

СТРАТЕГІЧНИЙ АУДИТ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ФІРМИ

Західноукраїнський національний університет

Анотація. У статті досліджено питання щодо ролі стратегічного аудиту в сучасному веденні бізнесу. Запропоновані етапи стратегічного аудиту при оцінці бізнес-моделі фірми.

Ключові слова: стратегічний аудит; бізнес-модель; стратегічний аналіз; стратегічні рішення.

STRATEGIC AUDIT OF A FIRM'S BUSINESS MODEL

Abstract. The article examines the role of strategic audit in modern business. The stages of strategic audit in assessing a firm's business model are proposed.

Keywords: strategic audit; business model; strategic analysis; strategic decisions.

На сучасному етапі активне реформування системи аудиту обумовлено змінами, що відбуваються в системі економічних взаємовідносин між державами, процесами інтеграції, уніфікації обліково-звітних і контрольних стандартів. Ключовою проблемою в цих умовах визнається подальший розвиток системного підходу до організації зовнішнього та внутрішнього аудиту в форматі міжнародних стандартів фінансової звітності та міжнародних стандартів аудиту, а також науково-методичних положень їх прив'язки до конкретних економічних суб'єктів.

Стратегічна орієнтація на інтереси користувачів фінансової та управлінської звітності об'єктивно вимагає підвищення якості інформації, використовуваної в аудиті, що також забезпечується розвитком методології аудиту та вдосконаленням стандартів.

Стратегічний аудит – це вид аудиту, направлений на перевірку основних стратегічних рішень і бізнес-стратегії розвитку фірми.

При зниженні прибутковості успішної компанії, власник або керівник нерідко спрямовує зусилля на активізацію продажів, кадрові перестановки. Але причина проблем може бути у втраті конкурентоспроможності фірми, неефективності її бізнес-моделі. В такому випадку поверхневі зусилля можуть заважати вчасно побачити загальну тенденцію і провести трансформацію бізнес-моделі.

Чинники, які вказують на неефективність бізнес-моделі фірми згруповані на рис.1.

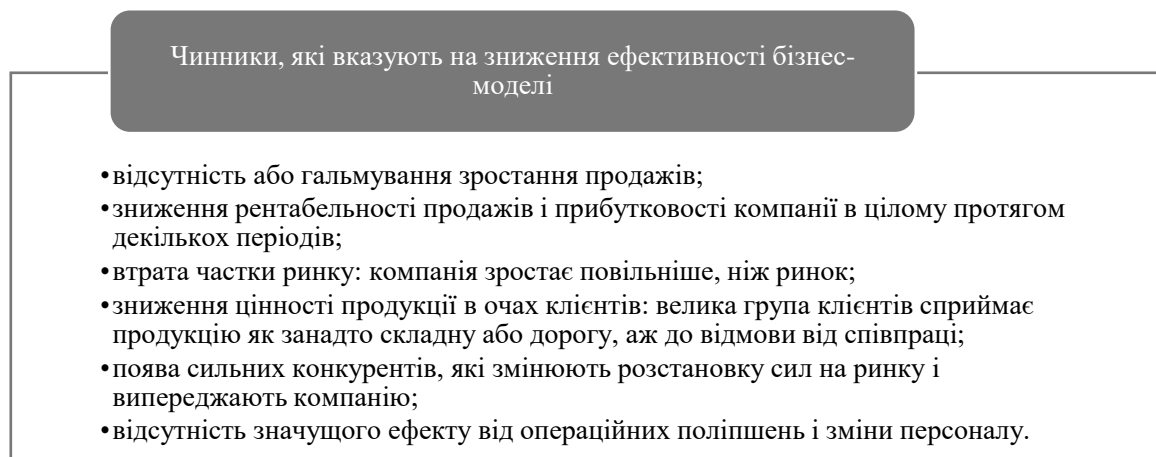


Рис.1. Чинники, які вказують на неефективність бізнес-моделі фірми.

Проблематика стратегічної оцінки бізнес-моделей привертає значну увагу зарубіжних і вітчизняних авторів. Д. Маллинс та Р. Комисар визначають бізнес-модель компанії як сукупність елементів, які характеризують принципову, відмінну від конкурентів логіку його функціонування на основі використання ключових компетенцій для максимально ефективного розподілу стратегічних

ресурсів у системі бізнес-процесів із метою створення продукту (послуги), що відповідає пріоритетам споживачів [1].

Підприємству складно провести ефективний аналіз бізнес-моделі власними силами. При оцінці бізнес-моделі фірми, можливі ситуації, коли менеджери, незважаючи на великий досвід і знання, можуть дати недостовірні висновки щодо пріоритетів розвитку (рис. 2).

