

ОЦІНЮВАННЯ СТУПЕНЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА
АВТОСЕРВІСУ В УМОВАХ КОНТРОЛІНГУ

Червякова В.В., Національний транспортний університет, м. Київ, Україна

EVALUATION OF THE DEGREE OF STRATEGY IMPLEMENTATION
OF CAR SERVICE CENTERS IN CONDITIONS OF CONTROLLING

Chervyakova V.V., National Transport University, Kyiv, Ukraine

ОЦЕНКА СТЕПЕНИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ
АВТОСЕРВИСА В УСЛОВИЯХ КОНТРОЛЛИНГА

Червякова В.В., Национальный транспортный университет, г. Киев, Украина

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В сучасних умовах господарювання стрімкі зміни зовнішнього середовища вимагають від підприємств створення і функціонування новітніх технологій управління. Однією з таких технологій є контролінг, який являє собою інтегровану систему інформаційно-аналітичної та методичної підтримки керівників в процесі планування, контролю, аналізу й прийняття управлінських рішень за всіма функціональними сферами діяльності підприємства, орієнтовану на досягнення його цілей. Практика застосування контролінгу свідчить, що без його інструментарію в даний період розвитку економіки неможливо витримувати конкуренцію з тими компаніями, які його успішно застосовують.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми. Теоретичні та методичні аспекти досліджуваної проблеми висвітлені у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців П. Хорвата, Д. Хана, Э. Майера, Р. Манна, Х. Фольмута, А. Дайле, М.С. Пушкаря, Н.Г. Данілочкіної, С.Г. Фалька, А.М. Кармінського, О.А. Ананькіної, Л.А. Малишевої, Н.П. Шульги, Г.А. Семенова, З.В. Задорожного, І.Є. Давидовича, М.В. Тарасюка, О.М. Деменіної та ін.

Незважаючи на значну кількість дослідників та широкий спектр питань, які вони досліджували, на сьогоднішній день є ряд невирішених теоретичних та практичних проблем, які потребують вирішення. Практично відсутні теоретичні та методичні напрацювання щодо контролінгу в сфері послуг.

Цілі статті. Розробка методичного підходу щодо оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу в умовах контролінгу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Ефективність управління досягненням системи цілей підприємства автосервісу достатньо складно охарактеризувати одним показником. Тому для визначення ступеня реалізації стратегії підприємства пропонується використовувати інтегральний показник за всіма аспектами системи збалансованих показників, який включає певну кількість попередньо відібраних показників, що відповідають наступним вимогам: найбільшою мірою впливають на збільшення вартості підприємства шляхом капіталізації прибутку, є відносними, однонаправленими величинами та за оптимальних умов прагнуть до одиниці.

Показники, відібрані із системи збалансованих показників та згруповані за аспектами, можна представити у вигляді матриці:

Інтегральний показник аспекту	Кількість показників	Показники, згруповані за аспектами					
		1	2	3	...	j	...
y_1	$n1$	x_{11}	x_{12}	x_{13}	...		x_{1n1}
y_2	$n2$	x_{21}	x_{22}	x_{23}	...		x_{2n2}
y_3	$n3$	x_{31}	x_{32}	x_{33}	...		x_{3n3}
...
k						x_{kj}	
y_L	n	x_{L1}	x_{L2}	x_{L3}	...		x_{Ln}

Кількість аспектів системи збалансованих показників може варіюватися від класичних чотирьох до L ($k = \overline{1, L}$; $L \geq 4$).

Кількість показників по кожному з аспектів є довільною величиною ($j = \overline{1, n}$).

Показник реалізації стратегії може бути визначений за залежністю:

$$R = \frac{1}{2} \cdot \sin\left(\frac{360}{L}\right) \cdot (y_1 \cdot y_2 + y_2 \cdot y_3 + \dots + y_L \cdot y_1), \quad (1)$$

де $y_1, y_2, y_3, \dots, y_L$ – відповідно інтегральний показник, що враховує сумарний вплив показників, згрупованих за визначеним аспектом системи збалансованих показників (показники повинні найбільшою мірою впливати на збільшення вартості підприємства шляхом капіталізації прибутку, бути відносними, однонаправленими величинами та за оптимальних умов прагнути до одиниці);

L – кількість аспектів системи збалансованих показників.

