

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 устройствах;**
- **установление показателей, за каждым перспективный анализ;**
- **объектом стандартов;**
- определение точки отклонения;
- **Выявление основных причин отклонения результатов и лиц ответственных за данное отклонение;**
- **определение предвиденных стандартов в системе 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 улучшить работу. Контроль должен быть обратным, то есть работник должен видеть, как его работа влияет на систему в целом. Контроль должен быть технологичным, то есть использовать современные методы и инструменты. Контроль должен быть повсеместным, то есть применяться на всех уровнях организации. Контроль должен соответствовать целям, то есть быть направленным на достижение конкретных результатов. Контроль должен быть релевантным, то есть учитывать только те аспекты, которые действительно важны для успеха. Контроль должен быть презентативным, то есть представлять собой реальную помощь в деятельности 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!

