

УДК 657

Сметанюк Т.Б.

Міжнародний інститут бізнес-освіти Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

ТЕХНОЛОГІЇ КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КОН'ЮНКТУРИ РИНКІВ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ СПОЖИВАННЯ

© *Сметанюк Т.Б.*

В роботі вивчаються передумови та методичні можливості інтеграції технологій контролінгу в маркетингові інформаційні системи вітчизняних підприємств, а також до бізнес-моделей їх ринкової діяльності.

This paper investigates the background and methodological possibilities of integration of technology of controlling the marketing information system of domestic enterprises, as well as the business models of market activity.

В работе изучаются предпосылки и методические возможности интеграции технологий контроллинга в маркетинговые информационные системы отечественных предприятий, а также в бизнес-моделей их рыночной деятельности.

Вступ. Динамічні зміни у навколишньому середовищі, глобалізація ринків та посилення конкурентного тиску вимагають від менеджменту вітчизняних підприємств застосування сучасного інструментарію для виявлення резервів результативності в існуючих системах управління. Провідною метою контролінгу бізнес-процесів є орієнтація управлінського процесу на максимізацію прибутку і збільшення вартості капіталу власників при мінімальному ризику і збереженні ліквідності та платоспроможності підприємства. Для досягнення цієї мети вирішується основне завдання - формування цілеспрямованого комплексу заходів, скоординованих соціальними і ринковими завданнями та необхідними для їхнього вирішення засобами і ресурсами на підставі реалізації покладених на контролінг бізнес-процесів завдань, що досягається службами контролінгу у процесі виконання ними своїх функцій з використанням специфічних методів. Основні завдання контролінгу бізнес-процесів полягають в інформаційному забезпеченні орієнтованих на результат процесів

планування, регуляції і контролю (моніторингу) у фінансовій установі, у виконанні функцій інтеграції, системної організації і координації.

Контролінг як позафункціональний інструмент управління дає можливість уникнути неузгодженості під час прийняття управлінських рішень і тим самим своєчасно виявити приховані ресурси у системі управління, тому дослідження організаційно-методичних засад контролінгу є актуальним. Наукові та практичні підходи до контролінгу останнім часом зазнали стрімкого розвитку від ідентифікації його як підсистеми фінансового й управлінського обліку до концептуалізації як самостійної системи, орієнтованої на стратегічний та інноваційний розвиток організації. Однак, такі підходи, що сформувалися під впливом зарубіжної практики, виявились неадекватними системам управління вітчизняних підприємств та вимагають створення на їх основі адаптованих механізмів контролінгових функцій у менеджменті [1, 2, 3, 4].

Постановка проблеми. Метою публікації є визначення передумов та методичних можливостей інтеграції технологій контролінгу в маркетингові інформаційні системи вітчизняних підприємств, а також до бізнес-моделей їх ринкової діяльності

Результати. Система контролінгу – це система, спрямована на забезпечення управлінського процесу, орієнтованого на розв’язання завдань стратегічного розвитку підприємства шляхом інтеграції систем планування, обліку, аналізу та контролю для досягнення синергетичного ефекту від їх цілеспрямованого функціонування. Система контролінгу поділяється на такі формуючі складові, як цілі, завдання, об’єкти, суб’єкти, принципи контролінгу, механізми управління, що діють всередині системи, методичне та ресурсне забезпечення (рис. 1).

Основними функціями контролінгу є: координація планів і діяльності; стратегічне та оперативне планування; контроль, ревізія та внутрішній аудит; методологічне забезпечення та внутрішній консалтинг. Головне завдання контролінгу - орієнтація всіх видів діяльності і рішень на підприємстві на результат та ефективне використання виробничого потенціалу. Тому керівники всіх рівнів повинні бути найкращим чином оснащені відповідними інструментами і інформацією. Основою структурних перетворень під впливом змінних параметрів середовища ринку є трансформація й

інтеграція як головних, так і спеціальних функцій менеджменту підприємства, що потребує переорієнтації в цінностях та у системі мислення управлінського персоналу.

Формування системи контролінгу на більшості підприємств не слід розглядати як створення чогось нового, оскільки організація такої системи зводиться до досягнення функціональної взаємодії між існуючими локальними функціями менеджменту та орієнтації їх на стратегічний розвиток підприємства. Виконання функцій контролінгу покладається на керівника, працівників планово-економічної служби та бухгалтерії. Об'єктивна необхідність створення відокремленого підрозділу контролінгу виникає лише в асоційованих формуваннях, що мають у своїй структурі відокремлені виробничі підрозділи. Важливою методологічною передумовою є перевага адаптивного типу керівництва, що зводиться до здатності керівника поєднувати різні стилі управління залежно від ситуації. При цьому повинні враховуватись нові вимоги щодо цільової спрямованості критеріїв та показників діагностики й оцінки моніторингової діяльності, напрямів та об'єктів контролінгу.