Інтегральний показник в розрізі відповідних аспектів системи збалансованих показників y_i пропонується розраховувати за залежністю:

$$y_k = a_{k1} \cdot x_{k1} + a_{k2} \cdot x_{k2} + a_{k3} \cdot x_{k3} + \dots + a_{kn} \cdot x_{kn} \quad (2)$$

або

$$y_k = \sum_{j=1}^n a_{kj} \cdot x_{kj}, \quad (3)$$

де a_{kj} – вагомість x_{kj} -го показника.

Вагомість показника може бути визначена за допомогою метода експертних оцінок. Ступінь узгодженості думок експертів по кожному з показників і по всій сукупності показників слід оцінювати коефіцієнтами варіації v та конкордації W відповідно [1,2,3].

Для визначення ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу інтегральний показник визначався за наступними аспектами системи збалансованих показників: «Фінансовий», «Ринок та клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси», «Навчання та інновації». Перелік показників, згрупованих за аспектами, наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Перелік показників, згрупованих за аспектами системи збалансованих показників

Назва аспекту	Назва показника	Умове позначення
«Фінанси»	Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними активами	x_{11}
	Коефіцієнт оборотності активів	x_{12}
	Коефіцієнт поточної ліквідності	x_{13}
	Коефіцієнт автономії	x_{14}
	Ступінь сервісного покриття	x_{15}
«Ринок та клієнти»	Частка ринку	x_{21}
	Частка постійних клієнтів	x_{22}
	Частка обслуговуваного автопарку [4-7]	x_{23}
	Частка комерційних замовлень [4-7]	x_{24}
	Коефіцієнт еластичності попиту	x_{25}
«Внутрішні бізнес-процеси»	Коефіцієнт придатності основних засобів	x_{31}
	Коефіцієнт оновлення основних засобів	x_{32}
	Ступінь завантаження постів і персоналу [4-7]	x_{33}
	Загальний рівень обслуговування [4-7]	x_{34}
	Рівень необхідної кількості запчастин на складі [4-7]	x_{35}

Продовження таблиці 1

1	2	3
«Навчання та інновації»	Коефіцієнт присутності [4-7]	x_{41}
	Коефіцієнт продуктивності [4-7]	x_{42}
	Коефіцієнт ефективності [4-7]	x_{43}
	Частка персоналу, що пройшла професійну підготовку	x_{44}
	Коефіцієнт стабільності кадрів	x_{45}

Процедура отримання оцінок від експертів (експертиза) здійснювалась у три етапи, що перекривалися: підготовка експертизи; проведення експертизи; аналіз і обробка експертних оцінок та прийняття рішення.

Для проведення анкетного опитування складався оцінювальний лист (анкета). За допомогою системи балів (рангів) експертам пропонувалось оцінити ступінь впливу кожного показника відповідного аспекту системи збалансованих показників на збільшення ринкової вартості підприємства шляхом капіталізації прибутку. Найбільший ранг мав отримати самий значущий, на думку експерта, показник. Кожному експерту надавалася однакова інформація, достатня для здійснення оцінки показника.

Експертне оцінювання проводилось за методом Делфі, який характеризується анонімністю, що регулюється зворотним зв'язком, і груповою відповіддю. Анонімність дозволяє послабити вплив найбільш авторитетних експертів. Введення зворотного зв'язку робить оцінки більш надійними, підвищує об'єктивність ступеню узгодженості думки групи експертів.

В результаті статистичної обробки експертних оцінок отримано залежності для розрахунку інтегральних показників в рамках аспектів системи збалансованих показників:

аспект «Фінанси» –

$$y_1 = 0,190 \cdot x_{11} + 0,272 \cdot x_{12} + 0,133 \cdot x_{13} + 0,224 \cdot x_{14} + 0,181 \cdot x_{15}; \quad (4)$$

аспект «Ринок та клієнти» –

$$y_2 = 0,248 \cdot x_{21} + 0,262 \cdot x_{22} + 0,176 \cdot x_{23} + 0,219 \cdot x_{24} + 0,095 \cdot x_{25}; \quad (5)$$

аспект «Внутрішні бізнес-процеси» –

$$y_3 = 0,243 \cdot x_{31} + 0,167 \cdot x_{32} + 0,257 \cdot x_{33} + 0,214 \cdot x_{34} + 0,119 \cdot x_{35}; \quad (6)$$

аспект «Навчання та інновації» –

$$y_4 = 0,105 \cdot x_{41} + 0,238 \cdot x_{42} + 0,291 \cdot x_{43} + 0,195 \cdot x_{44} + 0,171 \cdot x_{45}. \quad (7)$$

Аналіз статистичних характеристик показників, що оцінювались експертами, свідчить про незначну міру розсіювання експертних оцінок по кожному з показників (коефіцієнти варіації v не перевищували 15-22%) та добру узгодженість думок експертів по сукупностях показників, згрупованих за аспектами (коефіцієнти конкордації W по всіх аспектах перевищували 0,600).

