

ПІДВИЩЕННЯ СТУПЕНЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА АВТОСЕРВІСУ
НА ОСНОВІ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ

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

INCREASING OF THE LEVEL OF CAR SERVICE ENTERPRISE STRATEGY IMPLEMENTATION
ON THE BASIS OF IMPROVEMENT OF CONTROLLING SYSTEM

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

ПОВЫШЕНИЕ СТЕПЕНИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОСЕРВИСА
НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ 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. Ефективність діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання обумовлюється обґрунтованим формуванням та ефективною реалізацією стратегії його розвитку. За таких умов особливої актуальності набуває впровадження і удосконалення контролінгу як новітньої управлінської технології, яка являє собою інтегровану систему інформаційно-аналітичної та методичної підтримки менеджерів в процесі планування, контролю, аналізу й прийняття управлінських рішень за всіма функціональними сферами діяльності підприємства, орієнтовану на досягнення системи його цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми. Теоретичні та методичні аспекти досліджуваної проблеми висвітлені у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців: П. Хорвата, Д. Хана, Э. Майера, Р. Манна, Х. Фольмута, А. Дайле, Р.С. Каплана, Д.П. Нортон, 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.Д. Гудзинського, Л.О. Лігоненко, О.А. Вержбицького, О.М. Деменіної та ін.

Незважаючи на значну кількість дослідників даного напрямку та наукових праць з окресленої проблеми, багато теоретичних та практичних питань потребують поглибленого дослідження.

Цілі статті. Обґрунтування взаємозв'язку між рівнем зрілості контролінгу та ступенем реалізації стратегії на підприємстві автосервісу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. 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 [1].

Для розрахунку величини показника реалізації стратегії R за певний період часу пропонується використовувати залежність:

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

де: $y_1, y_2, y_3, \dots, y_L$ – значення інтегральних показників в розрізі відповідних аспектів системи збалансованих показників;

L – кількість аспектів системи збалансованих показників.

Для підприємств автосервісу пропонується застосовувати систему збалансованих показників, яка включає чотири аспекти: «Фінанси», «Ринок та клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси», «Навчання та інновації» [2, 3, 4]. В такому випадку формула (1) набуде вигляду:

$$R = \frac{1}{2} \cdot (y_1 \cdot y_2 + y_2 \cdot y_3 + y_3 \cdot y_4 + y_4 \cdot y_1), \quad (2)$$

де y_1, y_2, y_3, y_4 – відповідно значення інтегральних показників в розрізі аспектів системи збалансованих показників «Фінанси», «Ринок та клієнти», «Внутрішні бізнес-процеси», «Навчання та інновації».

Інтегральні показники в розрізі кожного з аспектів системи збалансованих показників підприємства автосервісу пропонується визначати за залежностями [5]:

аспект «Фінанси» –

$$y_1 = 0,190 \cdot x_{11} + 0,272 \cdot x_{12} + 0,133 \cdot x_{13} + 0,224 \cdot x_{14} + 0,181 \cdot x_{15} ; \quad (3)$$

аспект «Ринок та клієнти» –

$$y_2 = 0,248 \cdot x_{21} + 0,262 \cdot x_{22} + 0,176 \cdot x_{23} + 0,219 \cdot x_{24} + 0,095 \cdot x_{25} ; \quad (4)$$

аспект «Внутрішні бізнес-процеси» –

$$y_3 = 0,243 \cdot x_{31} + 0,167 \cdot x_{32} + 0,257 \cdot x_{33} + 0,214 \cdot x_{34} + 0,119 \cdot x_{35} ; \quad (5)$$

аспект «Навчання та інновації» –

$$y_4 = 0,105 \cdot x_{41} + 0,238 \cdot x_{42} + 0,291 \cdot x_{43} + 0,195 \cdot x_{44} + 0,171 \cdot x_{45} , \quad (6)$$

де x_{11} – коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними активами;

x_{12} – коефіцієнт оборотності активів;

x_{13} – коефіцієнт поточної ліквідності;

x_{14} – коефіцієнт автономії;

x_{15} – ступінь сервісного покриття;

x_{21} – частка ринку;

x_{22} – частка постійних клієнтів;

x_{23} – частка обслуговуваного автопарку;

x_{24} – частка комерційних замовлень;

x_{25} – коефіцієнт еластичності попиту;

x_{31} – коефіцієнт придатності основних засобів;

x_{32} – коефіцієнт оновлення основних засобів;

x_{33} – ступінь завантаження постів і персоналу;

x_{34} – загальний рівень обслуговування;

x_{35} – рівень необхідної кількості запчастин на складі;

x_{41} – коефіцієнт присутності;

x_{42} – коефіцієнт продуктивності;

x_{43} – коефіцієнт ефективності;

x_{44} – частка персоналу, що пройшла професійну підготовку;

x_{45} – коефіцієнт стабільності кадрів.

