

димостью создания распределенной сети компьютеров для поддержания функционирования технологии блокчейн, что требует больших материальных затрат.

Становление блокчейна частью финансовой системы займет продолжительное время. Для этого он должен пройти стандартизацию, внедрение в организации различных форм собственности и оптимизацию [6].

**Заключение.** Применение блокчейна будет только расти. Он изменит способ работы бухгалтеров. Бухгалтерский учет станет более эффективным.

Точно так же, как компьютеры и Интернет изменили рабочие места во всех отраслях, блокчейн обеспечит решения многих проблем предприятий. В настоящее время компании пересматривают свои бизнес-модели и оценивают необходимость внедрения блокчейна. Эта технология уже решает некоторые существующие проблемы в различных отраслях.

Блокчейн — это новая возможность для бухгалтерского учета. Многое еще предстоит разработать и стандартизировать. Но тот, кто начнет внедрять блокчейн в бухгалтерию раньше, обретет преимущество перед конкурентами уже сегодня.

#### Список цитируемых источников

1. Что такое Блокчейн (Blockchain) 2020: виды цепочек, применение [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://altcoinlog.com/chto-takoe-blockchain-technology/#:~:text=Расшифровывается%20термин%20блокчейн%20для%20чайников,и%20без%20нарушения%20конфиденциальности%20сторон>. — Дата доступа: 17.04.2021.
2. The Impacts of Blockchain on the Accounting Industry [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://theblockchainland.com/2020/01/30/impacts-blockchain-accounting-industry/>. — Дата доступа: 17.04.2021.
3. Как блокчейн изменит бухгалтерию // Bitbon.Today [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://bitbon.today/ru/staty/kak-blokchein-izmenit-buhgalteriyu/>. - Дата доступа: 18.04.2021.
4. Как блокчейн изменит бухгалтерию [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.klerk.ru/buh/articles/472371/>. — Дата доступа: 18.04.2021.
5. Блокчейн как глобальная книга учета [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bitcryptonews.ru/blogs/blokchein/zamenit-li-buhgalterov-blokchein>. — Дата доступа: 20.04.2021.
6. Блокчейн-технология в бухгалтерском учете и аудите [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/blokchein-tehnologiya-v-buhgalterskom-uchete-i-audite/viewer>. — Дата доступа: 20.04.2021.

УДК 657.6

**Я. В. Карманович, А. Н. Коваленко, Н. А. Антипенко**

*Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет», Минск, Республика Беларусь*

### РЫНОК АУДИТОРСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ. АНАЛИЗ ЕГО СОСТОЯНИЯ

**Введение.** На сегодняшний день рынок аудиторских услуг в Республике Беларусь постоянно претерпевает ряд изменений, которые по-разному влияют на его дальнейшую работу и развитие. В век информационных технологий каждая работа должна быть эффективной и быстровыполнимой. Вследствие этого возникает необходимость рассмотреть сферу аудиторских услуг в Республике Беларусь, а также внести некоторые предложения по ее совершенствованию.

**Основная часть.** Аудит – независимая проверка и выражение мнения о финансовой отчетности предприятия. Его целью является определение достоверности и правильности финансовой отчетности субъекта проверки, а также контроль над соблюдением заказчиками аудиторских услуг законов и норм хозяйственного права и налогового законодательства Республики Беларусь. Основным нормативно-правовым актом, регулирующим отношения в области аудиторской деятельности, выступает Закон Республики Беларусь от 12.02.2013 г. № 56-З «Об аудиторской деятельности» с изменениями и дополнениями.

Субъектами аудиторской деятельности в Республике Беларусь являются: аудиторы, аудиторские организации, аудиторы – индивидуальные предприниматели, аудиторская палата, аудируемые лица, заказчики аудиторских услуг [1, с. 145].

Министерство финансов ведет совместно с Аудиторской палатой аудиторский реестр. Сведения, содержащиеся в аудиторском реестре, являются открытыми и общедоступными. Исходя из этого, можно провести анализ рынка аудиторских услуг в Республике Беларусь. Данные представлены на рисунке 1.

Проанализировав численность аудиторов и аудиторских организаций в 2016-2021 годах, можно сделать вывод, что принятие изменений в Законе Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности» в 2017 году привело к резкому оттоку аудиторских кадров (снизилась примерно на 5%), что также сказалось и на численности аудиторских организаций (снизилась примерно на 21%) по сравнению с 2016 годом.