Про достатню узгодженість думок експертів по всіх сукупностях показників за аспектами свідчили також значення фактичних коефіцієнтів χ_p^2 , які значно перевищували табличні значення χ^2 при $\nu = 4$ та $\alpha = 5\%$ або $\alpha = 1\%$ [1,8].

Найбільший вплив на вартість підприємства автосервісу мають наступні показники: коефіцієнт оборотності активів і коефіцієнт автономії (аспект «Фінанси»); частка постійних клієнтів і частка ринку (аспект «Ринок та клієнти»); ступінь завантаженості постів і персоналу та коефіцієнт придатності основних засобів (аспект «Внутрішні бізнес-процеси»); коефіцієнт ефективності та коефіцієнт продуктивності (аспект «Навчання та інновації»).

Для графічної інтерпретації і кількісної оцінки показника реалізації стратегії пропонується скористатися методом багатокутника системи збалансованих показників підприємства [9,10].

Кількість координатних осей багатокутника і кут, під яким вони перетинаються, визначаються кількістю аспектів системи збалансованих показників. На кожній координатній осі відкладаються значення відповідних інтегральних показників, які потім послідовно з'єднуються між собою відрізками прямих ліній (рис. 2).

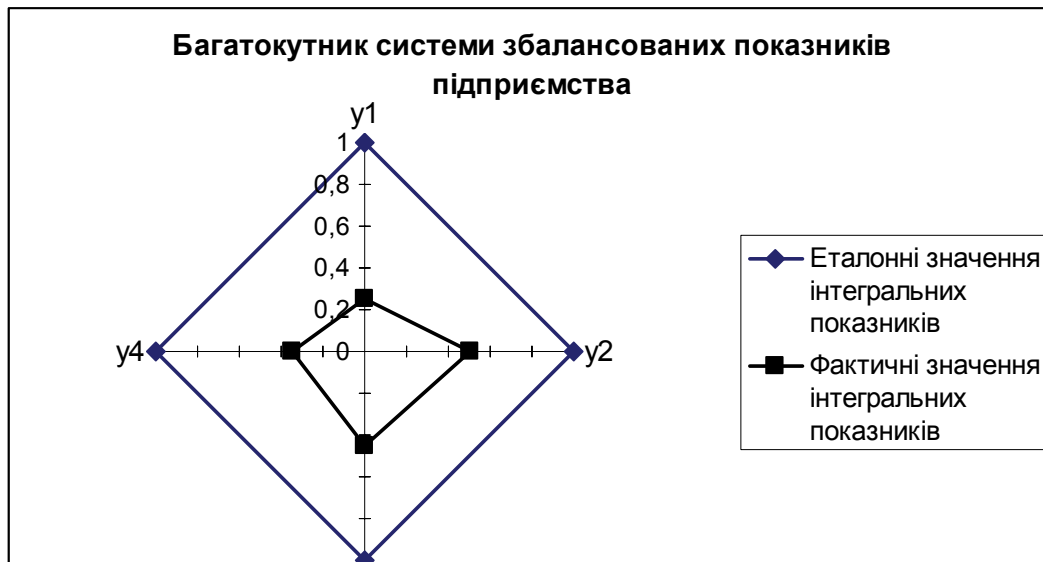


Рисунок 1 – Графічна інтерпретація показника реалізації стратегії підприємства

При максимальній реалізації підприємством системи своїх цілей кожен з інтегральних показників в розрізі аспектів системи збалансованих показників y_i буде дорівнювати еталонному значенню – одиниці, оскільки відібрані ключові показники за найкращих умов прагнуть до одиниці та загальна сума їх вагових коефіцієнтів у розрізі кожного аспекту також дорівнюватиме одиниці.