Для оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу пропонується розрахункове значення показника реалізації стратегії оцінити за шкалою, отриманою за результатами моделювання показників реалізації стратегії за планом повного чотирифакторного експерименту (табл. 1).

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 оптимальних умов прагнуть до одиниці, а сума їх вагових коефіцієнтів у розрізі кожного аспекту також дорівнює одиниці. Таким чином, максимальне значення показника реалізації стратегії відповідно до залежності (2) становитиме $R_{\max} = 2$. Мінімальне ж значення показника реалізації стратегії буде прагнути до 0.

Так, якщо значення показника реалізації стратегії становить понад 1,5 ($R > 1,5$), це свідчить про високий ступінь реалізації стратегії підприємства автосервісу. При значеннях показника реалізації стратегії менше 0,5 ($R < 0,5$) стратегія підприємства реалізується незадовільно.

Таблиця 1 – Шкала для оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу

Значення показника реалізації стратегії	Ступінь реалізації стратегії	Характеристика
<p style="text-align: center;">< 0,5</p>	<p style="text-align: center;">незадовільний</p>	<p>Загальнокорпоративна стратегія підприємства відсутня або нечітко сформульована. На підприємстві визначені окремі цільові орієнтири фінансово-господарської діяльності, однак вони недостатньо обґрунтовані і зазвичай мають суперечливий характер. Фінансовий стан підприємства незадовільний через порушення платіжної дисципліни контрагентами та неефективне управління його фінансовою та інвестиційною діяльністю. Підприємство не приділяє належної уваги дослідженню ринку та вивченню уподобань клієнтів. Комунікаційні зв'язки всередині підприємства та із зовнішнім середовищем не налагоджені або неефективні. Рівень автоматизації бізнес-процесів на підприємстві вкрай низький, переважна більшість операцій виконується вручну. Рівень кваліфікації і трудової дисципліни персоналу незадовільний через низький рівень заробітної плати, її несвоєчасну виплату та соціальну незахищеність.</p>
<p style="text-align: center;">0,5 – 1,0</p>	<p style="text-align: center;">низький</p>	<p>Загальнокорпоративна стратегія сформульована на основі дуже узагальненої, неповної та недостатньо точної інформації і не охоплює усі напрямки діяльності підприємства автосервісу. Часто стратегія ототожнюється з тактикою діяльності і, як правило, передбачає односторонній розвиток без резервних стратегій і альтернативних варіантів. Фінансовий стан підприємства є вразливим, оскільки при прийнятті управлінських рішень недостатньо враховуються зовнішні і внутрішні фактори, що впливають на його функціонування. Плани і бюджети складаються із використанням необґрунтованих гіпотез і недостовірної інформації, не узгоджуються між собою і, як правило, реалізуються зі значними відхиленнями. Діяльність, спрямована на залучення нових та збереження постійних клієнтів, не має системного характеру. Рівень автоматизації бізнес-процесів на підприємстві низький через застаріле або низькопродуктивне обладнання. Рівень кваліфікації і лояльності персоналу недостатній через високу плинність, відсутність ефективної системи преміювання за результатами досягнення індивідуальних і корпоративних цільових показників та перспектив професійного розвитку.</p>
<p style="text-align: center;">1,0 – 1,5</p>	<p style="text-align: center;">помірний</p>	<p>Загальнокорпоративна стратегія визначає основні напрямки і шляхи досягнення цілей щодо зміцнення, зростання та забезпечення виживання підприємства в довгостроковій перспективі на основі концентрації зусиль на певних пріоритетах та переглядається в разі досягнення підприємством поставлених цілей або за умови суттєвих змін у зовнішньому чи внутрішньому середовищах на основі налагодженого зворотного зв'язку. Фінансовий стан підприємства характеризується стабільністю завдяки прийняттю своєчасних обґрунтованих управлінських рішень щодо використання наявних та потенційних можливостей, а також нейтралізації загроз у зовнішньому і внутрішньому середовищах. Підприємство проводить досить ефективні маркетингові заходи із залучення клієнтів, однак взаємодія з існуючими клієнтами налагоджена недостатньо. Більшість бізнес-процесів підприємства автоматизовані, однак організаційна і фінансова структури підприємства є нераціональними і потребують удосконалення. Рівень професіоналізму і мотивації персоналу досить високий завдяки наявності перспективи професійного зростання, конкурентному рівню заробітної плати, наявності соціального пакету та доброзичливій атмосфері в колективі.</p>