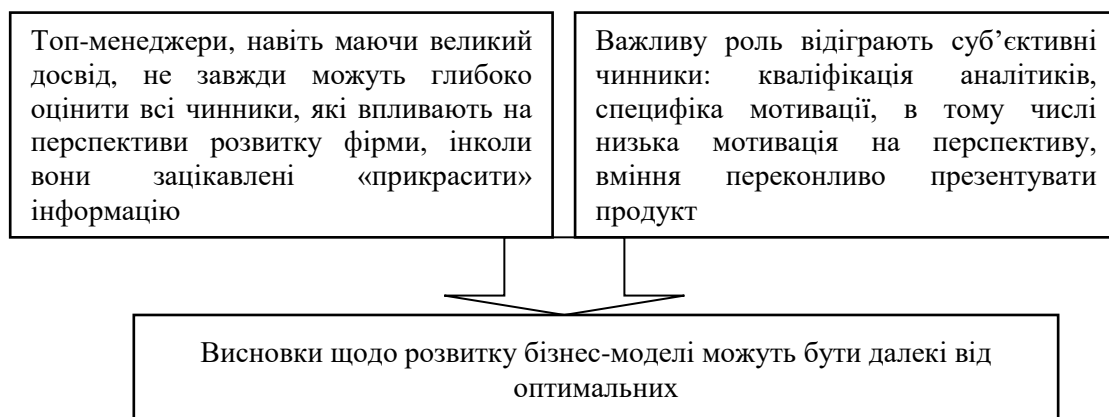


Рис.2. Підстави недостовірної оцінки бізнес-моделі фірми менеджерами

Якщо говорити про вибір оптимальної стратегічної бізнес-моделі, то необхідно зазначити, що стратегія для бізнесу вибирається виходячи з його аналізу з урахуванням змін внутрішнього і зовнішнього середовища [2]. Господарюючи суб'єкти здійснюють постійний контроль за взаємодією всіх систем, що функціонують усередині кожного з них, проте контролювати, а вже тим більше чинити тиск на зміну зовнішнього середовища (наприклад, соціальних і екологічних процесів) вони не в змозі. Слід зазначити, що оцінка зовнішнього середовища - це вивчення не тільки умов, в яких компанія функціонує на даний момент, але і прогнозування тенденцій зміни в галузі, економіці країни, можливо, і світових тенденцій [3]. Тому, щоб вибрати оптимальну стратегію ведення бізнесу, необхідно здійснити сценарний аудит, тобто розглянути ряд варіантів розвитку бізнесу з урахуванням впливу зовнішнього середовища підприємства. Таким чином, ще однією важливою можливістю стратегічного аудиту є розгляд декількох стратегій і вибір з них найбільш сприятливою.

Виконуючи завдання стратегічного аудиту, аудитор оцінює результати проведеного у фірмі стратегічного аналізу, здійснений стратегічний вибір і реалізацію стратегії, а також здійснює контроль за її реалізацією. Таким чином, аудит може здійснюватися в рамках трьох основних складових стратегічного процесу фірми: проведення стратегічного аналізу; здійснення стратегічного вибору і реалізації стратегії.

Проведення стратегічного аналізу фірми передбачає вирішення таких завдань:

- аналіз результатів діяльності компанії: вивчення внутрішніх даних за останні 3-5 років;
- формалізація поточної бізнес-моделі на основі аналізу даних;
- визначення ринкових трендів і оцінку ринкової позиції компанії;
- аналіз «слабких» елементів бізнес-моделі і виділення ключових компетенцій компанії;
- фінансове моделювання та прогнозування.

Проведення аудиту стратегічного вибору і реалізації стратегії дозволить дати відповідь на такі питання:

- як виглядає реальна бізнес-модель на даний момент, як створюється цінність для споживача і яка модель отримання прибутку;
- у чому причини погіршення основних показників діяльності фірми;
- чи відповідає бізнес-модель компанії поточної ринкової ситуації і наскільки буде конкурентоспроможна в майбутньому;
- прогноз розвитку фірми на найближчі 3-5 і більше років;
- основні ризики при відсутності трансформації бізнес-моделі фірми;
- можливі «точки зростання» для підвищення прибутковості бізнесу.

Для того щоб якісно оцінити бізнес-модель фірми, аудиторам необхідно мати достатні знання про специфіці бізнесу і гранично точно оцінити стратегію його розвитку. Таким чином, при веденні діяльності, пов'язаної зі стратегічним аудитом, аудитор є безпосереднім активним учасником господарської діяльності, свого роду наставником бізнесу [4].

Отже, стратегічний аудит відіграє вкрай важливу роль в сучасному веденні бізнесу. По-перше, за його допомогою оцінюються перспективи розвитку бізнесу, а також прогножуються і обґрунтовуються стратегічні бізнес-моделі. По-друге, проведення стратегічного аудиту дозволяє порівняти кілька бізнес-проектів і виявити найбільш вигідну для фірми стратегію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Маллинс Джон, Комисар Рэнди Поиск бизнес-модели. Как спасти стартап, вовремя сменив план. Москва: Манн, Иванов и Фебер, 2012. 336 с.
2. Олійник Л.В., Кузнецова А.П. Методологічні засади формування стратегії розвитку підприємства. *Економіка і організація управління*. № 3 (31). 2018. С.118-126.
3. Беляева М.Н. Аудит стратегии развития. *Международный журнал экспериментального образования*. 2011. № 8. С. 198-199.
4. Бульга Р.П. Аудит бизнеса как стратегическое направление развития аудиторской деятельности. *Аудитор*. 2013. №8. С. 36-43.

Будник Людмила Андріївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри кримінального права та процесу і правоохоронної діяльності, Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, email: lydabydnik@gmail.com

Budnyk Liudmyla A., PhD, associate professor Department of Criminal Law and Procedure, Law Enforcement, West-Ukrainian National University, Ternopil, email: lydabydnik@gmail.com