За допомогою факторного аналізу показника реалізації стратегії можна визначити вплив інтегральних показників системи збалансованих показників на ступінь реалізації стратегії підприємства і оцінити ефективність та своєчасність заходів щодо покращення їх стану.

Запропонована методика апробована на трьох підприємствах автосервісу. Результати розрахунків відобраних показників, інтегральних показників за аспектами системи збалансованих показників (ЗСП) та показників реалізації стратегії наведено в табл. 2.

Таблиця 2 – Інтегральні показники за аспектами ЗСП та показники реалізації стратегії підприємств автосервісу

Показники	Підприємство №1			Підприємство №2			Підприємство №3		
	2008	2010	2012	2008	2010	2012	2008	2010	2012
Аспект "Фінанси"									
x_{11}	0,08	0,05	0,10	0,05	0,01	0,02	0,06	0,09	0,15
x_{12}	1,25	1,08	1,50	0,87	0,82	0,91	1,05	1,41	1,68
x_{13}	0,75	0,64	0,78	0,48	0,24	0,35	0,67	0,70	0,72
x_{14}	0,48	0,31	0,55	0,42	0,34	0,35	0,56	0,51	0,60
x_{15}	0,85	0,98	1,02	0,94	0,88	0,90	1,00	1,08	1,16
y_1	0,72	0,64	0,84	0,57	0,49	0,54	0,69	0,80	0,93
Аспект «Ринок та клієнти»									
x_{21}	0,30	0,26	0,28	0,04	0,01	0,02	0,05	0,08	0,12
x_{22}	0,88	0,75	0,92	0,46	0,25	0,32	0,66	0,74	0,82
x_{23}	0,32	0,28	0,30	0,06	0,05	0,03	0,12	0,15	0,20
x_{24}	0,90	0,86	0,95	0,80	0,82	0,86	0,85	0,90	0,95
x_{25}	0,06	0,15	0,18	0,20	0,25	0,32	0,18	0,20	0,25

у₂	0,56	0,51	0,59	0,34	0,28	0,31	0,41	0,46	0,51
Продовження таблиці 2									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Аспект «Внутрішні бізнес-процеси»									
x_{31}	0,81	0,83	0,86	0,72	0,68	0,65	0,90	0,88	0,95
x_{32}	0,08	0,09	0,12	0,07	0,01	0,02	0,05	0,05	0,10
x_{33}	0,85	0,90	0,90	0,83	0,77	0,80	0,90	0,96	1,00
x_{34}	0,87	0,85	0,95	0,85	0,75	0,82	0,85	0,91	0,95
x_{35}	0,84	0,82	0,94	0,76	0,68	0,75	0,78	0,86	0,92
у₃	0,71	0,73	0,78	0,67	0,61	0,63	0,73	0,77	0,82
Аспект «Навчання та інновації»									
x_{41}	0,90	0,92	0,95	0,94	0,85	0,90	0,95	0,97	0,98
x_{42}	0,82	0,85	0,88	0,81	0,73	0,78	0,90	0,95	0,96
x_{43}	0,95	0,98	1,02	0,95	0,87	0,92	0,95	0,99	1,05
x_{44}	0,80	0,84	0,90	0,50	0,45	0,51	0,75	0,80	0,90
x_{45}	0,82	0,85	0,90	0,70	0,65	0,67	0,90	0,95	0,95
у₄	0,86	0,89	0,94	0,79	0,72	0,76	0,89	0,93	0,97
R	1,02	0,96	1,23	0,70	0,55	0,63	0,93	1,09	1,30

Динаміка показників реалізації стратегії підприємств автосервісу представлена на рис. 2.