Закінчення табл. 1

1	2	3
> 1,5	високий	Загальнокорпоративна стратегія забезпечує високу конкурентоспроможність підприємства завдяки високій гнучкості, вибору адекватних тактик та нагромадження конкурентних переваг. Фінансовий стан підприємства відзначається високою стійкістю та ліквідністю. На підприємстві налагоджено ефективні зв'язки з партнерами, організаціями-регуляторами та громадськістю для формування позитивного іміджу – головного «капіталу» підприємства. Проводиться ефективна робота із залучення нових клієнтів та функціонує програма лояльності для збереження постійних клієнтів. Всі бізнес-процеси на підприємстві автоматизовані з використанням сучасного високопродуктивного обладнання та прогресивних інформаційних технологій. Активно впроваджуються інноваційні методи управління всіма аспектами фінансово-господарської діяльності підприємства. Працівники підприємства є висококомпетентними фахівцями, мають значний досвід роботи зі своїх спеціальностей та постійно підвищують свою кваліфікацію. На підприємстві наявна розвинена система мотивації персоналу, яка включає можливість кар'єрного росту, високий рівень заробітної плати, виплату премій працівникам залежно від їх особистих результатів діяльності та результатів роботи підприємства в цілому, а також розвинену корпоративну культуру.

Ступінь реалізації стратегії підприємства автосервісу тісно пов'язаний із рівнем зрілості контролінгу на підприємстві. Рівень зрілості контролінгу на підприємстві автосервісу пропонується оцінювати на основі моделі зрілості [6, 7], яка передбачає оцінку його ефективності власниками та менеджерами всіх рівнів управління за шістьма напрямками: «Функціональність контролінгу», «Організація контролінгу», «Інформаційне забезпечення контролінгу», «Компетентність контролера», «Мотивація контролера», «Етичність контролера» з використанням 60 параметрів оцінювання (по 10 за кожним виміром). Оцінювання проводиться за кожним виміром (від 0 до 100 балів) з подальшим узагальненням отриманих оцінок та визначенням суми балів за всіма вимірами. Як цільове значення ефективності функціонування контролінгу на підприємстві автосервісу пропонується використовувати зростання рівня зрілості контролінгу за всіма вимірами та доведення його до максимального рівня (600 балів) [8].

Для оцінки рівня зрілості контролінгу на підприємстві автосервісу за ступенем реалізації стратегії пропонується скористатися спеціально розробленою шкалою (табл. 2). Так, якщо рівень зрілості контролінгу становить понад 450 балів, слід очікувати, що підприємство реалізує свою стратегію. При значеннях рівня зрілості контролінгу менше 150 балів – стратегія підприємства реалізується незадовільно.

Таблиця 2 – Шкала для оцінювання рівня зрілості контролінгу на підприємстві автосервісу за ступенем реалізації стратегії

Рівень зрілості контролінгу, балів	Ступінь реалізації стратегії	Характеристика
< 150	незадовільний	Рівень кваліфікації та досвід роботи контролера недостатній. Контролер не бажає навчатись та чинить спротив впровадженню інноваційних підходів у своїй діяльності. Рівень мотивації контролера незадовільний через нестабільну зайнятість, низький рівень заробітної плати, її несвоєчасну та/ або нелегальну виплату. Рівень автоматизації роботи контролера низький через відсутність належної інформаційно-комунікаційної інфраструктури та спеціалізованого програмного забезпечення або їх незадовільне функціонування. На підприємстві відсутні нормативно-правові документи, що регламентують діяльність служби контролінгу. На підприємстві існує система управлінського обліку, однак вона не є цілісною, облік ведеться нерегулярно і його результати не впливають на прийняття управлінських рішень.

