора обычно были фактически лишены. Большое распространение получило мнение,

⁵ Гутцайт Е. М. Аудит и другие науки. М.: ВивидАрт, 2011. С. 86–95, 96–105, 118–125.

⁶ Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ, ст. 1, ч. 7.

что при классическом капитализме существуют нормальные рынки, т. к. с помощью механизма цен устанавливается равновесие между спросом и предложением. Однако есть точка зрения, что на таких рынках все-таки имеет место преимущество покупателя, потому что это он выбирает продавца, а не наоборот⁷, так что обычно в рыночной системе преобладают рынки покупателя. Мы склоняемся к этой точке зрения и считаем нужным подчеркнуть, что на РАУ это проявляется даже в несколько большей степени, чем на многих других рынках. Дело в том, что в силу распространенности на РАУ повременной оплаты (подробнее о масштабах и причинах этого обстоятельства речь шла в предыдущем разделе) сначала услуга оказывается, а лишь потом оплачивается⁸; при повременной схеме оплаты иное просто нереально: калькуляция услуги и, следовательно, ее оплата возможны лишь по ее завершении. Другими словами, позиция покупателя услуги здесь еще сильнее, чем обычно.

По информации, доступной покупателю, рынки подразделяются на рынки с симметричной информацией и рынки с асимметричной информацией. В первом случае покупатель обладает такими же (или почти такими же) знаниями о продукте, как и продавец⁹, во втором — значительно меньшими; при этом речь идет не о технологии производства, а о таких эксплуатационных свойствах, как надежность, долговечность и т. п. С этих позиций рынок новых автомобилей относится к первому виду, а подержанных — ко второму. Известный западный экономист К. Эрроу заявил, что «понятие асимметричной информации стало ... самой важной разработкой в экономической теории после 1950 г.»¹⁰. На наш взгляд, РАУ является рынком с асимметричной информацией, поскольку собственники аудируемого лица нередко знают о качестве аудиторской проверки гораздо меньше, чем директорат и тем более аудиторы (особенно в случае недостоверной бухгалтерской отчетности, сопровождаемой положительным аудиторским заключением); в еще большей степени это относится к внешним пользователям аудита. Что касается иных аудиторских услуг, то здесь ввиду их разнообразия могут, по нашему мнению, встречаться рынки как с симметричной информацией (например, рынок обучения), так и с несимметричной (например, оценочная деятельность или различные виды консультирования).

По сопровождению внешними эффектами (экстерналиями) можно говорить о рынках с экстерналиями и без — с учетом расхождения, возникающего между общественным и частным чистыми продуктами¹¹. В работе Пигу приведено много примеров положительного внешнего эффекта, когда общественный продукт больше суммы частных — за счет положительного побочного влияния услуг, которые индивид А представляет индивиду Б, но которые положительно влияют и на индивидов В, Г, Д (мы сохраняем здесь терминологию Пигу), причем последние их не оплачивают, например установку фонарей возле дверей частных домов, которые освещают и улицы, и т. д. Приведено там много примеров и отрицательного внешнего эффекта, когда некоторые индивиды терпят некомпенсируемые убытки от деятельности других. Сейчас один из главных примеров отрицательных внешних эффектов лежит в сфере экологии — это в основном внешний эффект от нанесения производителем товара ущерба окружающей среде.

⁷ См., напр.: Корнаи Я. Силой мысли. Неординарные воспоминания об одном интеллектуальном путешествии. М.: Логос, 2008. С. 207.

⁸ Чаще в услугах бывает наоборот.

⁹ Возможно, что в целях большего обобщения лучше говорить не о покупателе и продавце, а о пользователе и производителе товара или услуги. Внешний пользователь аудита не платит за аудиторское заключение, но использует его при принятии решений; таким образом, он выступает не покупателем, а пользователем аудиторской проверки.

¹⁰ Эрроу К. Развитие экономической теории с 1940 года: взгляд очевидца // Вопросы экономики. 2010. № 4. С. 19.

¹¹ Пигу А. Экономическая теория благосостояния. Т. 1. М.: Прогресс, 1985. С. 251–254.

Пример аудита наглядно иллюстрирует и третью, промежуточную ситуацию. Если аудит высококачественный, т. е. вероятность ошибочных заключений о достоверности бухгалтерской отчетности аудируемого лица мала, то внешние пользователи аудита в массе своей принимают верные управленческие решения, что обеспечивает лучшие, чем без аудита, показатели их хозяйственной деятельности, а значит, внешние эффекты от такого аудита положительны. Но при низкокачественном аудите повышается вероятность неправильных управленческих решений, так что показатели хозяйственной деятельности ряда внешних пользователей аудита и народного хозяйства в целом могут быть хуже, чем без аудита; для этих внешних пользователей экстерналии отрицательны. Конечно, подобная ситуация характерна не только для аудита, хотя и сравнительно редко встречается. Примеры других таких сфер деятельности (рейтингование, имущественная оценка и т. д.), базовая вербальная модель с системой допущений и ее модификации подробно изложены нами ранее¹².