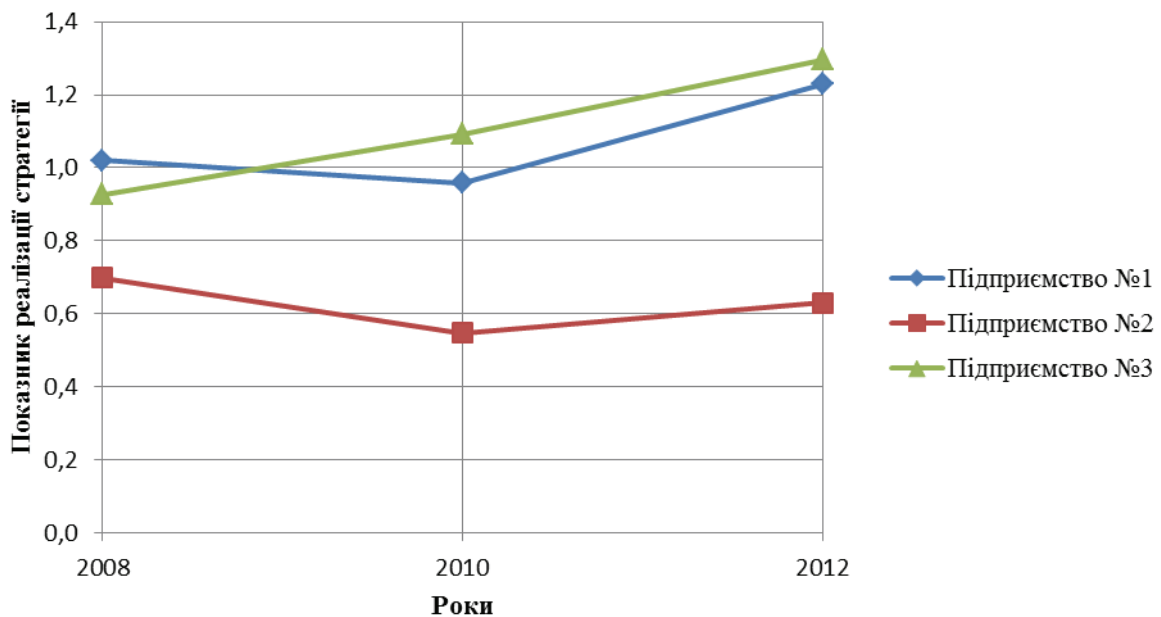


Рисунок 2 – Динаміка показників реалізації стратегії підприємств автосервісу

Аналіз даних табл. 2 свідчить, що фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. негативно позначилась на результатах господарювання всіх досліджуваних підприємств. Показник реалізації стратегії Підприємства №1 і Підприємства №2 у 2010 році зменшився, а Підприємства №3 – уповільнив зростання. Водночас динаміка даного показника свідчить про те, що у 2012 році Підприємство №1 змогло подолати кризові явища та відновити зростання на відміну від Підприємства №2, яке так і не досягло докризових результатів. Це сигнал керівництву Підприємства №2, що на підприємстві погіршилась стратегічна ситуація і необхідно вживати активні заходи щодо її

поліпшення. Стійке зростання показника реалізації стратегії Підприємства №3 у 2008-2012 рр. свідчить про те, що стратегічна ситуація на даному підприємстві покращується, і заходи, що вживаються керівництвом, здійснюються у правильному напрямку.

Визначення величини впливу інтегральних показників системи збалансованих показників на зміну ступеня реалізації стратегії підприємств автосервісу можна здійснити з використанням методів детермінованого факторного аналізу [11,12]. Відповідні розрахунки, отримані за методом пропорційного ділення та часткової участі детермінованого факторного аналізу, наведені в табл. 3.

Таблиця 3 – Зміна показника реалізації стратегії через зміну інтегральних показників (%)

Назва підприємства автосервісу	Зміна показника реалізації стратегії	Інтегральні показники за аспектами			
		Фінанси	Ринок та клієнти	Внутрішні бізнес-процеси	Навчання та інновації
2008-2010 рр.					
Підприємство №1	0,06264	<u>0,08112</u> 91,4	<u>0,05123</u> 57,7	<u>0,01272</u> -14,3	<u>0,03090</u> -34,8
Підприємство №2	-0,15164	<u>-0,08190</u> 30,0	<u>-0,05509</u> 20,2	<u>-0,06608</u> 24,2	<u>-0,07007</u> 25,7
Підприємство №3	0,16449	<u>0,11089</u> 47,3	<u>0,04653</u> 19,9	<u>0,03292</u> 14,1	<u>0,04394</u> 18,8
2010-2012 рр.					
Підприємство №1	0,27174	<u>0,20336</u> 55,1	<u>0,07558</u> 20,5	<u>0,04798</u> 13,0	<u>0,04218</u> 11,4
Підприємство №2	0,08252	<u>0,04687</u> 30,9	<u>0,03271</u> 21,5	<u>0,02540</u> 16,7	<u>0,04682</u> 30,8
Підприємство №3	0,20409	<u>0,12214</u> 45,4	<u>0,05538</u> 20,6	<u>0,05134</u> 19,1	<u>0,04039</u> 15,0

Примітка: у чисельнику наведені дані в абсолютних одиницях, у знаменнику – у відносних (%).

