

European Science and Technology

*MATERIALS
OF THE IX INTERNATIONAL
RESEARCH AND PRACTICE CONFERENCE
Vol. I*

December 24th – 25th, 2014

Munich, Germany 2014

INTERNAL AUDIT AS AN INSTRUMENT OF FORMATION OF COMPETITIVENESS IN THE CONDITIONS OF INSTABILITY OF MACRO ENVIRONMENT

Karzunke I.¹, Filosofova T.G.²©

¹ PhD, consultant

² Doctor of economic sciences, professor
National Research University 'Higher School of Economics'

The Russian Federation

Abstract

The competition and competitive struggle develop highly fast in the conditions of instability of the world economy. In the article various approaches to the definition 'competitiveness' are considered, it is shown that one of the effective instruments of formation of company's competitiveness is the internal audit, some types of internal audit, permitting the company management to make more balanced and operative decisions, are defined.

Keywords: instability, competition, competitiveness, internal audit, effective decision, management.

Аннотация

В условиях нестабильности мировой экономики конкуренция и связанная с ней конкурентная борьба развиваются чрезвычайно динамично. В докладе рассмотрены разные подходы к определению конкурентоспособности, показано, что одним из эффективных инструментов формирования конкурентоспособности компании является внутренний аудит, рассмотрены некоторые виды внутреннего аудита, позволяющие руководству компании принимать более взвешенные и оперативные решения.

Ключевые слова: нестабильность, конкуренция, конкурентоспособность, внутренний аудит, эффективное решение, управление.

Негативные процессы, происходящие в современной мировой экономике и формирующие нестабильную конъюнктуру рынков, крайне отрицательно сказываются на работе компании.

Это объясняется прежде всего тем, что современная рыночная экономика - это сложнейшая, многоуровневая система, включающая огромное число разнообразных структур (производственных, организационных, коммерческих, финансовых, маркетинговых, информационных и т.д.), которые постоянно взаимодействуют в национальном и международном нормативно-правовом поле.

Основным результатом и одновременно содержанием этой системы является конкуренция. Особенно динамично конкуренция и связанная с ней конкурентная борьба развиваются в условиях макроэкономической нестабильности.

В толковых словарях слово «конкуренция», происходящее от латинского *concurrentia*, и определяется как состязание, столкновение.

Применительно к рынку экономические словари предлагают определять конкуренцию как «процесс, в ходе которого фирмы борются друг с другом за потребителей своей продукции» [7]. На наш взгляд такая формулировка хотя относительно верно трактует проявление рыночной конкуренции, но недостаточно полно характеризует ее содержание, ограничивая сферу рыночной конкуренции по сути конкуренцией в сфере сбыта продукта (или услуги).

С другой стороны, хотя экономической наукой конкуренция изучается давно [16], однако до сих пор существуют различные трактовки этого термина и не существует единого универсального определения конкуренции в рыночной экономике. Разные авторы делают попытки и более точно определить термин конкурентоспособность, предлагают различные подходы к выявлению его сущности и содержания (табл.1)

Таблица 1.1

Некоторые примеры определения термина «конкурентоспособность»

<i>Автор</i>	<i>Определение</i>
Визер Е.	Способность фирмы приобрести, сохранить и увеличить долю рынка
Гельвановский М.	В самом общем смысле — обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования
Завьялов Р.	Концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны (равно как и любого конкретного товаропроизводителя), которые реализуются в товарах и услугах успешно (или безуспешно) противостоящим конкурирующим аналогам как на внутреннем, так и на внешнем рынке
Мескон М., Альберт А., Хедоури Ф.	Выраженная конкурентоспособность заключается в том, что фирма делает что-то лучше, чем ее конкуренты, т.е. сохраняет конкурентоспособность, позволяющую фирме привлекать и сохранять потребителей
Портер М.	Конкурентоспособность — свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений
Фатхутдинов Р.Ф.	Свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке
Философова Т.Г.	Под конкурентоспособностью следует понимать способность субъекта конкурентных отношений опережать своих соперников в достижении поставленной цели в конкретных условиях (в определенное время на конкретных рынках)

Во многом такая ситуация объясняется тем, что конкуренция, как явление, проявляется на разных уровнях рыночной экономики – как на микро- так и на макроуровне. В последнее время в связи с повышением интереса к изучению глобальных проблем в развитии экономики, появляются суждения о мега-уровне конкуренции [14] и др.