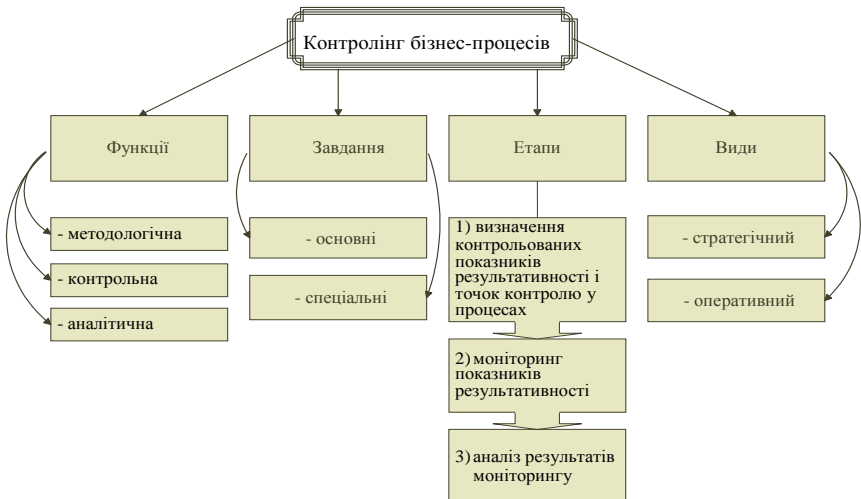


Рис.1. Контролінг бізнес-процесів

Виявлення оптимального алгоритму здійснення контролінгу достатньо актуальне для визначення недоліків існуючої системи управління на підприємстві, особливо в умовах економічної кризи (рис. 2).

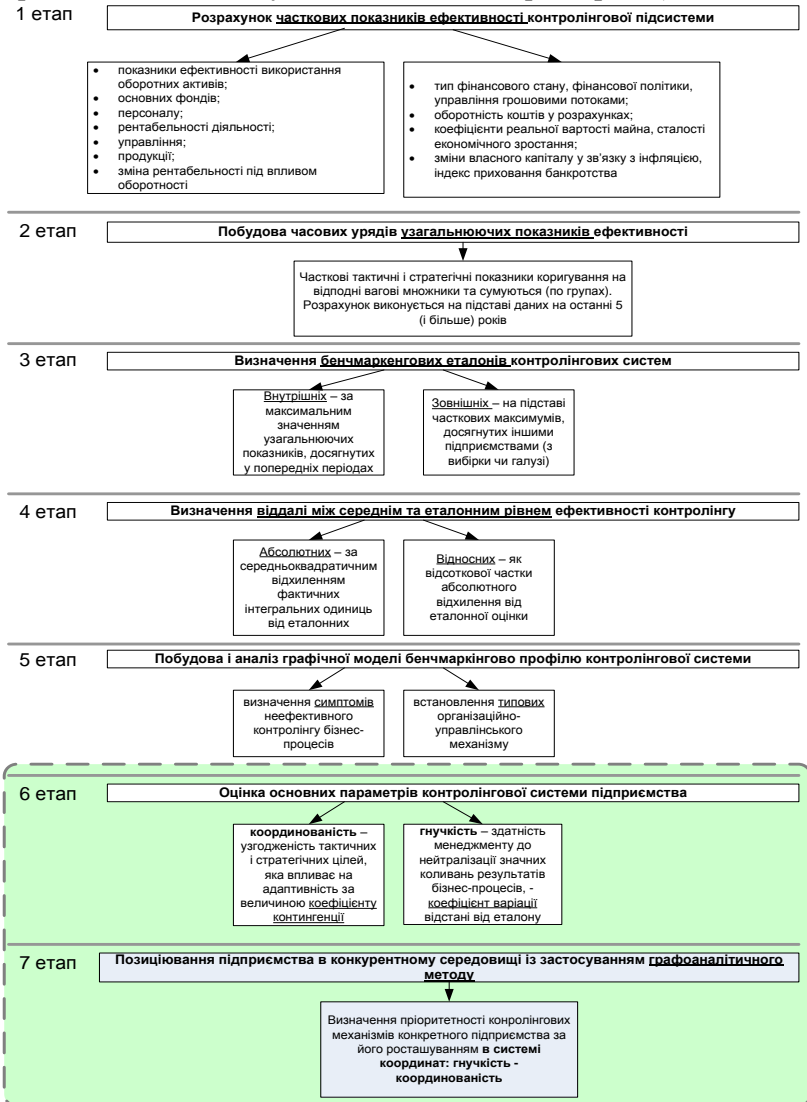


Рис. 2. Принциповий алгоритм діагностики ефективності контролінгової системи промислового підприємства

Для кожної ланки господарства необхідно застосовувати особливі механізми контролінгового управління бізнес-процесів, які забезпечували б цілісну, гармонійну та ефективну модель економічної діяльності для прийняття рішень керівництвом. Незважаючи на наявні дослідження, проблеми ефективної діяльності підприємства на стратегічному та оперативному рівнях управління, саме на перетині цих рівнів, бракує описаних формалізованих підходів.