За середнім рівнем ступеня впливу на зміну показника реалізації стратегії інтегральні показники системи збалансованих показників розташовуються у наступній послідовності: фінансові (50%), ринкові (26,7%), процесні (12,1%) та інноваційні (11,2%).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Розроблено методичний підхід до визначення ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу, що враховує сумарний вплив інтегральних показників в розрізі аспектів «Фінанси», «Ринок та клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси», «Навчання та інновації» системи збалансованих показників. В результаті статистичної обробки експертних оцінок отримано багатофакторні лінійні залежності для розрахунку інтегральних показників в розрізі кожного з аспектів системи збалансованих показників підприємства автосервісу. Встановлено, що найбільший вплив на вартість підприємства автосервісу мають наступні показники: коефіцієнт оборотності активів і коефіцієнт автономії (аспект «Фінанси»); частка постійних клієнтів і частка ринку (аспект «Ринок та клієнти»); ступінь завантаження постів і персоналу та коефіцієнт придатності основних засобів (аспект «Внутрішні бізнес-процеси»); коефіцієнт ефективності та коефіцієнт продуктивності (аспект «Навчання та інновації»). За середнім рівнем ступеня впливу на зміну показника реалізації стратегії інтегральні показники системи збалансованих показників розташовуються у наступній послідовності: фінансові (50%), ринкові (26,7%), процесні (12,1%) та інноваційні (11,2%). Подальші дослідження мають бути спрямовані на встановлення залежності між рівнем розвитку контролінгу на підприємстві автосервісу та ефективністю реалізації його стратегії.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Бешелев С.Д., Гуревич Ф.Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Статистика, 1980. – 263 с.
2. Варжапетян А.Г. Квалиметрия: Учеб.пособие / СПбГУАП. – СПб., 2005. – 176 с.
3. Донець Л.І. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків / Донець Л.І., Шепеленко О.В., Баранцева С.М., Сергєєва О.В., Веремейчик О.Ф. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.
4. Волгин В.В. Автобизнес. Техника, сервис, запчасти. В 2-х томах. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2003. – 848 с.
5. Волгин В.В. Автосервис. Маркетинг и анализ: Практическое пособие. – 2-е изд., изм. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. – 496 с.
6. Волгин В.В. Автосервис. Производство и менеджмент: Практическое пособие. – 2-е изд., изм. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. – 520 с.
7. Волгин В.В. Автосервис: Создание и сертификация: Практическое пособие. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 620 с.
8. Турчин В.М. Математична статистика. Навч. посіб. – К.: Видавничий центр «Академія», 1999. – 240 с.
9. Бирюков В.А. Применение контроллинга в системе управления полиграфическими предприятиями : дис.... канд. экон. наук / Бирюков В.А. – М., 2010. - 172 с.
10. Дякон Л.Л. Формування контролінгу операційної діяльності підприємств машинобудування: Дис.... канд. экон. наук: 08.00.04 / Дякон Лідія Леонідівна; ПВНЗ "Європ. ун-т". – К., 2009. - 251 с.
11. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: Навч. посіб. - К.: Знання, 2008. - 639 с.
12. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник / [за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової]. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 384 с.

