

Устимкин О.А.

*Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: oustimkin@mail.ru*

Особенности формирования конкурентоустойчивости бизнеса на основе внутреннего аудита компании

Конкуренция и конкурентоустойчивость бизнеса

Конкуренция давно изучается экономической наукой. Но на сегодняшний день не существует единого определения конкуренции в рыночной экономике. Многие авторы, делая попытки наиболее точно определить содержание термина «конкуренция», предлагают различные подходы к выявлению его сущности.

Относительно к рынку экономические словари предлагают определять конкуренцию как «... процесс, в ходе которого фирмы борются друг с другом за потребителей своей продукции». Такая формулировка наверняка верно трактует проявление рыночной конкуренции, недостаточно полно характеризует ее содержание, ставя в некие рамки сферу рыночной конкуренции по сути конкуренцией в сфере сбыта продукта (или услуги).

Вместе с тем хотелось бы отметить, что для возникновения конкуренции необходимо наличие двух обязательных условий. Они обозначены сущностью конкуренции и определяют ее конкретное содержание.

Первое условие: для появления конкуренции требуется наличие конкурентов, т.е. двух или более независимых субъектов, которые ведут борьбу на рынке. В рыночной экономике это хозяйствующие субъекты, товаропроизводители (различные компании, фирмы, индивидуальные предприниматели, промышленные, территориальные и прочие объединения и т.д.), производящие товары, а также фирмы, оказывающие услуги. В качестве приза в этой борьбе выступает достижение стратегической бизнес-цели.

Второе условие: ограничение действий и возможностей независимых субъектов для достижения определенной ими стратегической цели. Такими ограничителями, прежде всего, являются географические границы рынка, ограниченный платежеспособный спрос целевой группы покупателей и др. В современных условиях колебание развития мирового хозяйства перечень и важность таких ограничителей значительно растут.

В условиях макроэкономической нестабильности конкуренция – важнейший фактор, на который нельзя не обратить внимание при осуществлении бизнес-деятельности. Высокое соперничество характерно как для внутренних, так и для международных рынков, для всех их сегментов и секторов. Даже на рынках практически равным состоянием фирмы обязаны отслеживать рынок, предугадывать неожиданные действия конкурентов и др.

В основе формирования конкурентоустойчивости бизнеса лежит необходимость решения задачи «победить», что обуславливает постановку и поиск верного ответа на два важнейших вопроса, стоящих перед менеджментом компании: в чем заключается ее стратегическая цель и какие инструменты конкурентной борьбы наиболее эффективны?

Сложность проблемы изучения всей совокупности взаимосвязей, характерных для конкуренции и формирования конкурентоустойчивости бизнеса, определяется рядом особенностей. С одной стороны, это неоднозначность сущности и многогранность содержания самого явления рыночной конкуренции в условиях нового этапа глобального развития мировой экономики, с другой – особая разновекторная роль современной конкуренции в экономическом развитии, с третьей – имеющая место постоянное усовершенствование технологий и инструментов конкурентной борьбы. Это обусловлено и активизацией процессов глобализации мирового хозяйства, и развитием научно-технического прогресса, и появлением глобального бизнеса, увеличением его влияния на общемировые процессы, а также появлением «экономики знания». Одновременно необходимо учитывать и негативные явления современной экономики, обуславливающие прежде всего нестабильность макросреды.

В условиях динамично изменяющихся современных рынков особенно сложно для бизнеса максимально продлить период своего успеха, создать существенный отрыв от соперников в долгосрочном периоде, т.е. сформировать не просто конкурентоспособность, а конкурентоустойчивость.

Основным критерием успеха бизнеса в соперничестве, с нашей точки зрения, является степень достижения его основной стратегической цели, грамотно определенной менеджментом компании с учетом того, что бизнес должен иметь доходность, обеспечивающую постоянную возможность его развития (если по каким-то причинам не стоит задача сворачивания бизнес-деятельности).

Концепция создания системы внутреннего аудита

Внутренний аудит известен достаточно давно и представляет собой объективную оценку возможного риска хозяйственной деятельности на основе внутренней аудиторской проверки, осуществляемой в интересах компании. Найти способы повышения надежности и эффективности хозяйственной деятельности – основная цель внутреннего аудита.

Сущность внутреннего аудита составляет оценка качества функционирования системы управления рисками на основе ее анализа, с последующей разработкой рекомендаций по повышению результативности хозяйственной деятельности, что напрямую связано конкурентоустойчивостью компании на рынке.

В рамках реализации мер внутреннего аудита осуществляется оценка функционирования всех систем и подразделений компании. С учетом этого концепция внутреннего аудита должна формироваться на основе мониторинга основных объектов.

Внутренний аудит системы менеджмента риска при идентификации и оценке существующих потенциалов риска оказывает поддержку прежде всего финансовому директору, в сферу ответственности которого входят финансы, контроллинг, бухгалтерский учет и ИТ. Он также поддерживает системы внутреннего контроля IKS и системы контроля риска RMS.

Проводя аудит систем контроля, внутренний аудитор поддерживает отделы, осуществляющие бухгалтерский учет и контроллинг, путем оценки и проверки эффективности и надежности существующих методов контроля, а также содействия при разработке непрерывных усовершенствований методов и новых контрольных механизмов.

Важнейшим организационным принципом функционирования системы внутреннего аудита должно быть отсутствие каких-либо областей деятельности компании, не подлежащих внутреннему аудиту. Малейшее нарушение этого принципа может привести к значительному искажению объективности информации, сделать ее неприменимой и спровоцировать неэффективность рекомендаций по достижению конкурентоустойчивости бизнеса в рамках поставленных стратегических целей.

Проблемам развития системы внутреннего аудита уделяется много внимания в европейских странах, в том числе и в Германии. Проведенный анализ крупных компаний ФРГ, имеющих развитую филиальную сеть (в том числе зарубежную), показал, что успехи компаний на рынке, их конкурентоустойчивость тесно связаны с эффективным созданием общей системы внутреннего аудита, включающей разные виды внутреннего аудита. Внутренний аудит является важной и неотъемлемой частью системы эффективного управления предприятием вместе с контроллингом, управлением финансовой деятельностью и бухгалтерским учетом.

Проблема формирования конкурентоустойчивости бизнеса является важнейшей для развития экономики. Благодаря системе внутреннего аудита владельцы компании (совет директоров) могут объективно оценить возможности и резервы для достижения стратегических целей. В отличие от других систем контроля внутренний аудит отвечает концепции комплексного управления всеми стадиями жизненного цикла продукта, что позволяет максимально обеспечить рациональное использование ресурсов компании во всех подразделениях и по всей цепочке производственного цикла. Развитая система внутреннего аудита позволяет также оперативно среагировать на проблемы, обусловленные динамичностью развития рынка, что в конечном итоге позволяет формировать и поддерживать долгосрочную конкурентоспособность в нестабильных экономических условиях.

Литература

1. Вехи экономической мысли. Т. 6. Международная экономика /под общей редакцией А.П. Киреева М.: ТЭИС, 2006. 720 с.
2. Андреева Л., Миргородская Е. Взгляд на системную конкурентоспособность как доминанту устойчивого развития экономики // Экономист. 2004. № 1. С.81 – 88.
3. Завьялов П.С. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей // Маркетинг. 1996. С. 20 – 32.
4. Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода. Антология сочинений. СПб.:Пневма, 1999. 287 с.