

Гевлич Лариса

доцент, к.е.н., доцент кафедри обліку,
аналізу і аудиту

*Донецький національний університет
імені Василя Стуса*

Гевлич Іван

доцент, к.т.н., доцент кафедри економічної
та управлінської аналітики

*Донецький національний університет
імені Василя Стуса*

СТРАТЕГІЧНА ДІАГНОСТИКА ПРИ САНАЦІЙНОМУ АУДИТІ

Санація представляє собою систему заходів, які здійснюються для запобігання банкрутства і фінансового оздоровлення суб'єктів господарювання, і в умовах економічної кризи, спричиненої пандемією коронавірусу, знов з'являється у порядку денному світових економістів та менеджерів. Метою санаційного аудиту є формування незалежного судження аудитора про наявність чи відсутність санаційної спроможності суб'єкта господарювання, дієвість і очікувану ефективність запланованих санаційних заходів, а його методика варіюється залежно від особливостей санованого підприємства.

Дослідженням аудиту санації та ліквідації підприємства присвячені роботи В. Сандакової, Н. Москаль, О. Опришко [1-3]. Однак зазначені автори не розглядали можливості застосування стратегічної діагностики в рамках методики санаційного аудиту. На нашу думку, діагностика є найефективнішим способом досягнення мети санації, що робить дослідження даної процедури актуальним науковим та практичним завданням.

Метою роботи є дослідження сутності стратегічної діагностики в рамках санаційного аудиту підприємств.

Стратегічна діагностика як етап процесу стратегічного управління

спрямована на визначення поточного стану підприємства в порівнянні із станом конкурентів з метою виявлення відповідності обраній стратегії, оцінки останньої з точки зору викликів середовища, а також розробки системи заходів для ліквідації стратегічних розривів або коригування стратегії [4].

При здійсненні стратегічної діагностики середовище структурується на макро- (загальне середовище), мікро- або мезо- (середовище найближчого оточення) та внутрішнє середовище підприємства [5]. Значення діагностики середовища варіюється залежно від розмірів підприємств та стадій їхнього розвитку. Так, для великих підприємств діагностика усіх видів середовища є важливою, для середніх підприємств велика значущість діагностики внутрішнього та мікросередовища в короткостроковому періоді і середня значущість діагностики макросередовища, а для малого бізнесу при збереженні великої значущості діагностики внутрішнього та мікросередовища діагностика макросередовища стає незначною. На етапі створення підприємства усі види діагностики є вкрай важливими, на етапах розвитку і зрілості важливою є діагностика внутрішнього середовища, середню значущість має діагностика мікросередовища, а діагностика макросередовища є малозначущою, на етапі ж занепаду значущість діагностики внутрішнього та мікросередовища в короткостроковому періоді дуже висока, а діагностики макросередовища – середня.

Змістом стратегічної діагностики макросередовища підприємства є моніторинг і аналіз тенденцій та подій, які не підконтрольні підприємству, але можуть вплинути на його стратегічний вибір, зокрема, економічних, політичних, ринкових, технологічних, географічних, соціальних чинників та чинників випадковості. Визначення впливу чинників середовища на стратегію підприємства здійснюється шляхом експертної оцінки кожної їх групи. Корисним є підсумковий поділ чинників середовища залежно від інтенсивності та періодичності впливу на підприємство, а також визначення інтегральної оцінки чинників середовища за методом складання профілю середовища.

Метою стратегічної діагностики мікро- (мезо-) середовища вважається

отримання характеристики ситуації в галузі в цілому для винесення суджень про її відносну привабливість (непривабливість) у найближчій і довгостроковій перспективі. Цей аналіз передбачає оцінку як галузі і конкурентного середовища в цілому, так і учасників ринку, що безпосередньо контактують з підприємством, впливають на нього і, у свою чергу, піддаються впливу з боку підприємства (споживачі, постачальники, конкуренти, посередники, кредитори, компаньйони). Чинники мікросередовища оцінюють з урахуванням ступеню важливості для підприємства і спрямованістю впливу за такими показниками і напрямками аналізу: аналіз галузі, аналіз конкурентного середовища, аналіз конкурентної позиції та конкурентів.

Напрямами стратегічної діагностики внутрішнього стану підприємства є експрес-аналіз, оцінка конкурентної позиції та виявлення конкретних стратегічних проблем, а результатом – комплекс заходів для збереження, перегляду або зміни поточної стратегії на основі використання сильних і слабких сторін підприємства, його ключових чинників успіху та усунення загроз середовища. Обстеженню при цьому підлягають такі функціональні зони підприємства як виробництво, фінанси і маркетинг, а також такі напрями (маркери) діяльності як конкурентоспроможність продукції і конкурентний потенціал, екологічність виробництва, соціальна ефективність і управління персоналом, організаційна культура і репутація підприємства. За кожною групою (функціональною зоною та напрямом аналізу) з урахуванням спрямованості впливу розробляється інтегрований показник, який і дозволяє аналізувати динаміку розвитку і здійснювати порівняння суб'єктів господарювання різних галузей і навіть національних юрисдикцій. Ще одним підсумковим показником стратегічної діагностики є оцінка конкурентної позиції підприємства, а показники ключових чинників успіху формуються та оцінюються в розрізі таких типогруп: технологічні, виробничі, збутові, маркетингові, організаційні, професійні навички й уміння.

Таким чином, можна констатувати, що використання інструментарію стратегічної діагностики підприємства є корисною процедурою санаційного

аудиту, бо дозволяє аудиторів оцінити глибину кризи підприємства, виявити її причини, симптоми, тенденції розвитку і сформулювати думку про подальшу санацію або ліквідацію підприємства.

Дослідження ефективності аудиторських процедур щодо конкретних облікових об'єктів буде напрямом подальших пошуків.

Список використаних джерел

1. Сандакова В. С. Аудит процесів ліквідації та банкрутства підприємства.
URL: <https://www.sworld.com.ua/konfer42/69.pdf>.
2. Москаль Н. В. Етапи та порядок проведення санаційного аудиту.
Економіка та держава. 2015. № 8. С. 90-93.
3. Опришко О. Є. Аудит процесів банкрутства та ліквідації підприємства.
Научний взгляд в будущее. 2018. Т. 2. Вип. 8. С. 85-90.
4. Гевлич Л.Л. Стратегічна діагностика підприємства : монографія.
Донецьк: Юго-Восток, 2007. 199 с.
5. Гевлич Л.Л., Гевлич І.Г. Аудит процесів ліквідації та банкрутства підприємства в рамках санаційного аудиту. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 9. С. 95-101.