

Література.

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: підруч. [для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» ВНЗ] / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «Рута», 2003. – 726 с.

2. Кондратюк Д. М. Оптимальний постачальник як чинник конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / Д. М. Кондратюк. // Економіка. Управління. Інновації . – 2014. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_53.pdf

3. Орлов І. В. Розрахунки підприємств за операціями придбання: економіко-правовий зміст / І. В. Орлов // Економіка промисловості. – 2010. – № 4. – С. 156-168. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econpr_2010_4_27.

ОПТИМІЗАЦІЯ РОБОТИ АУДИТОРСЬКОГО БІЗНЕСУ ЗА ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМИ

*Кравчук А.О., к.е.н., доцент, Трандафір І.В., студент,
Одеський державний аграрний університет*

Незалежна аудиторська діяльність перш за все є бізнес процесом, направленим на задоволення потреб, надання послуг клієнтам. Логічним напрямком в роботі суб'єктів аудиту є намагання зробити свою діяльність максимально результативною та побудувати більш надійні та зрозумілі стосунки з замовниками. Сьогоднішній світ співпраці у бізнес середовищі змінюється за допомогою впровадження автоматизованих систем. Дані системи здатні ефективно та точно опрацьовувати інформацію про зв'язки з клієнтом, скорочують час на дослідження потреб замовника, допомагають вести конструктивний, змістовний і цільовий діалог з партнерами та користувачами послуг. Швидкість надходження інформації та оперативне реагування на неї вирішує більшість питань розвитку будь-якої компанії. Сфера консалтингу та аудиту працюють в постійно змінному економічному середовищі, а відтак кожне завдання та замовлення мають свою унікальність та потребують тісної співпраці з клієнтами.

Згідно з проведеними дослідженнями третина українських компаній, в тому числі і в сфері аудиту, взагалі не контролюють процеси роботи з клієнтами. Близько 24% компаній веде базу

клієнтів самостійно, а для обліку контактів 61% компаній обмежуються тільки Excel. Крім того, в 3% компаній для збору звітності про роботу з клієнтами використовують папір.

Нині найефективнішими інструментами для діяльності бізнесу стали CRM-системи (англ. Customer Relationship Management – управління відносинами з клієнтами). У них розрізнені інструменти ведення бізнесу об'єднуються в злагоджену мережу.

У 2017 році тільки 6% українських підприємств активно використовували системи для управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM).

Такий низький рівень систематизації в країні пов'язаний зі слабким поширенням в малому і середньому бізнесі знань про CRM-технології. Що виступає ключовою проблемою впровадження автоматизації саме суб'єктів аудиторської діяльності, так як більшість з них належать до мікро – або малих підприємств.

Основними перевагами впровадження CRM-системи в аудиторський бізнес є правильне використання клієнтської бази; виключена можливість втрати каналів комунікації, постійний контроль роботи підлеглих (рис. 1).

