

СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АУДИТОРСЬКИХ ФІРМ

У процесі формування ринкових відносин в економіці України виникло багато проблем, які, незважаючи на отримані результати, не можна вважати розв'язаними. Одна з таких проблем – забезпечення на належному рівні конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що є метою менеджменту будь-якого суб'єкта господарювання.

З розвитком економіки країни виникає потреба в особливих послугах, зокрема, фінансових, управлінських, які обслуговують бізнес. До таких послуг належать і аудиторські.

Необхідність теоретичного обґрунтування й розробки практичних рекомендацій щодо формування конкурентних переваг аудиторських фірм зумовила вибір теми дослідження та її актуальність.

Питанням конкуренції приділили значну увагу зарубіжні вчені: М. Портер, Ф. Котлер, Дж. Робінсон, Ф. Хайєк, Ф. Найт, Е. Чемберлін, Р. Вечорковські, Т.В. Яркіна. Суттєвий внесок у дослідження конкурентоспроможності підприємств внесли вітчизняні фахівці Л.С. Кобиляцький, Ю.Т. Козак, Є.Н. Волошин, А.В. Вовчак, А.О. Старостіна, І.А. Маркіна, І.Г. Брітченко, М.В. Макарова, В.Я. Нусінов, І.Р. Бузько, А.Є. Воронкова, Г.В. Козаченко, Р.О. Костирко.

Зростаючий попит на аудиторські послуги, вихід на український ринок міжнародних аудиторських фірм і їхня подальша агресивна стратегія загострюють конкурентне протистояння як серед вітчизняних аудиторських фірм, так і між українськими та міжнародними суб'єктами аудиторської діяльності, що, в свою чергу, потребує від управлінського персоналу активної, детальної розробки механізмів, що впливають на конкурентоспроможність аудиторських фірм.

Сутність сучасної концепції менеджменту якості розкривається за допомогою принципів, якими повинно керуватись підприємство в процесі здійснення своєї діяльності.

Згідно із сучасними ідеями в сфері забезпечення якості кінцевого, вихідного продукту, менеджмент якості виступає фактично наскрізним аспектом управління підприємством разом із витратами, трудовими ресурсами, часом тощо [1, с.783].

Процес управління якістю на підприємстві, виходячи із основних положень сучасної концепції менеджменту якості, розглядають як самостій-

ну, складну функцію управління бізнес-процесами, цілями реалізації котрої є:

- підвищення конкурентоспроможності та прибутковості підприємства за рахунок підвищення якості кінцевого продукту та всіх основних, допоміжних та управлінських процесів;
- зниження всіх видів витрат і зміцнення економічної стабільності підприємства;
- забезпечення цілеспрямованого та системного впливу на параметри якості в напрямі їх постійного поліпшення.

Необхідно врахувати, що аудиторські фірми не можуть досягти переваг над конкурентами за технічними, дизайнерськими, комерційними або іншими характеристиками товару через особливості аудиторської послуги. Через ці ж причини вони не можуть посилити конкурентну позицію на основі організації перед- або післяпродажного сервісу. Очевидно, що в такому разі складові конкурентоспроможності аудиторських фірм потребують вивчення, тому завдання виявлення властивостей, що формують конкурентні переваги, які забезпечують конкурентоспроможність аудиторських фірм, потребують свого вирішення.

Отже, конкурентоспроможність аудиторської фірми обумовлена кількома специфічними факторами: якістю послуги, яка гарантується чітким регламентуванням усіх аудиторських процедур, та відповідною кваліфікацією персоналу. Наслідок цього – ціна послуги; репутація аудиторської фірми. Категорія якості в системі управління якістю розглядається як одна з головних складових частин стратегії оволодіння ринком, підвищення рівня обслуговування і забезпечення конкурентноздатності. Висока якість – це найнадійніший засіб виходу з кризи і утримування лідируючих позицій [2, с.54].

Якість послуг – це така конкурентна перевага, яка базується на відповідних управлінських рішеннях та кваліфікації персоналу і забезпечується відповідними заходами – розробкою і впровадженням внутрішньофірмових стандартів, уніфікованих робочих документів і тестів контролю робочих документів, складених під час перевірки на відповідність внутрішньофірмовим стандартам і діючому законодавству. Репутація аудиторської фірми являє собою сукупність асоціацій та вражень про фірму, які складаються в свідомості замовників і пов'язуються з конкретними діями аудиторів та іншого персоналу.

Отже, стратегія менеджменту якості, забезпечуючи конкурентоспроможність аудиторської фірми, на рівні аудиторської фірми має зосереджуватись на якості аудиторських послуг шляхом упровадження відповідних процедур та формувати позитивний імідж фірми. Саме в цьому полягає принциповий підхід до формування конкурентних переваг аудиторських фірм.

Підводячи підсумок, необхідно зазначити, що питання забезпечення, підтримання та підвищення якості і конкурентоспроможності обов'язково необхідно розглядати у взаємозв'язку, орієнтуючись на ті підходи та концепції, що домінують як в межах країни, так і на рівні аудиторської фірми.

Література:

1. Ушаков Г. Г. Синергетичний підхід до управління конкурентоспроможністю / Г.Г. Ушаков // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2008. – Вип. 239. – С. 781-787.
2. Чорний А.Ю. Реалізм – наукова парадигма для вивчення категорії сприйняття споживачем якості обслуговування / А.Ю. Чорний // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. – Вип. 5 (12) / Голов. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 53-58

Ольга Гриценко, аспірант

*Київський національний торговельно-економічний університет
м.Київ, Україна*

МІСЦЕ І РОЛЬ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В умовах фінансово-економічної кризи в організації діяльності підприємства значну роль відіграє внутрішньогосподарський контроль. Саме від якісно організованої системи контролю залежить ефективність функціонування підприємства, його фінансова стійкість і майбутня життєздатність.

Внутрішньогосподарський контроль виступає як самостійна функція постійно діючої системи управління безпосередньо на підприємствах. Характерною особливістю такого виду контролю є те, що він забезпечує поточну перевірку в період здійснення операцій і процесів, пов'язаних з надходженням, зберіганням, використанням запасів, а також реалізацією продукції власного виробництва та товарів на підприємствах ресторанного господарства.

Важливим етапом на підприємствах ресторанного господарства є дотримання чіткої системи контролю за рухом запасів. Адже від забезпеченості запасами та дотримання термінів поставок сировинної продукції та купівельних товарів залежить якість процесу виробництва та обслуговування в ресторанній сфері. У зв'язку з вищезазначеним контроль слід розглядати як головний елемент управління підприємством.

Проведення контролю за рухом запасів сировини та товарів має дуже важливе значення для підприємства ресторанного господарства, більш то-