Продовження табл. 2

1	2	3
150 – 300	низький	<p>Особистісні якості контролера відповідають вимогам займаної посади, однак його недостатні ділові якості, неспроможність переконливо доводити свою думку до колег і керівництва можуть провокувати конфліктні ситуації на підприємстві. Знання та навички контролера мають фрагментарний характер, однак він має бажання і здатність навчатися. Рівень лояльності і продуктивності контролера недостатній через відсутність ефективних систем преміювання, соціального захисту та корпоративної культури на підприємстві. Роботу контролера частково автоматизовано за допомогою управлінсько-облікової інформаційної системи, однак вона не адаптована до специфіки фінансово-господарської діяльності підприємства автосервісу, не оновлюється своєчасно та не задовольняє інформаційні потреби менеджерів і контролерів. На підприємстві наявні деякі документовані процедури, однак вони своєчасно не актуалізуються і не виконуються в повному обсязі. На підприємстві створена і функціонує система управлінського обліку за центрами відповідальності. Здійснюється короткострокове (до одного року) планування і бюджетування. Плани різних підрозділів, як правило, не узгоджені між собою. Використовуються окремі інструменти оперативного контролінгу.</p>
300 – 450	помірний	<p>Контролеру властиві добрі комунікативні та організаторські здібності, однак бракує вміння презентувати результати своєї діяльності. Контролер має достатні знання і досвід зі своєї спеціальності, однак не вміє оптимізувати свою роботу через незнання засобів автоматизації програмного забезпечення. Рівень мотивації контролера досить високий завдяки конкурентній заробітній платі, наявності соціального пакету та сприятливій атмосфері в колективі. Управлінсько-облікова інформаційна система містить модуль контролінгу, адаптована до специфіки фінансово-господарської діяльності підприємства автосервісу, задовольняє інформаційні потреби власників, менеджерів і контролерів підприємства, однак не передбачає належного захисту конфіденційної інформації. На підприємстві сформовано і затверджено систему ключових показників для оцінки результативності окремих підрозділів та підприємства в цілому, а також систему індикаторів раннього попередження у зовнішньому середовищі підприємства автосервісу. Розроблено і затверджено методики розрахунку визначених показників і аналізу відхилень їх фактичних значень від нормативних. На підприємстві створена і функціонує цілісна система управлінського обліку, яка із визначеною періодичністю формує інформаційні дані за центрами відповідальності і за бізнес-процесами підприємства автосервісу. Служба контролінгу забезпечує узгодження планів різних підрозділів між собою, але не проводить процедуру узгодження короткострокових і довгострокових планів і бюджетів підприємства. Використовується весь інструментарій оперативного контролінгу та окремі інструменти стратегічного контролінгу.</p>

Закінчення табл. 2

<p>> 450</p>	<p>високий</p>	<p>Контролеру властиві відмінні професійно-ділові та морально-етичні якості. Контролер має відмінні знання і значний практичний досвід роботи зі своєї та суміжних спеціальностей, постійно підвищує кваліфікацію та застосовує інноваційні підходи у своїй діяльності. Рівень мотивації і продуктивності контролера дуже високий завдяки стабільній зайнятості, значному рівню заробітної плати, наявності ефективних систем преміювання та соціального захисту, а також розвиненій корпоративній культурі на підприємстві. Контролінгова діяльність повністю автоматизована та адаптована до специфіки фінансово-господарської діяльності підприємства автосервісу, передбачає можливість надання різних рівнів і прав доступу до показників фінансово-господарської діяльності підприємства залежно від посад працівників, постійно вдосконалюється та відповідає інформаційним потребам менеджерів та контролерів. На підприємстві розроблені, затверджені та регулярно актуалізуються всі нормативно-правові документи, що регламентують діяльність служби контролінгу. Контролінг на підприємстві являє собою інтегровану, адаптивну та саморегульовану управлінську технологію інформаційно-аналітичної та методичної підтримки менеджменту в процесі планування, обліку, контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень за ключовими компетенціями підприємства, орієнтовану на досягнення системи його цілей. Функції контролінгу виконуються якісно, своєчасно і в повному обсязі.</p>

У графічному вигляді взаємозв'язок між показником реалізації стратегії, рівнем зрілості контролінгу та ступенем реалізації стратегії на підприємстві автосервісу представлено на рис. 1.