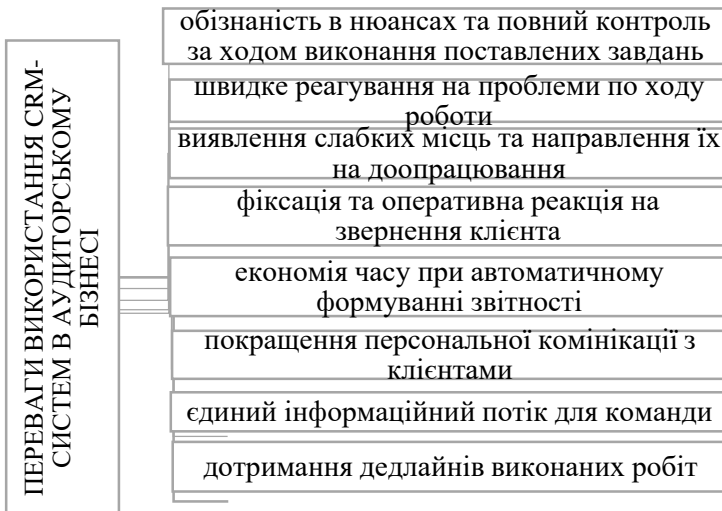


Рис. 1. Переваги використання CRM-систем в аудиторському бізнесі

CRM-системи – це комплекс технологічних та організаційних рішень, за допомогою яких компанія збирає, обробляє і зберігає всі дані про замовників послуг та взаємодію з ними. Вони є ефективним інструментом для роботи над проектами, оскільки дають змогу простежити історію взаємовідносин клієнта і компанії, проаналізувати побажання замовників послуг, підкріпити інформацію аналітичними даними та значно пришвидшити роботу команди [1].

Максимально задовольняти потреби клієнтів слід ще на етапі приймання замовлень, з подальшим забезпеченням оперативного реагування на всі їх звернення. Так, за допомогою CRM-систем заявки потенційних замовників послуг на сайті автоматично фіксуються в базі й перетворюються на завдання для фахівців відповідних підрозділів. Усі етапи виконання договірних положень з клієнтами контролюються в інформаційній системі, зберігається історія договорів та пов'язані з ними документи, які доступні і керівникам, і виконавцям [2]. Програма оснащена функцією нагадування про необхідність подальших дій, формування та подання звітності. Робота з CRM дає можливість швидше планувати й вирішувати робочі справи, ставити завдання колегам, призначати зустрічі з партнерами, планувати дзвінки чи надсилати листи.

Перед початком впровадження CRM-системи необхідно окреслити цілі та завдання компанії, варто уважно вивчити ринок CRM-систем, оцінити рівень витрат на впровадження системи і звернутися до компаній, які надають дані послуги. Гарантія швидкого впровадження і адаптація нових технологій забезпечується наявністю готової функціональності для вирішення завдань бізнесу, розумного інтерфейсу, мобільних технологій, використанням алгоритмів машинного навчання і інших інтелектуальних інструментів.

В цілому, CRM-система дозволяє управляти бізнес-процесами аудиторської компанії: її проектами, клієнтами, ресурсами, фінансами і рахунками.

Література.

1. Бойко О. CRM-системи для аудиторського бізнесу. / Бойко О. // Аудитор України. 2019. № 4 (281). С. 12-15.

2. Зачем CRM система вашей компании?
URL:<https://www.terrasoft.ua/software/crm/definition> (дата
звернення 10.05.2019 р.).

ОБЛІК ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Кузьменко Н.В., Бараник Ю.В., студенти,
Кременчуцький національний університет імені Михайла
Остроградського*

Результатом здійснення виробничо-фінансової діяльності кожного господарюючого суб'єкта являється фінансовий результат, що інформує про збитковість чи прибутковість підприємства. Зауважимо, що методика обліку відповідає міжнародним стандартам фінансової звітності, але можна виокремити низку неточностей та невідповідностей, тому дана тема залишається актуальною.

На тему фінансового результату, його сутності та порядком формування проводили дослідження багато науковців, а саме: Панкратова Т.В. [1], Бабюк А. [2], Чуніхіна Т.С. та Давидюк Г.С., Фальченко О.О. і Артеменко О.І. [3], Гуренко Т.О. і Байцер Т.Р. [4] та інші.

Наприклад, Фальченко О.О. стверджує, що фінансові результати відображають мету підприємницької діяльності, її доходність, і є вирішальними для підприємства, а Панкратова Т.В. робить висновок, що фінансовий результат підприємства відображає ефективність його діяльності. Від правильності формування і використання фінансового результату залежить стабільність та розвиток господарюючого суб'єкта.

В НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» конкретного визначення дефініції «фінансовий результат» немає, а лише зазначається, що «у звіті про фінансові результати розкривається інформація про доходи, витрати, прибутки і збитки, інший сукупний дохід та сукупний дохід підприємства за звітний період» [5].

* Науковий керівник – Циган Р.М., старший викладач