Рынки товаров и услуг различаются по степени простоты входа на рынок новых производителей и ухода с него старых. В аудите и то, и другое осуществляется, в отличие от большинства других отраслей, сравнительно легко. Вход на РАУ не требует больших первоначальных капиталов, земельных площадей, трудовых ресурсов, практически не нагружает экономическую, социальную или экологическую инфраструктуру региона.

С другой стороны, и прекращение деятельности аудиторской фирмы или ряда фирм также может происходить сравнительно легко, не приведет к оголению этого сектора рынка в регионе (хотя бы потому, что имеется возможность быстрого прихода в регион аудиторских организаций из центра и других регионов), резкому всплеску безработицы и не влечет за собой других отрицательных последствий — как это бывает, например, при закрытии угольных шахт или банкротстве кредитных учреждений. А мощный процесс входа компаний на рынок и выхода из него — движущая сила перераспределения ресурсов в пользу более эффективных фирм¹³; это относится и к аудиту, причем здесь в роли главного ресурса выступают не основные средства и рабочая сила, а квалифицированные кадры.

По доле рынка, захваченной крупными производителями, рынки делятся на монопольные (преобладает один производитель), олигопольные (преобладают несколько крупных производителей) и прочие. Видно, что РАУ носит олигопольный характер: в 2013 г. четыре самые крупные аудиторские организации в нашей стране получили 40,7 % доходов всех аудиторских организаций, а первые пятьдесят по величине доходов — 62,8 %¹⁴.

По легитимности рынки товаров и услуг делятся на легальные и теневые. Пример последних — рынок наркотиков. Но могут быть и смешанные, например рынок алкогольной продукции, где обращаются разрешенные к производству напитки и самогон. Конечно, РАУ является легальным рынком.

По участию в регулировании государства (а также других возможных регуляторов) рынки делятся на свободные и регулируемые. Пожалуй, общепризнано, что РАУ в нашей стране относится к регулируемым рынкам, причем на нем действует как весьма сильное государственное регулирование, так и общественное регулирование в лице СРО аудиторов. (Государственное регулирование в литературе рассмотрено подробно¹⁵, общественное — тоже¹⁶.) Впрочем, тенденция к усилению регулирования в настоящее время имеет место и на западных рынках аудиторских услуг.

¹² Гутцайт Е. М. Аудит и экстерналии // Академия бюджета и казначейства. Финансовый журнал. 2010. № 1. С. 26–32.

¹³ Корнаи Я. Путь к свободной экономике: десять лет спустя // Вопросы экономики. 2000. № 12. С. 48.

¹⁴ Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2013 г. (http://www.minfin.ru/ru/performance/audit/audit_stat/MainIndex/#).

¹⁵ Гутцайт Е. М. Аудит и другие науки. М.: ВивидАрт, 2011. С. 205–218.

¹⁶ Шнейдман Л. З., Соломняный С. В. Саморегулирование в аудите: основные результаты // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2014. № 4. С. 5–14.

Конечно, возможна классификация рынков и по многим другим основаниям. Достаточно полная классификация с установлением места РАУ в ее рамках является предметом отдельного самостоятельного исследования.

ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ АУДИТОРСКИХ УСЛУГ

Представляется далее полезным приложить разделы экономической теории, исследующие основы анализа спроса и предложения¹⁷, к анализу функционирования РАУ. Этот раздел базируется на анализе кривых зависимости величины спроса и предложения некоторого товара (услуги) от цены на него. Для краткости эти кривые обычно называются кривыми спроса и предложения; по традиции цена часто откладывается не по оси абсцисс (x), а по оси ординат (y). Они имеют довольно общий вид для различных товаров и услуг — а значит, и для различных секторов РАУ (аудит банков, аудит крупных корпораций и т. д.).

Естественно, что количество Q любого товара (услуги), которое готовы приобрести покупатели на рынке, увеличивается при уменьшении цены P на него (кривая спроса $D-D$ на рис. 1), но эта зависимость может быть как слабой, так и сильной (эластичной). Если однопроцентное изменение цены в какой-то точке кривой $D-D$ приводит к более чем однопроцентному изменению величины спроса в этой точке, то спрос на товар считается в этой точке эластичным¹⁸, а если к менее чем однопроцентному, то неэластичным.