Кроме того, термин конкуренция может быть отнесен и к экономическим субъектам в рамках одной компании, конкуренция между которыми проявляется на рынке. В частности на рынке могут конкурировать товары, производимые одной компанией.

С другой стороны сегодня субъектами конкурентных отношений становятся страны и регионы.

Однако, в любом случае основным стимулом для возникновения конкуренции желание превзойти своих соперников является основным.

В рыночной экономике особенно явно проявляется конкуренция между хозяйствующими субъектами - товаропроизводителями (различными компаниями, фирмами, индивидуальными предпринимателями, промышленными, территориальными и прочими объединениями и т.д.) производящими товары, а также между фирмами, оказывающими услуги. Хозяйствующие субъекты соперничают за потребителя, за положение на рынке, за признание продукции, поскольку возможности приобретения произведенной продукции обычно ограничены

В конечном итоге рыночная конкуренция между фирмами-товаропроизводителями – часто принимает форму борьбы, в ходе которой фирмы соперничают друг с другом за потребителей своей продукции, а предметом рыночной конкуренции являются продукты. И потребитель должен стать обладателем товара (или услуги), который наилучшим образом удовлетворит его потребность.

Таким образом, по своей сути *рыночная конкуренция – это не застывшая, а постоянно трансформирующаяся ситуация на рынке, система со многими переменными, в основе которой лежат динамичные изменения как собственно разных субъектов рынка и их взаимодействий в определенных территориальных и временных границах.*

В настоящее время практически нет такого хозяйствующего субъекта, который не состоял в конкурентных отношениях и не использовал широкий арсенал технологий и инструментов конкурентной борьбы. Жесткое соперничество характерно как для внутренних, так и международных рынков, для всех сегментов и секторов.

В условиях макроэкономической нестабильности конкуренция важнейший фактор, с которым нельзя не считаться при осуществлении бизнес-деятельности. Даже на рынках с практически равновесным состоянием, фирмы вынуждены выбирать конкурентные стратегии, отслеживать рынок, упреждать неожиданные действия конкурентов.

И именно вопрос «как победить?» становится основным вопросом рыночной экономики, на который должны ответить менеджеры.

Основы победы любого хозяйствующего субъекта закладываются не только на конечной стадии – стадии коммерциализации и выхода товара (или услуги). Основы победы формируются *по всей цепочке производственного процесса*, и соперничество начинается с первых этапов разработки будущего продукта, приобретения материальных, трудовых, финансовых ресурсов и технологий для его производства, доступа к источникам этих ресурсов и др [14].

В современной экономике все большую роль играет возможность доступа к знаниям и их эффективного использования: информации, научно-техническим разработкам, фундаментальным исследованиям. Другими словами в условиях современной конкуренции на успех сбыта продукции оказывают влияние многочисленные факторы, создающие основы для будущего успеха (или провала) бизнеса.

Сложность и проблемы изучения всей совокупности взаимосвязей, характерных для явления конкуренции и успеха бизнеса, определяется рядом особенностей: с одной стороны неоднозначностью сущности и многогранностью содержания самого явления рыночной конкуренции в условиях нового этапа глобального развития мировой экономики, с другой - особой разноректорной ролью конкуренции в экономическом развитии, с третьей – с имеющей место постоянной модификацией методов и технологий конкурентной борьбы. Во многом это связано с активизацией процессов интеграции и глобализации мирового хозяйства, появлением нового феномена - глобального бизнеса и увеличением его влияния на общемировые процессы, а также появлением новой формации «экономики знания». Одновременно необходимо учитывать и негативные явления современной экономики, обуславливающие нестабильность макросреды.

В этих условиях, условиях динамично изменяющихся современных рынков бизнес должен постоянно заботиться об упрочнении своего положения, создании «большого отрыва» от соперников, т.е. формировании своей конкурентоспособности.

Одновременно для любого бизнеса важна устойчивость, бизнес должен стараться максимально продлить период своего успеха, т.е. сформировать не просто конкурентоспособность, а долгосрочную конкурентоспособность.