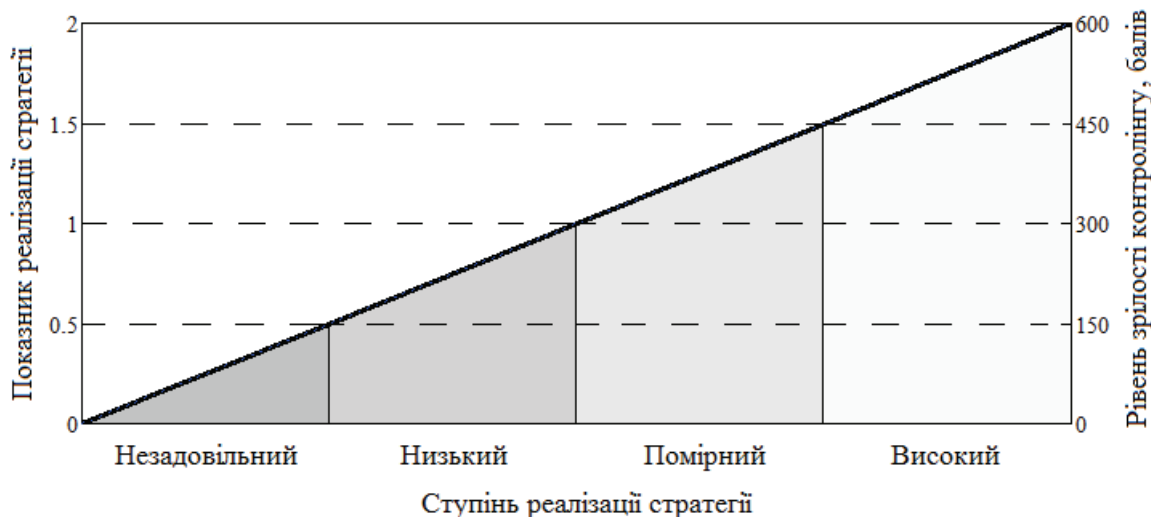


Рисунок 1 – Взаємозв'язок між показником реалізації стратегії, рівнем зрілості контролінгу та ступенем реалізації стратегії на підприємстві автосервісу

Тіснота взаємозв'язку між показником реалізації стратегії і рівнем зрілості контролінгу на підприємстві залежить від об'єктивної політичної та економічної ситуації в державі та обумовлених нею особливостей функціонування та розвитку підприємств. Представлена на рис. 1 закономірність справедлива при стійкому та прогнозованому розвитку економіки. За умов політичних та макроекономічних потрясінь дана закономірність справджується зі значними відхиленнями та потребує поглибленого дослідження та уточнення.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

Для оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу пропонується розрахункове значення показника реалізації стратегії оцінити за спеціально розробленою шкалою. Якщо значення показника реалізації стратегії становить понад 1,5, підприємство автосервісу здатне реалізувати свою стратегію. При значеннях показника реалізації стратегії менше 0,5, стратегія підприємства реалізується незадовільно.

Запропоновано шкалу для оцінювання рівня зрілості контролінгу на підприємстві автосервісу за ступенем реалізації стратегії. Якщо рівень зрілості контролінгу становить понад 450 балів, слід очікувати, що підприємство реалізує свою стратегію. При значеннях рівня зрілості контролінгу менше 150 балів, підприємство автосервісу не здатне реалізувати свою стратегію.

Охарактеризовано ступені реалізації стратегії в залежності від градації значень показника реалізації стратегії та рівнів зрілості контролінгу на підприємстві автосервісу.

