

ПОКАЗНИКИ ЯКІСНОЇ ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ

Другова О.С.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

Стратегічний контролінг включає наступні ключові процедури, які проводять кількісну оцінку якісних показників:

1. Оцінка прийнятої стратегії реклами по кожній товарній групі (позиції), визначення відповідності фазам виробництва життєвого циклу товарної продукції (позицій).

2. Оцінка застосовуваних методів визначення рекламних витрат і напрямків рекламних впливів (реклама може бути спрямована на споживачів, на посередників, на інших учасників ринкових відносин, на громадськість).

3. Аналіз документальних даних (договори, дані по фактичній оплаті послуг реклами), масштабу реклами й канали її поширення.

4. Оцінка ступеня залежності обсягу продажів від масштабів і напрямків рекламних заходів (каналів поширення реклами).

5. Оцінка ефективності витрат на маркетингові дослідження й рекламу.

Роблячи висновки необхідно відзначити, що ефективний стратегічний контролінг формування циклів виробництва й продажів у бізнесі дозволить виявити напрямки оптимізації процедур планування виробництва й продажів, контролю виконання планів збуту, системи комерційного кредитування й процедур аналізу контрагентів господарюючих суб'єктів малого бізнесу в умовах жорсткості конкуренції.

Дослідження показують, що у контролінгу стратегії економічної стійкості застосування процедур дозволить підвищити якість перевірки, знизити витрати, тому що виявлення специфічних особливостей концентрує увага й тим самим знижує ризик не виявлення істотних перекручень у керуванні. Характер, обсяги й область застосування процедур визначаються спрямованістю обраної стратегії забезпечення економічною стійкістю бізнесу.

Література:

1. Ананькіна Е.А. Контролінг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькіна, С.В. Данилочкін, Н.Г. Данилочкіна; под ред. Н.Г. Данилочкіной. М.: ЮНИТИ-Дана, 2004. - Режим доступа: ИСС «Консультант +»

2. Карминский А.М. Контролінг: учебник / А.М. Карминский, С.Г. Фалько, А.А. Жевага, Н.Ю. Иванова; под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 336 с.