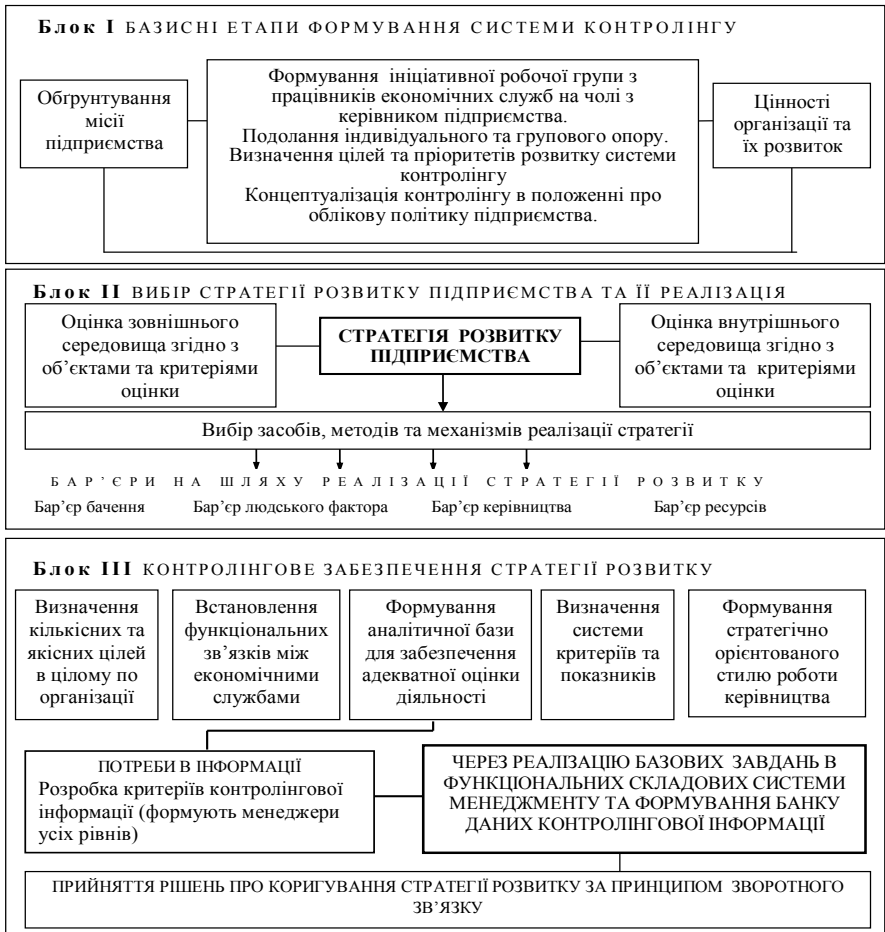


Рис. 3. Концептуальна модель формування системи контролінгу, адекватної стратегії розвитку підприємства

Концептуальна схема досягнення ефективності у цьому напрямку представлена на рис. 3.

Повноцінна інтеграція функцій контролінгу в оптимізації бізнес-процесів з відповідними маркетинговими, логістичними тощо, а також їх системна представленість на рівні загального менеджменту, створюють необхідні передумови для прийняття стратегічно правильних управлінських рішень (рис. 4), стабільності функціонування та ефективного досягнення цілей підприємствами.



Рис. 4. Формування контролінгової інформації по забезпеченню стратегії розвитку підприємств

Висновки. Найявний досвід використання в маркетинговій діяльності моделей функціонально-вартісного аналізу, систем збалансованих показників, спільно з процесно-орієнтованим моделюванням ланцюгів створення цінності для споживачів створює всі необхідні передумови для ефективного запровадження технологій контролінгу у фахову практику вітчизняних підприємств.

Більш детального опрацювання потребують аспекти надійності прогнозних оцінок, що використовуються в алгоритмах контролінгу і є прерогативою маркетингового забезпечення процедур стратегічного

планування, повноцінного відображення їх характеристик у кількісних показниках.

Список використаних джерел:

1. Дякон Л. Л. Організація ефективного контролінгу бізнес-процесів / Л.Л.Дякон // Національний дослідний економічний інститут Міністерства економіки України " Формування ринкових відносин в Україні": Зб. наук. Праць. – Вип. № 6(61)2006. Київ: НДЕІ МЕМУ. – 2006. – С.75-78.
2. Аксентюк М. М. Система контролінгу в стратегічному менеджменті / М. М. Аксентюк // Збірник наукових праць Луганського національного аграрного університету, Серія: «Економічні науки». – 2006. – № 61/84. – С. 208-211.
3. Хайлук С. О. Аналіз сучасного стану використання системи контролінгу підприємствами переробної галузі України / С. О. Хайлук // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць. Т.14. – Суми : УАБС НБУ, 2005. – С. 276-282.
4. Хайлук С. О. Закордонний досвід використання системи контролінгу в управлінні фінансами підприємств / С. О. Хайлук // Вісник Української академії банківської справи. – 2005. – №2(19) – С. 36-41.