REFERENCES

1. Beshelev S.D., Gurevich F.G. Matematiko-statisticheskie metody ekspertnykh otsenok. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Statistika, 1980. – 263 s. (Rus)
2. Varzhapetyan A.G. Kvalimetriya: Ucheb.posobie / SPbGUAP. – SPb., 2005. – 176 s. (Rus)
3. Donets L.I. Obgruntuvannia hospodarskykh rishen ta otsiniuvannia ryzykiv / Donets L.I., Shepelenko O.V., Barantseva S.M., Serhieieva O.V., Veremeychuk O.F. – K.: Tsentr uchbovoi literatury, 2012. – 472 s. (Ukr)
4. Volgin V.V. Avtobiznes. Tekhnika, servis, zapchasti. V 2-h tomakh. – M.: Izdatelsko-knigotorgovyy tsentr «Marketing», 2003. – 848 s. (Rus)
5. Volgin V.V. Avtoservis. Marketing i analiz: Prakticheskoe posobie. – 2-e izd., izm. i dop. – M.: Izdatelsko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K°», 2005. – 496 s. (Rus)
6. Volgin V.V. Avtoservis. Proizvodstvo i menedzhment: Prakticheskoe posobie. – 2-e izd., izm. i dop. – M.: Izdatelsko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K°», 2005. – 520 s. (Rus)
7. Volgin V.V. Avtoservis: Sozdanie i sertifikatsiya: Prakticheskoe posobie. – 3-e izd. – M.: Izdatelsko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K°», 2006. – 620 s. (Rus)
8. Turchyn V.M. Matematychna statystyka: Navch. posib. – K.: Vydavnychiy tsentr «Akademiia», 1999. – 240 s. (Ukr)
9. Biryukov V.A. Primenenie kontrollinga v sisteme upravleniya poligraficheskimi predpriyatiyami : Dis.... kand. ekon. nauk / Biryukov V.A. – M., 2010. – 172 s. (Rus)
10. Diakon L.L. Formuvannia kontrolinhu operatsiynoi diialnosti pidpriemstv mashynobuduvannia: Dys.... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Diakon Lidiia Leonidivna; PVNZ "Yevrop. Un-t". – K., 2009. - 251 s. (Ukr)
11. Kupalova H.I. Teoriia ekonomichnoho analizu: Navch. posib. – K.: Znannia, 2008. - 639 s. (Ukr)
12. Analiz hospodarskoï diialnosti : navchalnyy posibnyk / [Za zah. red. I.V. Simenko, T.D. Kosovoi]. – K.: «Tsentr uchbovoi literatury», 2013. – 384 s. (Ukr)

РЕФЕРАТ

Червякова В.В. Оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу в умовах контролінгу. / В.В. Червякова // Вісник Національного транспортного університету. – К. : НТУ, 2013. – Вип. 28.

Стаття присвячена розробці методичного підходу щодо оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу в умовах контролінгу.

Об'єкт дослідження – процес реалізації стратегії підприємства автосервісу.

Мета роботи – розробка методичного підходу щодо оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу в умовах контролінгу.

Методи дослідження – методи експертних оцінок, детермінованого факторного аналізу.

Для визначення ступеня реалізації стратегії підприємства пропонується використовувати інтегральний показник, що враховує сумарний вплив показників в розрізі аспектів «Фінанси», «Ринок та клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси», «Навчання та інновації» системи збалансованих показників. В результаті статистичної обробки експертних оцінок отримано багатофакторні лінійні залежності для розрахунку інтегральних показників в розрізі кожного з аспектів системи збалансованих показників підприємства автосервісу. Встановлено, що найбільший вплив на вартість підприємства автосервісу мають наступні показники: коефіцієнт оборотності активів і коефіцієнт автономії (аспект «Фінанси»); частка постійних клієнтів і частка ринку (аспект «Ринок та клієнти»); ступінь завантаження постів і персоналу та коефіцієнт придатності основних засобів (аспект «Внутрішні бізнес-процеси»); коефіцієнт ефективності та коефіцієнт продуктивності (аспект «Навчання та інновації»). За середнім рівнем ступеня впливу на зміну показника реалізації стратегії інтегральні показники системи збалансованих показників розташовуються у наступній послідовності: фінансові (50%), ринкові (26,7%), процесні (12,1%) та інноваційні (11,2%).

Запропонований підхід може застосовуватись для моніторингу якості управління всіма аспектами фінансово-господарської діяльності підприємства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КОНТРОЛІНГ, ПІДПРИЄМСТВО АВТОСЕРВІСУ, СТУПІНЬ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ, ЯКІСТЬ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ.

ABSTRACT

Chervyakova V.V. Evaluation of the degree of strategy implementation of car service centers in conditions of controlling. Visnyk National Transport University. – Kyiv. National Transport University. 2013. – Vol. 28.

The paper develops the methodical approach for evaluating of the degree of strategy implementation of car service centers in conditions of controlling.

Object of study – the process of strategy implementing in car service centers.

Purpose – to develop the methodical approach for evaluating of the degree of strategy implementation of car service centers in conditions of controlling.

Methods of research – methods of peer review, deterministic factor analysis.

