

Контроллинг в системе маркетинга

Цели, функции, виды и принципы контроллинга

Студент 3 курса МТ 10 гр.

Е.В. Буяновский

Старший преподаватель

Е.А. Ковшар

Содержание

- Понятие контроллинга;
- Цели и задачи контроллинга;
- Виды контроллинга и его формы. Методы анализа в контроллинге;
- Принципы формирования системы контроллинга.

Понятие контроллинга

Понятие контроллинга

Контроль за выполнением маркетинговых планов осуществляется одновременно с контролем за выполнением производственных планов и финансово-хозяйственной деятельностью предприятия. Контроль за выполнением маркетинговых планов осуществляется одновременно с контролем за выполнением производственных планов и финансово-хозяйственной деятельностью предприятия.

При осуществлении функции контроля необходимо использовать выполнение запланированных стратегических показателей, выявление отклонений и принятие безотлагательных и энергичных действий.

Контроль маркетинга — процесс измерения и оценки результатов реализации стратегий и планов маркетинга, выполнения корректирующих действий, обеспечивающих достижение маркетинговых целей.



Понятие контроллинга



Основные задачи, которые решает контроллинг, можно разделить на **3** основных направления:

1. задачи планирования;
2. задачи информационного сопровождения и оповещения;
3. задачи контроля и регулирования.

Цели и задачи контроллинга

Цели и задачи контроллинга

Задачи контроллинга направлены на осуществление всех действий, связанных с реализацией его целей и тем самым с реализацией целей предприятия. Как видно, наряду с общими задачами имеют место и специальные задачи контроллинга.

Цели
контроллинга



Цели и задачи контроллинга

Функция планирования

- Информационная поддержка при разработке базисных планов (продаж, производства, инвестиций, закупок).
- Формирование и совершенствование всей "архитектуры" системы планирования.
- Установление потребности в информации и времени для отдельных этапов процесса планирования.
- Координация процесса обмена информацией.
- Координация и агрегирование отдельных планов на полноту и реализуемость.
- Составление сводного плана предприятия

Функция информационно-аналитического обеспечения

- Разработка "архитектуры" информационной системы контроллинга.
- Стандартизация информационных носителей и каналов.
- Предоставление цифровых материалов для осуществления контроля и управления организацией.
- Сбор и систематизация наиболее значимых для принятия решений данных.
- Разработка инструментария для планирования, контроля и принятия решений.
- Консультация по выбору корректирующих мероприятий и решений.

Цели и задачи контроллинга

Функция контроля и регулирования

- Определение величин, контролируемых во временном и содержательном разрезах.
- Сравнение плановых и фактических величин для измерения и оценки степени достижения цели.
- Определение допустимых границ отклонений величин.
- Анализ отклонений, интерпретация причин отклонений плана от факта и выработка предложений для уменьшения отклонений

Функция учета

- Сбор и обработка информации.
- Разработка и ведение системы внутреннего учета.
- Унификация методов и критериев оценки деятельности организации и ее подразделений

Цели и задачи контроллинга

Специальные функции

- Сбор и анализ данных о внешней среде.
- Сравнение с конкурентами.
- Обоснование целесообразности слияния с другими фирмами или открытие (заккрытие) филиалов.
- Проведение калькуляции для особых заказов.
- Расчеты эффективности инвестиционных проектов

Виды контроллинга и его
формы.

Виды контроллинга и его формы

Контроллинг подразделяется на 4 вида:

1. Контроль годовых планов;
2. Контроль прибыльности;
3. Контроль эффективности;
4. Стратегический контроль.

Виды контроллинга и его формы

Основными формами контроллинга являются:

1. Аудит;
2. Мониторинг;
3. Экспертиза.

Методы анализа в контроллинге

Этапы (ступени) контроллинга:

1. Определение критериев;
2. Процесс сравнения достигнутых результатов и установленных стандартов;
3. Принятие решения.

- Установление масштаба отклонения;
- **Неформальные системы**
- Сравнение текущих результатов со стандартами, т.е. **информационных отчетных устройствами**, т.е. **установление показателей**, за каждым перспективный анализ;
- **Объективные стандарты**;
- определение точки отклонения;
- **Выявление основных причин отклонения** результатов и лиц ответственных за данное отклонение;
- **показателей**;
- определение сильных и слабых сторон объекта мониторинга, его возможностей и ограничений в соответствующий промежуток времени;
- **Оперативное отслеживание текущих результатов.**
- Формирование отчёта по результатам сравнения и предоставление информации.

Принципы формирования системы контроллинга

Принципы формирования системы контроллинга

Принципы контроллинга:

1. Принцип **ОБРАТНОЙ СВЯЗИ**;
2. Принцип **ПОЗИТИВНОСТИ**;
3. Принцип **ТЕХНОЛОГИЧНОСТИ**;
4. Принцип **ПОВСЕМЕСТНОСТИ**;
5. Принцип **СООТВЕТСТВИЯ ЦЕЛЯМ**;
6. Принцип **РЕЛЕВАНТНОСТИ**;
7. Принцип **ПРЕЗЕНТАТИВНОСТИ**.

Работник самостоятельно должен контролировать процесс, а ассоциирует контроль с ответственностью. Контроль не должен быть только наказанием, а должен быть инструментом, который помогает увидеть, в какой мере человек выполняет свои функции. Контроль должен давать право на ошибку и формулировать предложения, а не как функцию контроллинга. деятельность работника.

Контроллинг в двух словах



Список использованных источников:

- Контроллинг – система контроля маркетинга на предприятии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/kontrolling.html>. Дата доступа: 25.05.2013.
- Система контроллинга и ее принципы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/cistema-kontrollinga-i-ee-principy>. Дата доступа: 25.05.2013.

Спасибо за внимание!