Отримані результати дослідження можуть застосовуватись для діагностики ефективності реалізації стратегії підприємства, визначення напрямків і необхідних заходів щодо удосконалення системи контролінгу, а також виявлення і реалізації резервів підвищення ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу для забезпечення його довгострокового успішного функціонування в умовах високої мінливості сучасного економічного середовища.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Бирюков В.А. Применение контроллинга в системе управления полиграфическими предприятиями : дис.... канд. экон. наук / Бирюков В.А. – М., 2010. – 172 с.
2. Каплан Р.С. Организация, ориентированная на стратегию / Р.С. Каплан, Д.П. Нортон; пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 416 с.
3. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р.С. Каплан, Д.П. Нортон; пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 304 с.
4. Внедрение сбалансированной системы показателей / Horvath & Partners; пер. с нем. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 478 с.
5. Червякова В.В. Оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу в умовах контролінгу / В.В. Червякова // Вісник НТУ. – К.: НТУ, 2013. – Вип. 28. – С. 510-518.
6. Малышева Л.А. Контроллинг организационных изменений: как не утонуть в море популярных концепций. Учебное пособие. Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦ УПИ», 2010. – 386 с.
7. Лігоненко Л.О. Контролінг у торгівлі: монографія / Л.О. Лігоненко, О.А. Вержбицький. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 268 с.
8. Червякова В.В. Оцінювання ефективності контролінгу на підприємствах автосервісу на основі моделі зрілості / В.В. Червякова // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – К.: НТУ. – 2013. – Вип. 12. – С. 343-353.

REFERENCES

1. Biryukov V.A. Primenenie kontrollinga v sisteme upravleniya poligraficheskimi predpriyatiyami : Dis.... kand. ekon. nauk / Biryukov V.A. – M., 2010. – 172 s. (Rus)
2. Kaplan R.S. Organizatsiya, orientirovannaya na strategiyu / R.S. Kaplan, D.P. Norton; per. s angl. – M.: ZAO «Olimp-Biznes», 2003. – 416 s. (Rus)
3. Kaplan R.S. Sbalansirovannaya sistema pokazateley. Ot strategii k deystviyu / R.S. Kaplan, D.P. Norton; per. s angl. – M.: ZAO «Olimp-Biznes», 2003. – 304 s. (Rus)
4. Vnedrenie sbalansirovannoy sistemyi pokazateley / Horvath & Partners; per. s nem. – 3-e izd. – M.: Alpina Biznes Buks, 2008. – 478 s. (Rus)
5. Cherviakov V.V. Otsiniuvannia stupenia realizatsii strategii pidpriemstva avtoservisu v umovakh kontrolingu / V.V. Cherviakov // Visnyk NTU. – K.: NTU, 2013. – Vyp. 28. – S. 510-518. (Ukr)
6. Malysheva L.A. Kontrolling organizatsionnykh izmeneniy: kak ne utonut v more populyarnykh kontseptsiy: Uchebnoe posobie. Ekaterinburg: ООО «Izdatelstvo umc upi», 2010. – 386 s. (Rus)
7. Ligonenko L.O. Kontroling u torgivli: monografiia / L.O. Ligonenko, O.A. Verzhbitskii. – K.: Kyiv. nats. torg.-ekon. un-t, 2013. – 268 s. (Ukr)

8. Chervyakova V.V. Otsiniuvannia efektyvnosti kontrolyngu na pidpriemstvakh avtoservisu na osnovi modeli zrilosti / V.V. Chervyakova // Upravlinnia proektamy, systemnyi analiz i logistyka. – K.: NTU. – 2013. – Vyp. 12. – S. 343-353. (Ukr)

РЕФЕРАТ

Червякова В.В. Підвищення ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу на основі удосконалення системи контролінгу. / В.В. Червякова // Вісник Національного транспортного університету. Науково-технічний збірник: в 2 ч. Ч. 2: Серія «Економічні науки». – К.: НТУ, 2014. – Вип. 30.

Стаття присвячена обґрунтуванню взаємозв'язку між рівнем зрілості контролінгу та ступенем реалізації стратегії на підприємстві автосервісу.

Об'єкт дослідження – процес реалізації стратегії підприємства автосервісу.

Мета роботи – обґрунтування взаємозв'язку між рівнем зрілості контролінгу та ступенем реалізації стратегії на підприємстві автосервісу.

Методи дослідження – узагальнення, абстрагування, аналіз, синтез, графічні.

Для оцінювання ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу пропонується розрахункове значення показника реалізації стратегії оцінити за спеціально розробленою шкалою. Запропоновано шкалу для оцінювання рівня зрілості контролінгу на підприємстві автосервісу за ступенем реалізації стратегії. Охарактеризовано ступені реалізації стратегії в залежності від градації значень показника реалізації стратегії та рівнів зрілості контролінгу на підприємстві автосервісу.

