

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ АВТОСЕРВІСНОГО КОМПЛЕКСУ

Ключові слова: планування, розвиток, проблеми, прогнозування, систематизація процесів, автосервісний комплекс.

Планування діяльності автосервісного комплексу – одна з найважливіших функцій управління підприємством. Планування є власне процесом визначення цілей, що їх передбачає досягти підприємство за певний період, а також процесом визначення способів їх досягнення. Процес планування є спробою уявити собі картину майбутнього. Це процес, який передбачає знання теперішнього стану справ і тенденцій розвитку, які допомагають спрогнозувати майбутнє, а також володіння методикою, яка дозволяє змодельовати перехід з теперішнього стану в майбутній прогнозований стан.

Однією з найважливіших умов розробки стратегії розвитку системи є ефективно її функціонування. Тому, при побудові системи управління автосервісним комплексом з урахуванням системного підходу виділяються три основні стадії [1]:

1. Структуризація та опис повного циклу процесу управління складових автосервісного комплексу.
2. Визначення основних процедур, що забезпечують реалізацію стратегій розвитку.
3. Формування організаційної структури системи управління, розподілу функцій, правового економічного інформаційного та технічного забезпечення.

На першій стадії визначаються цільові установки розвитку системи. На другій стадії визначаються розробка стратегій та шляхи їх реалізації. На третій стадії шляхи реалізації відображаються в розподілі функціональних обов'язків виконавців. Перші дві стадії відповідають побудові інформаційної моделі процесу управління, а остання стадія – забезпеченню її реалізації.

Алгоритм визначення найбільш ефективних шляхів розвитку авто сервісного комплексу наведений на рисунку 1. [4].

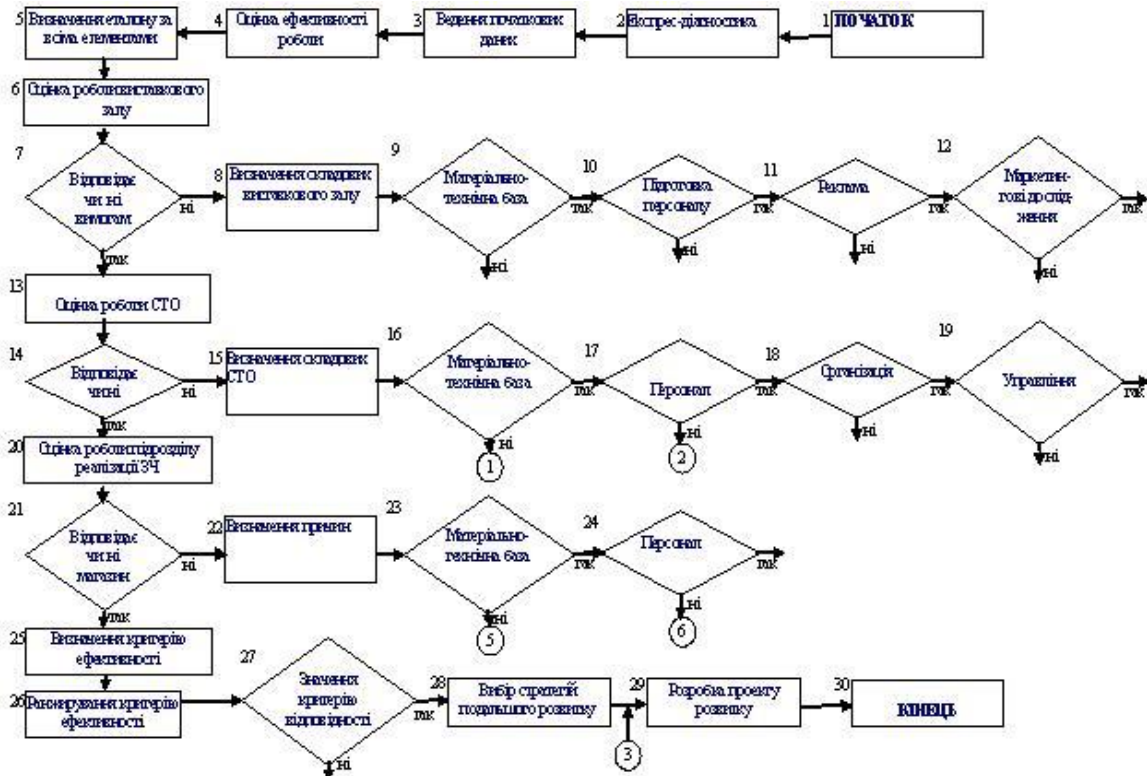


Рисунок 1. Блок-схема алгоритму розвитку автосервісного комплексу

Побудова моделі вимагає вибору типу економіко-математичної моделі, визначення критерію оптимальності та обмежень, за допомогою яких є можливість обґрунтувати найкращий варіант розвитку. Тому загальні вимоги щодо моделювання, які використовуються на даному етапі, характеризують наступне:

1. Розрахунки в економічно-математичних моделях повинні носити ітеративний характер, базуватись на раціональному поєднанні як формальних, так і неформальних процедур. Неформальні процедури (підготовка та аналіз необхідної інформації, аналіз результатів моделювання) повинні здійснюватись з залученням експертів, а також осіб, що приймають рішення (ОПР),

2. Моделювання повинно охоплювати тривалий часовий інтервал, достатній для обґрунтованих висновків.

3. Модель повинна враховувати динаміку в рамках поставлених цілей, враховувати деталізацію організаційно-технічних складових до рівня характерних станів, відображати інформаційні, технологічні та ресурсні зв'язки між елементами бізнес-одиниці.

4. Економіко-математична модель повинна враховувати різні організаційні, технологічні варіанти та терміни їх реалізації, напрямки та масштаби їх реалізації необхідно розглядати як керовані величини.

5. Вибір варіантів подальшого розвитку бізнес-одиниці автосервісного комплексу повинен здійснюватись на основі порівняння їх соціально-економічної ефективності.

6. У моделях визначення варіантів розвитку бізнес-одиниць необхідно враховувати невизначені властивості організаційно-економічних процесів.

Типова риса практичної розробки економіко-математичних моделей – це труднощі, пов'язані з одержанням вхідних даних, які характеризують різні варіанти розвитку[2].

Такі дані часто можуть представлені тільки на базі експертних оцінок фахівців. Тому підбір експертів та обробка їх оцінок є важливим етапом в підготовці та проведенні моделювання.

Виходячи з вище зазначеного, метод імітаційного моделювання найкраще відповідає зазначеним вимогам як такий, що не має жодних обмежень з точки зору законів розподілу випадкових величин, які характеризують некеровані фактори.

Список використаних джерел

1. Гаценко О.П. Управлінський облік : [навч. посіб.] / Гаценко О.П. – К. : Ун-т "Україна", 2008. – 359 с.

2. Герасимчук В.Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність : [монографія] / Герасимчук В.Г. – К. : Вища школа, 2008. – 225 с.

3. Герчикова И.Н. Менеджмент : [учебник] / Герчикова И.Н. – М. : Банки и биржи, «ЮНИТИ», 2005. – 480 с.

4. Буренніков Ю.Ю. Стратегічні засади розвитку та підвищення конкурентоспроможності станцій технічного обслуговування автомобілів у сучасних умовах господарювання / Ю.Ю. Буренніков // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2012. – №3(62). – С. 20–24.