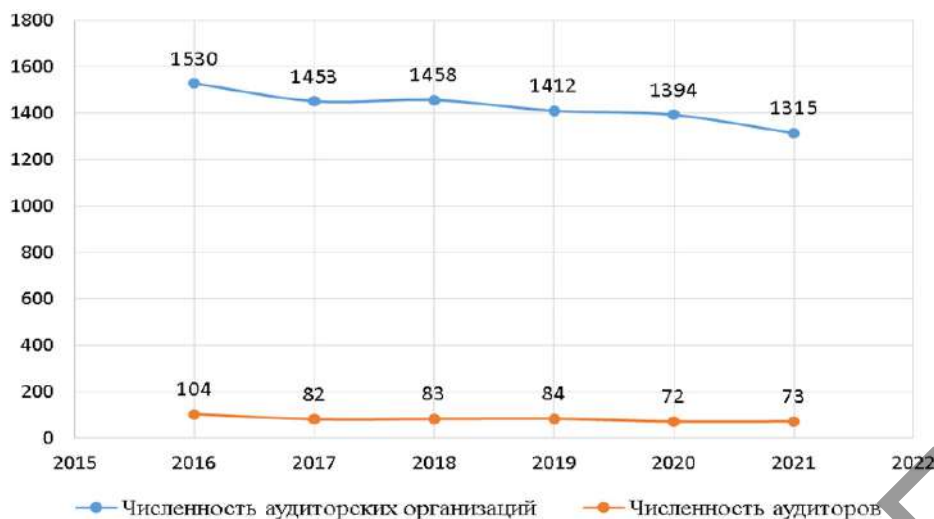


Рисунок 1 — Численность аудиторов и аудиторских организаций в 2016-2021 гг.

Аналогичная тенденция продолжилась и в последующие годы. С 2019 по 2021 годы численность аудиторов в относительном выражении сократилась на 7%, а количество аудиторских организаций – на 13%. Одним из факторов, оказавшим влияние на данные изменения, является утверждение устава и регистрация Министерством юстиции Республики Беларусь 5 ноября 2019 года Аудиторской палаты.

Аудиторская палата – юридическое лицо, являющееся некоммерческой организацией, основанной на обязательном членстве аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей. Членами Аудиторской палаты могут являться аудиторы, физические лица, не участвующие в осуществлении аудиторской деятельности, и юридические лица, не осуществляющие аудиторскую деятельность [2].

Аудиторская палата принимает решения о включении, исключении, а также о приостановлении членства аудиторов, аудиторских организаций и аудиторов – индивидуальных предпринимателей.

Председатель и заместитель председателя Аудиторской палаты, члены специализированных органов не должны являться работниками, собственниками имущества (учредителями, участниками) аудиторской организации, работниками аудитора – индивидуального предпринимателя, а также осуществлять аудиторскую деятельность в качестве аудиторов – индивидуальных предпринимателей и (или) иметь финансовую и (или) иную имущественную заинтересованность в деятельности аудиторских организаций, аудиторов – индивидуальных предпринимателей, аудиторов и (или) какую-либо зависимость от указанных лиц, которая может повлиять на объективность принимаемых решений [1, с. 167].

Согласно уставу Аудиторской палаты, одними из целей ее создания являются обеспечение общественной заинтересованности в аудиторской профессии, повышение престижа аудиторской профессии и содействие созданию благоприятной бизнес-среды в Республике Беларусь [3]. Хотелось бы отметить, что, исходя из проведенного выше анализа, данные цели не способствуют увеличению численности аудиторов и аудиторских организаций в стране.

В свою очередь, аудиторские организации, аудиторы – индивидуальные предприниматели с 1 января 2020 года могут осуществлять аудиторскую деятельность только после включения сведений о них в аудиторский реестр, который регулирует Аудиторская палата.

Для того чтобы стать членом Аудиторской палаты аудиторским организациям и аудиторам – индивидуальным предпринимателям необходимо предоставить ряд документов, общими из которых являются: заявление на вступление в Аудиторскую палату; копия свидетельства о государственной регистрации; соглашение о соблюдении принципов, правил и стандартов аудиторской деятельности; документ, подтверждающий уплату вступительного взноса и др.

Относительно вступительных взносов в Аудиторскую палату Республики Беларусь: обязательным условием является уплата данного взноса претендентом в полном размере до подачи письменного заявления о включении в члены Аудиторской палаты. Размер вступительных взносов зависит от выручки с учетом налога на добавленную стоимость за год и варьируется от 200 до 5000 белорусских рублей (от 75 до 1900 долларов США). Помимо вступительных взносов аудиторским организациям и аудиторами – индивидуальными предпринимателями уплачиваются годовые членские взносы. Размеры данных сумм были приняты и утверждены при создании Аудиторской палаты в 2019 году. На наш взгляд, суммы вступительного и последующих взносов достаточно велики, что является одним из факторов, отрицательно влияющих на обеспечение общественной заинтересованности в аудиторской профессии и создание благоприятной бизнес-среды.