Рисунок 1



Источник: составлено автором на основе классических кривых спроса и предложения.

В литературе приводятся данные по эластичности спроса на некоторые товары и услуги, полученные на базе одного из американских обследований; например эластичность для такого товара, как помидоры, была равна 4,6, услуг такси — 1,2, обуви — 0,7, бытовой электроэнергии — 0,13¹⁹. Важную роль в различии этих цифр играет то обстоятельство, имеется ли у рассматриваемого товара (услуги) полноценные — или близкие к таковым — заменители. Для помидоров их легко найти, для бытовой электроэнергии — трудно, равно как и уменьшить ее потребление при повышении цены.

Насколько нам известно, такие количественные исследования ни применительно ко всему РАУ, ни применительно к отдельным его секторам в нашей стране не осуществлялись. Поэтому попробуем исследовать этот вопрос на уровне качественных соображений. Если взять секторы аудиторских проверок банков, крупных отечественных предприятий или иностранных и смешанных организаций, то они, как правило, являются субъектами

¹⁷ См., напр.: Самуэльсон П. Э., Нордхаус В. Д. Экономика. 18-е изд. М.: ИД «Вильямс», 2007. С. 117–143.

¹⁸ Строго говоря, речь идет о бесконечно малых изменениях P и Q , а оборот «однопроцентное» используется в литературе для упрощения изложения и понимания вопроса.

¹⁹ Самуэльсон П. Э., Нордхаус В. Д. Экономика. С. 201.

обязательного аудита и реально его проводят. Повышение цен на аудиторские проверки чрезвычайно мало, по нашему мнению, оттолкнет их от этих проверок (им такой аудит нужен для репутации, выхода на фондовые рынки и т. п.). С другой стороны, снижение цен чрезвычайно мало увеличит в каждом из этих секторов обязательные аудиторские проверки, но может повысить размеры инициативного аудита. Однако инициативный аудит сравнительно слабо распространен в нашей стране²⁰, так что заметного приращения числа аудиторских проверок в перечисленных сегментах РАУ он не принесет. Поэтому здесь ситуация ближе к бытовой электроэнергии, нежели к помидорам, а кривая D-D на рис. 1 приближается к вертикальной прямой, отражающей абсолютно неэластичный спрос.

Несколько отличающейся представляется ситуация в другом секторе РАУ — организаций и предприятий, показатели деятельности которых находятся вблизи законодательно установленных границ количественных критериев обязательного аудита. С повышением цены на аудиторские проверки от них откажутся многие предприятия, не являющиеся согласно законодательству субъектами обязательного аудита. А из тех, кто обязательно должен проходить аудит (и проходил его ранее), многие станут его избегать, поскольку штрафные санкции за непрохождение обязательного аудита в нашей стране смехотворно низки, а вопросы репутации или фондовых рынков такие организации волнуют мало. Поэтому в этом секторе спрос будет более эластичным. Если же ситуация со штрафными санкциями за непрохождение обязательного аудита станет нормальной, то эластичность спроса в секторе таких организаций РАУ несколько приблизится к эластичности в секторе банков, крупных отечественных предприятий и т. п.

Что касается сектора малых предприятий, то там аудиторские проверки являются инициативными, ввиду чего в этом секторе РАУ с учетом вышеизложенных соображений можно ожидать еще большей эластичности. В секторах иных аудиторских услуг ситуация, по-видимому, чрезвычайно разнопланова и определяется характером услуг; ограничимся поэтому только консалтингом. Консалтинг в отличие от аудиторской проверки ни для одной организации не обязателен, так что эта услуга относится к числу заменяемых. Замена может состоять в подключении внутренних подразделений экономического субъекта или консалтинговых фирм, отмене запроса на консалтинг и т. п. Поэтому повышение цен на консалтинговые услуги может вызвать значительное понижение спроса на них, т. е. следует ожидать, что спрос будет довольно эластичным, хотя до ситуации с помидорами здесь, скорее всего, весьма далеко.

Экономическая теория различает эластичность спроса в краткосрочном и в долгосрочном периодах. В литературе приводится пример с бензином, когда после неожиданного его подорожания спрос в краткосрочном периоде неэластичный (привычки быстро не изменишь); однако со временем люди могут заменить автомобиль на более экономичный, пересесть на велосипед или поезд и т. д., что приведет к повышению эластичности спроса в долгосрочном периоде²¹. Рассмотренные выше ситуации в различных секторах РАУ относились преимущественно к эластичности спроса в долгосрочном периоде. Во-первых, потому, что она важнее, а во-вторых, потому, что внезапные события типа резкого подорожания бензина на РАУ чрезвычайно редки.