И здесь встают два вопроса. Первый вопрос о критерии конкурентоспособности в бизнесе. Как оценить конкурентоспособность бизнеса, какие показатели положить в основу этой оценки. Большую, чем у конкурентов долю рынка? Признание потребителями? Низкие затраты на производство?

И второй вопрос – как обеспечить эти показатели. Какие инструменты формирования и поддержки долгосрочной конкурентоспособности можно и нужно использовать?

Основным критерием успеха бизнеса в соперничестве, с нашей точки зрения, является степень достижения его основной стратегической цели. Другими словами бизнес должен иметь доходность, обеспечивающую возможность дальнейшего эффективного развития. Как же связана возможность развития бизнеса с рыночной конкуренцией и что нужно предпринимать, что бизнес был успешен.

Среди множества инструментов, способствующих формированию и поддержки долгосрочной конкурентоспособности в европейских странах, в том числе и в Германии[21], большое значение придается развитию системы внутреннего аудита.

Внутренний аудит является одним из ведущих факторов для обеспечения конкурентоспособности компании. Под внутренним аудитом понимается независимая и

объективная деятельность с целью оценки ситуации риска ("Assurance") с помощью аудиторской проверки, позволяющей способствовать увеличению надёжности и улучшению деловых процессов.

Внутренний аудит производит оценку системы менеджмента, риска, систем контроля, систем наблюдения за соблюдением регламента и норм и соответствия внутренним предписаниям фирмы и др.

Поскольку основным содержанием внутреннего аудита является анализ и оценка эффективности системы управления рисками, а также и разработка предложений по использованию методов снижения рисков, то это напрямую связано с повышением устойчивости компании на рынке.

Внутренний аудит необходимо отличать от внешнего аудита, хотя они тесно взаимосвязаны, и внешний аудит обычно использует результаты внутренних аудиторских проверок.

Однако внешний аудит сосредоточен на финансовых показателях компании, тогда как отличительной чертой внутреннего аудита является то, что с его помощью оценивается соответствие системы корпоративного управления (КУ) [23] и принципов КУ, которые использует данная компания.

В условиях высокой нестабильности макросреды, и особенно при одновременном увеличении изменений внутри самой компании, например развития ее региональной сети, значительно усложняются процессы управления. Достаточно проблематичным становится получение руководством компании необходимой для принятия эффективных решений информации. И в этом случае внутренний аудит на дочерних предприятиях, охватывающий все области деятельности компании, во многом способствует повышению конкурентоспособности компании.

Внутренний аудит поддерживает руководство компании при достижении поставленных целей систематическим, целенаправленным и признанным образом действий для улучшения эффективности менеджмента риска, управления и контроля, а также процессов, касающихся соблюдения устава и регламента компании и норм, предписанных руководством предприятия.

Проведенный анализ показал, что компании с хорошо развитой и функционирующей системой внутреннего аудита более привлекательны и для инвесторов и партнеров.

На сегодняшний день можно выделить несколько видов внутреннего аудита, в т.ч.

- финансовый аудит, проведение внутренней аудиторской проверки с учётом оценки степени риска в различных областях деятельности компании;

- оперативный аудит, целью которого является оценка эффективности работы отдельных подразделений, отделов и структур компании и подготовка рекомендаций по улучшению их работы и повышению эффективности в различных областях деятельности;

- аудит процессов, представляющий собой оценку качества выполнения производственных и хозяйственных процессов и контроль способности процесса обеспечить надлежащее качество выполнения поставленных целей;

- аудит систем, включающий проверку систем контроля качества и менеджмента качества с целью повышения рентабельности и снижения затрат и др.;

- аудит соответствия - оценка соответствия финансово-экономических и оперативных механизмов контроля, а также всех хозяйственных операций действующим законам, нормам и требованиям, установленным компанией и уставу компании, принимая во внимание соблюдение внутренних и внешних правил. Целью аудита на соответствие является проверка, насколько в компании соблюдаются обязательные нормы и правила, сформулированные владельцами и руководством компании и др.;

- аудит информационной безопасности и др.

Для упрочнения долгосрочной конкурентоспособности компании должна быть сформирована комплексная система внутреннего аудита с учетом оценки возможностей эффективного применения его различных видов и инструментов.