Для оптимизации работы Аудиторской палаты Республики Беларусь и повышения численности аудиторов и аудиторских организаций, нужно снизить вступительный и последующие взносы, пересмотреть по-

рядок вступления в данную палату и создать благоприятные условия для молодых специалистов с целью их привлечения в аудиторскую деятельность.

Существенное воздействие на численность аудиторов в 2020-2021 годах оказывает пандемия коронавируса. Сложность работы аудиторов заключается в принадлежности аудируемых лиц к сферам деятельности, наиболее пострадавшим в условиях ухудшения эпидемиологической ситуации. Это выражается в нарушении аудируемыми лицами принципа непрерывности деятельности и неопределенности экономической ситуации в ближайшие 12 месяцев. Также из-за перехода на дистанционную форму работы сбор аудиторских доказательств стал затруднительным. В сложившейся ситуации в стране было разработано Письмо Министерства финансов Республики Беларусь от 14.04.2020 № 15-2-18/20/1. «Влияние внешних факторов на организацию и проведение аудита», в котором даны рекомендации по оказанию аудиторских услуг в период пандемии. Не смотря на предписание Министерства финансов, в качестве дополнительных мер по обеспечению безопасных условий работы аудиторов может быть организовано получение рабочих документов посредством ИТ-технологий, обучение и консультации аудируемых организаций благодаря онлайн-семинарам, проведение инвентаризации с помощью квадрокоптеров.

Новым толчком, который будет способствовать увеличению численности аудиторов и аудиторских организаций, может стать создание единого рынка аудиторских услуг на территории стран СНГ.

**Заключение.** Таким образом, изучив рынок аудиторских услуг в Республике Беларусь, можно сделать вывод, что в настоящий период времени он находится под давлением внешних обстоятельств. Для увеличения его численность и повышения престижа аудиторской профессии необходимо пересмотреть работу Аудиторской палаты и порядок вступления в нее, усовершенствовать методы дистанционной формы работы аудиторов и создать единый рынок аудиторских услуг на территории стран СНГ.

#### Список цитируемых источников

1. Лемеш, В. Н. Контроль и аудит : учеб. пособие / В. Н. Лемеш. — 2-е изд., перераб. и доп. — Минск : Амалфея, 2020. — 340 с.
2. Закон Республики Беларусь от 12.06.2013 г. № 56-З «Об аудиторской деятельности» (с изменениями и дополнениями от 18.06.2019 г.)
3. Устав Аудиторской палаты Республики Беларусь, утвержденный учредительным собранием Аудиторской палаты от 05.11.2019 г.

УДК 338.48

**Н. В. Кендзерская**

*Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

**Введение.** Успешная деятельность современных гостиничных предприятий является результатом эффективного управления бизнес-процессами, а также грамотно выстроенной маркетинговой политики, целью которой является построение бренда, лояльности клиентов к осуществлению сделки, установление устойчивой ассоциации между брендом и удовлетворенной потребностью покупателя. Неотъемлемой составляющей маркетинговой политики является управление продажами, выступающее менеджментом внедрения тактических маркетинговых инструментов в работу гостиничного комплекса, что обуславливает его значимость как элемента повышения эффективности и производительности предприятия.

**Основная часть.** Управление продажами — сложный многоаспектный процесс формирования и развития отдела продаж, координации коммерческих операций, внедрения техник и методик, позволяющих достигать поставленных целей и объемов продаж. Характеризуя его, разные авторы акцентируют внимание на различных составляющих, например, на управлении каналами продаж, на роли автоматизации или на управлении отделом продаж и персоналом [1, с. 116].

Служба продаж в зависимости от типа и масштаба гостиницы может иметь отличия в названии, структуре, количественном и качественном составе сотрудников. Вне зависимости от названия, главная задача — повышение загрузки отеля и его экономической эффективности. Человеческие ресурсы в системе управления продажами гостиничного предприятия представлены следующими базовыми штатными сотрудниками:

1. Директор по продажам и маркетингу отеля.
2. Маркетолог-аналитик, занимающийся исследованием рынка гостиничных услуг, привлечением новых клиентов отеля и удержанием уже существующих.
3. Специалист (менеджер) по связям с общественностью («PR» — «Public Relation»), отвечающий за создание и поддержание благоприятного имиджа отеля или конкретного отельного бренда, принадлежащего международному отельному оператору. В его функции входит анализ запросов средств массовой информации, общественности о деятельности отеля; реагирование на критические замечания в адрес отеля.