Экономическая теория призывает не путать движение вдоль кривой спроса со сдвигом этой кривой²². Сдвиг кривых спроса может происходить в силу различных причин, например из-за увеличения дохода покупателей. Поэтому в годы экономического подъема кривая D-D на рис. 1 сдвигается вправо (см. кривую D'-D'), поскольку одному и тому

²⁰ По данным Минфина России, доля инициативного аудита во всех аудиторских проверках в последние три года была между 16,6 и 18,5 %. (см. напр. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации (http://www.minfin.ru/ru/performance/audit/audit_stat/).

²¹ Самуэльсон П. Э., Нордхаус В. Д. Экономика. С. 152.

²² Там же. С. 124–126.

же уровню цен на аудиторские проверки, консультационные услуги и т. д. будет соответствовать большее количество организаций, прибегающих к таким услугам потому, что их финансовое состояние улучшилось. Другое дело, что на практике не ясны размеры такого сдвига.

Аналогично эластичности спроса по цене в экономической теории рассматривается эластичность предложения по цене товара и услуги. Но здесь чем больше цена, тем больше количество товара (услуги), которое производители могут поставить на рынок. На рис. 1 это иллюстрировано кривой S-S, так что сдвиг кривой спроса вправо приводит к сдвигу точки равновесия А в точку А' с более высокой ценой и большей величиной количества товара. Аналогично случаю кривой спроса возможен сдвиг кривой предложения (на рис. 1 он не показан, чтобы не усложнять картину) по различным причинам, например при изменении себестоимости товара или услуги; как и в случае спроса, экономическая теория предлагает отличать движение вдоль кривой предложения от сдвига этой кривой. Как и в отношении кривой спроса, аудиторская специфика позволяет сделать некоторые предположения о виде кривой предложения в различных секторах РАУ.

Во-первых, эти кривые будут довольно эластичны как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде. Например, при повышении цены аудиторских услуг аудиторские фирмы могут привлечь работников со стороны, больше загрузить своих сотрудников, ускорить проведение аудиторских услуг (последнее нередко приводит к ухудшению их качества, но это уже другой вопрос) и т. д. А в долгосрочном периоде на РАУ придет много новых аудиторских фирм, поскольку согласно сказанному в предыдущем разделе вход новых производителей на РАУ сравнительно легкий. Во-вторых, здесь следует ожидать меньших различий между различными секторами РАУ, чем в случае кривых спроса, поскольку описанные механизмы действуют примерно одинаково и в отношении аудита банков, и в отношении аудита крупных отечественных предприятий, и в отношении консалтинга.

Конечно, изложенный выше анализ кривых спроса и предложения на РАУ носит фрагментарный характер и лишь иллюстрирует возможность приложения экономической теории спроса и предложения к анализу функционирования РАУ и намечает пунктиром некоторые пути учета аудиторской специфики при таком приложении. Само же такое приложение в сколько-нибудь полном и законченном виде представляется нам предметом отдельного исследования.

В заключение следует отметить, что почти в каждом из рассмотренных аспектов на РАУ накладывает отпечаток сильная отраслевая (аудиторская) специфика, и это несколько выделяет его из других отраслевых рынков.

Библиография

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ (ред. от 1.12.2014).
2. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2013 г. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.minfin.ru/ru/performance/audit/audit_stat/MainIndex/#
3. Гранберг А. Г. Математические модели социалистической экономики. М.: Экономика, 1978.
4. Гутцайт Е. М. Аудит и другие науки. М.: ВивидАрт, 2011.
5. Гутцайт Е. М. Аудит и экстерналии // Академия бюджета и казначейства Минфина России. Финансовый журнал. 2010. № 1.
6. Корнаи Я. Путь к свободной экономике: десять лет спустя // Вопросы экономики. 2000. № 12.
7. Корнаи Я. Силой мысли. Неординарные воспоминания об одном интеллектуальном путешествии. М.: Логос, 2008.
8. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. Т. 1. М.: Прогресс, 1985.
9. Самуэльсон П. Э., Нордхаус В. Д. Экономика. 18-е изд. М.: ИД «Вильямс», 2007.
10. Шеремет А. Д., Суйц В. П. Аудит: учебник. М.: ИНФРА-М, 2007.
11. Шнейдман Л. З., Соломяный С. В. Саморегулирование в аудите: основные результаты // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2014. № 4.
12. Эрроу К. Развитие экономической теории с 1940 года: взгляд очевидца // Вопросы экономики. 2010. № 4.