It was proposed to use the integral indicator which takes into account the total impact of indicators of all aspects of the balanced scorecard ("Finance", "Market and clients", "Internal Business Processes", "Learning and Innovation") for determination of the degree of strategy implementation of enterprise. As a result of statistical processing of expert estimates were obtained multifactor linear relationships for calculation of integral indicators in the context of each aspect of the balanced scorecard of car service centers. Established that the greatest impact on the value of car service centers have the following parameters: assets turnover ratio and autonomy ratio ("Finance" aspect), the share of regular clients and market share ("Market and clients" aspect), the loading degree of posts and personnel and coefficient of suitability of fixed assets ("Internal Business Processes" aspect), efficiency ratio and productivity ratio ("Learning and Innovation" aspect). For average level of the degree of impact on the change of integrated indicator of strategy implementation the aspects of the balanced scorecard are arranged in the following order: financial (50%), market (26,7%), process (12,1%) and innovation (11,2%).

The suggested approach can be used for monitoring the quality of management of all aspects of financial and business activity of enterprises.

KEYWORDS: CONTROLLING, DEGREE OF STRATEGY IMPLEMENTATION, CAR SERVICE CENTER, QUALITY OF MANAGEMENT DECISIONS, EFFICIENCY OF MANAGEMENT SYSTEM.

РЕФЕРАТ

Червякова В.В. Оценка степени реализации стратегии предприятия автосервиса в условиях контроллинга. / В.В. Червякова // Вестник Национального транспортного университета. – К. : НТУ, 2013. – Вып. 28.

Статья посвящена разработке методического подхода к оценке степени реализации стратегии предприятия автосервиса в условиях контроллинга.

Объект исследования – процесс реализации стратегии предприятия автосервиса.

Цель работы – разработка методического подхода к оценке степени реализации стратегии предприятия автосервиса в условиях контроллинга.

Методы исследования – методы экспертных оценок, детерминированного факторного анализа.

Для определения степени реализации стратегии предприятия предлагается использовать интегральный показатель, учитывающий суммарное влияние показателей в разрезе аспектов «Финансы», «Рынок и клиенты», «Внутренние бизнес-процессы», «Обучение и инновации» системы сбалансированных показателей. В результате статистической обработки экспертных оценок получены многофакторные линейные зависимости для расчета интегральных показателей в разрезе каждого из аспектов системы сбалансированных показателей предприятия автосервиса. Установлено, что наибольшее влияние на стоимость предприятия автосервиса имеют следующие показатели: коэффициент оборачиваемости активов и коэффициент автономии (аспект «Финансы»), доля постоянных клиентов и доля рынка (аспект «Рынок и клиенты»), степень загрузки постов и персонала и коэффициент годности основных средств (аспект «Внутренние бизнес-процессы»), коэффициент эффективности и коэффициент продуктивности (аспект «Обучение и инновации»). По среднему уровню степени влияния на изменение показателя реализации стратегии интегральные показатели системы сбалансированных показателей располагаются в следующей последовательности: финансовые (50%), рыночные (26,7%), процессные (12,1%) и инновационные (11,2%).

Предложенный подход может применяться для мониторинга качества управления всеми аспектами финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: КОНТРОЛИНГ, ПРЕДПРИЯТИЕ АВТОСЕРВИСА, СТЕПЕНЬ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ, КАЧЕСТВО УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ.

АВТОР

Червякова Валентина Володимирівна, Національний транспортний університет, асистент кафедри економіки, e-mail: ChervyakovaV@bigmir.net, тел. +380679571074.

AUTHOR

Chervyakova Valentina V., National Transport University, Assistant, Department of Economics, e-mail: ChervyakovaV@bigmir.net, tel. +380679571074.

АВТОР

Червякова Валентина Владимировна, Национальный транспортный университет, ассистент кафедры экономики, e-mail: ChervyakovaV@bigmir.net, тел. +380679571074.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Воркут Т.А., доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри транспортного права та логістики Національного транспортного університету, м. Київ, Україна.

Ложачевська О.М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки Національного авіаційного університету, м. Київ, Україна.

REVIEWERS:

Vorkut T.A., PhD, Professor, Head of Department of Logistics and Transport Law, National Transport University, Kyiv, Ukraine.

Lozhachevska O.M., PhD, Professor, Head of Department of International Economics, National Aviation University, Kyiv, Ukraine.