

Система сбалансированных показателей, как инструмент оценки эффективности деятельности автотранспортного предприятия

Краснова И.И., Скоркин Д.А., Бартош А.А.

Белорусский национальный технический университет

В последнее время все большее количество автотранспортных предприятий, работающих на белорусском рынке, как отечественных, так и с долевым участием иностранного капитала признают логистику и управление цепями поставок основными источниками повышения эффективности и конкурентоспособности. При этом одной из актуальных задач становится задача оценки вклада логистики в конечные результаты деятельности автотранспортных предприятий. Если операционные затраты на логистику достигают больших величин, становится понятно стремление топ-менеджмента фирмы минимизировать затраты на логистическую деятельность при ограничениях на базовый уровень качества реализуемых ею услуг. Достижение баланса затраты/сервис является естественной логистической стратегией и тактикой большинства предприятий.

Правильной оценке различных рычагов влияния логистики на эффективность деятельности конкретного предприятия часто мешает отсутствие продуманной системы достоверных показателей и методик их расчёта. В связи с этим заслуживает внимания опыт применения системы сбалансированных показателей (ССП), разработанной Робертом Капланом и Дэвидом Нортонем в ходе многолетних исследований.

Суть методологии внедрения СПП состоит в том, что менеджмент компании или внешние консультанты, проанализировав бизнес-процессы, выделяют значимые для компании области деятельности и в этих областях назначают совокупность показателей, которые подлежат регулярному измерению на основе данных, полученных из учетной системы. Из выделенного списка потенциально измеримых характеристик компании отбираются ключевые показатели результативности для всех ключевых бизнес-процессов. Критерием отбора является баланс между возможностью контроля достижения стратегии и информационной прозрачностью фирмы.

Степень достижения целей, эффективность бизнес-процессов и работы всей компании, ее подразделений и каждого сотрудника при этом определяется значениями, так называемых ключевых показателей результативности. Благодаря использованию СПП компании не только оценивают свою работу, но и сравнивают полученные результаты с аналогичными показателями других компаний – конкурентов, поставщиков, клиентов.