Таким образом, внутренний аудит является важной и неотъемлемой частью системы эффективного конкурентоспособного управления компанией. Это делает его не только источником объективной информации для формирования (отдел внутреннего аудита подчиняется владельцам компании и сообщает им, а также руководству компании об уязвимых местах и имеющихся рисках) и оценки возможности достижения стратегических целей, но и позволяет вписаться в концепцию комплексного управления всеми этапами и стадиями жизненного цикла: от зарождения до стадии

устойчивого сбыта товара, имеющего коммерческий успех, позволяющего максимально обеспечить рациональное использование имеющихся в распоряжении фирмы ресурсов и вовремя среагировать на возникающие проблемы чтобы обеспечить долгосрочную конкурентоспособность в нестабильных условиях хозяйственной деятельности.

Данная концепция была положена в основу разработанной нами модифицированной системы проведения внутреннего аудита компании применительно к условиям макроэкономической нестабильности.

Литература

- [1] Андреева Л., Миргородская Е. Взгляд на системную конкурентоспособность как доминанту устойчивого развития экономики // Экономист. 2004. № 1; № 2;
- [2] Вехи экономической мысли. Т.6. Международная экономика/под общей редакцией Киреева – М.: ТЭИС, 2006 – 720
- [3] Гельвановский М., Жуковская В., Трофимова И. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. 1998. № 2.
- [4] Завьялов П.С. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей // Маркетинг. 1996
- [5] Куранов Л.П., Куранов В.П. Словарь-справочник по экономике. М.: Пресс-сервис, 1998.
- [6] Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. М.: Альфа-Пресс, 2004;
- [7] Пасс К., Лоуз Б., Дэвис Л. Словарь по экономике — СПб.: Экономическая школа,
- [8] Потапенко А. В. Теоретические основы конкурентоспособности национальной экономики в условиях информационной глобализации – Дисс. на соиск.ст.канд.экон.наук, 2010 и др.
- [9] Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности.— СПб.: Экономическая школа», 2000 (Т. 1., 334 с.; Т. 2. — 455 с..)
- [10] Хайек Ф. Познание, конкуренция и свобода. Антология сочинений. СПб.: Пневма, 1999, 287 с.;
- [11] Философова Т. Г. Конкурентоспособная интеграция экономики России в мировое хозяйство: возможности и перспективы Международная экономика, 2010. № 1
- [12] Философова Т. Г. Конкуренция и инновации // Лизинг. Технологии бизнеса. 2013. № 8. С. 25-33.
- [13] Философова Т.Г. Управление конкурентоспособностью на мировых рынках. М.: Научная книга, 2006.
- [14] Философова Т.Г. Маркетинг новых товаров – М.: Изд Дом «ГУ-ВШЭ», 2007
- [15] Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008 –
- [16] Философова Т.Г. На пути в мировое хозяйство – М.: Научная книга, 2007.
- [17] International Standards of Auditing (ISA) issued by International Federation of Accountants (IFAC) through the International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB).
- [18] International Standards for the professional practice of Internal Auditing (IIA Standards 2013).
- [19] Internationale Standards für die berufliche Praxis der Internen Revision 2013. DIIR - Deutsche Institut für Interne Revision e.V., Frankfurt am Main.
- [20] T. Amling, U. Bantleon: Handbuch der Internen Revision: Grundlagen, Standards, Berufsstand. Berlin, 2007
- [21] V.H- Peemöller, J. Kregel. Grundlagen der Internen Revision: Standards, Aufbau und Führung. Berlin, 2010
- [22] Freidank/Peemöller. Kompendium der Internen Revision, Internal Auditing in Wissenschaft und Praxis, Berlin 2011.
- [23] Freidank/Peemöller. Corporate Governance und Interne Revision, Berlin 2008.
- [24] W. Lück. Jahrbuch für Wirtschaftsprüfung, Interne Revision und Unternehmensberatung 2011. Oldenbourg Verlag.
- [25] Odenthal. Korruption und Mitarbeiterkriminalität, Wiesbaden, 2009, GoDV-Handbuch, Schuppenhauer, 2007.
- [26] IDW RS FAIT 1: Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung bei Einsatz von Informationstechnologie.