Отримані результати дослідження можуть застосовуватись для діагностики ефективності реалізації стратегії підприємства, визначення напрямків і необхідних заходів щодо удосконалення системи контролінгу, а також виявлення і реалізації резервів підвищення ступеня реалізації стратегії підприємства автосервісу для забезпечення його довгострокового успішного функціонування в умовах високої мінливості сучасного економічного середовища.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КОНТРОЛІНГ, ПІДПРИЄМСТВО АВТОСЕРВІСУ, СТУПІНЬ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ, МОДЕЛЬ ЗРІЛОСТІ КОНТРОЛІНГУ, ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ.

ABSTRACT

Chervyakova V.V. Increasing of the level of car service enterprise strategy implementation on the basis of improvement of controlling system. Visnyk National Transport University. Scientific and Technical Collection: In Part 2. Part 2: Series «Economic sciences». – Kyiv: National Transport University, 2014. – Issue 30.

The article is devoted to the substantiation of relationship between the maturity level of controlling and the strategy implementation degree in car service enterprises.

Object of study – the process of strategy implementation in car service enterprises.

Purpose – to study the relationship between the maturity level of controlling and the strategy implementation degree in car service enterprises.

Methods of research – generalization, abstraction, analysis, synthesis, graphic.

For evaluation of the strategy implementation degree in car service enterprise was proposed to assess the value of the strategy implementation index according to specially developed scale. The scale for evaluation of the maturity level of controlling in car service enterprise with consideration of the strategy implementation degree was suggested. The degrees of strategy implementation based on gradation of values of the strategy implementation index and maturity levels of controlling in car service enterprise were characterized.

The results of research can be used for diagnostics of efficiency of enterprise strategy implementation, determination of directions and necessary measures for improvement of controlling system, detecting and implementing reserves of increase of strategy implementation degree in car service enterprise in order to ensure its long-term successful functioning in conditions of high variability of current economic environment.

KEYWORDS: CONTROLLING, CAR SERVICE ENTERPRISE, DEGREE OF STRATEGY IMPLEMENTATION, MATURITY MODEL OF CONTROLLING, OF EFFICIENCY OF MANAGEMENT SYSTEM.

РЕФЕРАТ

Червякова В.В. Повышение степени реализации стратегии предприятия автосервиса на основе совершенствования системы контроллинга. / В.В. Червякова // Вестник Национального транспортного университета. Научно-технический сборник: в 2 ч. Ч. 2: Серия «Экономические науки». – К. : НТУ, 2014. – Вып. 30.

Статья посвящена обоснованию взаимосвязи между уровнем зрелости контроллинга и степенью реализации стратегии на предприятии автосервиса.

Объект исследования – процесс реализации стратегии предприятия автосервиса.

Цель работы – обоснование взаимосвязи между уровнем зрелости контроллинга и степенью реализации стратегии на предприятии автосервиса.

Методы исследования – обобщение, абстрагирование, анализ, синтез, графические.

Для оценки степени реализации стратегии предприятия автосервиса предлагается расчетное значение показателя реализации стратегии оценить по специально разработанной шкале. Предложено шкалу для оценки уровня зрелости контроллинга на предприятии автосервиса по степени реализации стратегии. Охарактеризованы степени реализации стратегии в зависимости от градации значений показателя реализации стратегии и уровней зрелости контроллинга на предприятии автосервиса.

Полученные результаты исследования могут применяться для диагностики эффективности реализации стратегии предприятия, определения направлений и необходимых мер по совершенствованию системы контроллинга, а также выявления и реализации резервов повышения степени реализации стратегии предприятия автосервиса для обеспечения его долгосрочного успешного функционирования в условиях высокой изменчивости современной экономической среды.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: КОНТРОЛЛИНГ, ПРЕДПРИЯТИЕ АВТОСЕРВИСА, СТЕПЕНЬ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ, МОДЕЛЬ ЗРЕЛОСТИ КОНТРОЛЛИНГА, 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.

Скрипник М.І., доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту Київського національного університету технологій та дизайну, м. Київ, Україна.

REVIEWERS:

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

Skrypnyck M.I., PhD, Associate Professor, Head of Department of Accounting and Audit, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine.