

– коллекции и карточки – пользователь собирает элементы (карточки, фишки, символы), чтобы получить полную коллекцию и бонус. Пример: собрать 10 уникальных стикеров, чтобы получить приз. Цель – вызвать азарт и желание «довести до конца», что увеличивает частоту и объем взаимодействий;

– случайные вознаграждения (лотереи, колеса фортуны) – механики с элементом неожиданности, где пользователь не знает заранее, что выиграет. Пример: «Крути колесо» и получи случайную скидку от 5 % до 50 %. Цель – усиление вовлеченности за счет эффекта «азартного ожидания» и дофаминового отклика [2].

Далее рассмотрим кейсы применения геймификации в маркетинге.

Например, благодаря геймифицированному подходу Duolingo (образовательная платформа) добилась высокой вовлеченности: пользователи возвращаются ежедневно, чтобы не потерять прогресс. В 2024 году количество ежедневных активных пользователей превысило 26,9 млн. (рост на 65 % по сравнению с предыдущим годом). В ритейле (сети «Евроопт», «Green») при покупке на сумму выше определенного порога клиент получает коллекционную игрушку («стикер», «прилипала», «стирашку»), стимулируя потратить чуть больше и собирать полный набор. Это повышает средний чек и частоту визитов: покупатели идут к конкретной выгоде (игрушке) и вовлечены в цепочки покупок ради завершения коллекции.

Геймификация в маркетинге – это не просто декоративный элемент, а функциональный инструмент маркетинговой стратегии, позволяющий бизнесу достичь устойчивого роста за счет улучшения пользовательского опыта и длительности контакта с брендом.

Литература

1 Игровые элементы геймификации. – URL: <https://4brain.ru/gamification/igrovyie-jelementy.php> (дата обращения: 02.04.2025).

2 Геймификация в маркетинге: как сделать коммуникацию с клиентом увлекательной // Altcraft Blog. – URL: <https://altcraft.com/ru/blog/gejmifikaciya-v-marketinge> (дата обращения: 02.04.2025).

А. С. Суднека
Науч. рук. Е. В. Ярош,
ст. преподаватель

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ АУДИТА И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время в Республике Беларусь сформировался устойчивый спрос на основные виды аудиторских услуг. Главную роль здесь должен играть аудит бухгалтерской и финансовой отчетности, в том числе обязательный аудит, который имеет особое значение, так как это единственный вид независимого контроля достоверности финансовой отчетности, гарантирующий достоверность экономической информации государству, менеджерам, собственникам компаний и внешним пользователям. Кроме того, для аудиторов обязательный аудит является стабильным источником дохода, поскольку критерии обязательности проведения аудита определяются на законодательном уровне.

Однако динамика последних лет показывает, что в сфере аудиторских услуг в Республике Беларусь наблюдается тенденция снижения значимости аудита в структуре услуг. Для подтверждения этого проведем анализ по данным Министерства финансов, используя информацию об оказанных аудиторских и профессиональных услугах аудиторскими организациями и аудиторами – индивидуальными предпринимателями за 2024 год в сравнении с соответствующей информацией за 2023 год. Данные представим в виде таблицы (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика оказанных аудиторских и профессиональных услуг аудиторскими организациями и аудиторами – индивидуальными предпринимателями в Республике Беларусь за 2023–2024 годы

Показатели	За 2023 год		За 2024 год		Отклонение (+; –)	
	сумма, тыс. руб.	кол-во, ед.	сумма, тыс. руб.	кол-во, ед.	суммы, тыс. руб.	кол-ва, ед.
Оказано аудиторских и профессиональных услуг, всего	99 214	14 908	108 378	15 403	9 164	495
в том числе: по проведению аудита бухгалтерской и (или) финансовой отчетности	42 688	6 703	47 874	6 606	5 185	–97
иных аудиторских услуг	9 109	2 090	10 404	2 313	1 295	223
профессиональных услуг	47 417	6 115	50 100	6 484	2 684	369

Как показывают данные таблицы 1, количество оказанных аудиторских и профессиональных услуг в 2024 году увеличилось по сравнению с 2023 годом на 495 единиц. В денежном выражении этот показатель увеличился на 9 164 тыс. руб. Такое увеличение обусловлено, прежде всего, увеличением количества оказанных профессиональных услуг на 369 единиц, или на 2 684 тыс. руб. в денежном выражении. Количество же оказанных услуг в части проведения аудита бухгалтерской и финансовой отчетности уменьшилось на 97 единиц, однако в денежном выражении этот показатель увеличился на 5 185 тыс. руб.

Аудиторские услуги по проведению обязательного аудита годовой бухгалтерской и (или) финансовой отчетности в 2024 году фактически оказали 63 аудиторские организации и 221 аудитор – индивидуальный предприниматель (в 2023 году – 69 аудиторских организаций и 238 аудиторов – индивидуальных предпринимателей). Аудиторские услуги по проведению обязательного аудита годовой финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО, в 2024 году фактически оказали 12 аудиторских организаций (в 2023 году – 12 аудиторских организаций) [2].

Таким образом, в части проведения обязательного аудита стабильным остался только сегмент аудита годовой финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО, в остальной части емкость рынка сократилась.

Одной из причин этого является повышение порогового значения выручки организаций как критерия обязательности проведения аудита в 2019 г. до 500 000 базовых величин, что снизило потенциальное число заказчиков обязательного аудита.

Данное обстоятельство может стать поводом для пересмотра критериев с целью поддержания рынка аудиторских услуг Республики Беларусь.

Литература

1 Об изменении Закона Республики Беларусь «Об аудиторской деятельности»: Закон от 18 июля 2019 г. № 229-З. – URL: https://www.minfin.gov.by/upload/audit/acts/zakon_180719_229z.pdf (дата обращения: 15.05.2025).

2 Итоги работы рынка аудиторских услуг за 2024 год. – URL: https://www.minfin.gov.by/ru/auditor_activities/generalization/market_indicators/ (дата обращения: 15.05.2025).