

ПОНЯТИЕ МОНИТОРИНГА И КОНТРОЛЛИНГА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ

ГАСЫМОВА САБИНА

ЭК-4-19-12

Мониторинг предприятий – это информационно-аналитический инструмент, связывающий между собой реальный сектор экономики и банковскую систему и предназначенный для выработки рациональных решений, мер воздействия на деятельность предприятия в соответствии с денежно-кредитной политикой государства



ВОЗМОЖНОСТИ МОНИТОРИНГА

- - оперативно выявлять дефекты и характер их развития;
- - прослеживать интенсивность процессов износа оборудования, зданий и сооружений;
- - разрабатывать рекомендации по объему и срокам предупредительного и планового ремонта наблюдаемых объектов;
- - определить компетентность обслуживающего и эксплуатирующего объект персонала;
- - планировать работу предприятия, с учетом истинного состояния наблюдаемых объектов в режиме онлайн;
- - снизить вероятность возникновения несчастных случаев на предприятии;
- - сформировать в необходимом объеме финансовые, технические и кадровые ресурсы в определенном месте и в определенное время.

Направление мониторинга	Элементы мониторинга	
<p>Цена и ассортимент</p>	<p>Мониторинг цен и ассортимента в точках продаж конкурентов, а также из открытых источников;</p> <p>Мониторинг цен при личном обращении к торговым представителям конкурентов под видом потенциального клиента</p>	
<p>Мерчандайзинга</p>	<p>Посещение торговых точек с целью определения принципов расположения товаров и использования торгового оборудования.</p> <p>Оценка плотности покупательского потока торговых точек конкурентов;</p> <p>Формирование «портрета» среднестатистического покупателя</p> <p>Выявление сильных и слабых сторон обслуживания клиентов при помощи исследования «Тайный покупатель», опросов потребителей</p> <p>Мониторинг СМИ, интернет-контента на наличие рекламы (частота встречаемости, контент-анализ);</p> <p>Аудит торговых точек на наличие рекламных материалов и мероприятий</p>	

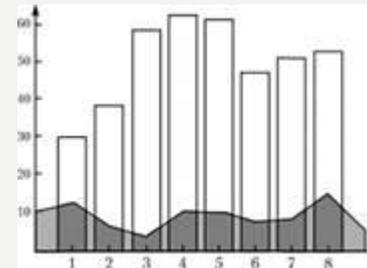
- Мониторинг цен относится к маркетинговым инструментам компании. С его помощью можно узнать, какая стоимость товаров и услуг в настоящее время у ближайших конкурентов. Подобная информация позволит установить выгодную и конкурентоспособную цену на свой продукт.
- Использование мониторинга цен необходимо для ведения успешного бизнеса, без него сложнее занять лидирующие позиции на рынке. Каким бы уникальным и инновационным не был товар, компания не сможет добиться успеха без правильной маркетинговой политики.

ВЫПОЛНЕНИЕ МОНИТОРИНГА

Показатели, фильтр по Скрывать в консоли, Контролирующие лица: 6 строк, 20.03.2011

№	Статус	Название	Период	Индикатор	Сигнал	Тренд	Факт
		Запросы на привлечение клиентов	Март 2011				35
		Запросы на привлечение одного клиента	Март 2011				1750
		Количество привлеченных клиентов	Март 2011				20
		Количество клиентов	2011 год				333
		Количество клиентов, обратившихся повторно	Март 2011				6
		Процент клиентов, обратившихся повторно	Март 2011				23.08

- 2.



РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ ФИНАНСОВОГО ДИАГНОСТИРОВАНИЯ ПРОИСХОДИТ:

- 1. Определение аналитических направлений диагностирования финансового состояния предприятия, которыми могут быть ликвидность, рентабельность, финансовая устойчивость и деловая активность.
- 2. Выбор финансовых коэффициентов, детализирующих финансовое состояние по каждому из аналитических направлений
- 3. Определение для каждого из выбранных коэффициентов рекомендуемого (нормативного) значения.
- 4. Определение весомости (значимости) отдельных коэффициентов для каждого из выбранных аналитических направлений и самих аналитических направлений.
- 5. Расчет обобщающих показателей для каждого из выбранных аналитических направлений и комплексного показателя финансовой стабильности. Рассчитать их можно с помощью статистического пакета "Статистика". Тогда обобщающие показатели примут следующий вид:
 - • обобщающий показатель финансовой устойчивости
- 6. Формирование комплексного показателя, состоящего из совокупности полученных на предыдущем этапе обобщающих показателей.

ТАБЛИЦА ДИАГНОЗОВ

Таблица диагнозов финансового состояния предприятия

№	Финансовое состояние предприятия		Тенденция развития; индикатор состояния I_s	$\sum x_i$	$\sum x_i^2$	Финансовое состояние (диагноз)
	на начало периода (КФС ₀)	на конец периода (КФС)				
1	2	3	4	5	6	7
1.1				4; 3	6; 5	Отличное
1.2	Устойчивость $K_{ес} > K_{ес, \text{пред.}} \text{ или}$	Более сильная устойчивость $K_{ес} > K_{ес, \text{пред.}}$	Усиление устойчивости; 2	2	4	Хорошее
1.3				31	33	Удовлетворительное

КОНТРОЛИНГ

- Контролинг – это комплекс действий, направленных на сопровождение всех процессов необходимым информационно-аналитическим обеспечением для принятия правильных управленческих решений. Чаще всего они нацелены на увеличение прибыли в организации



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

- цель – это поддержание эффективного управления организацией

основные задачи контроллинга при управлении компанией:

- разработка методологии планирования и его организация;
- учет, включающий сбор информации и ее обработку;
- контроль;
- организация мероприятий по специальной системе наблюдений

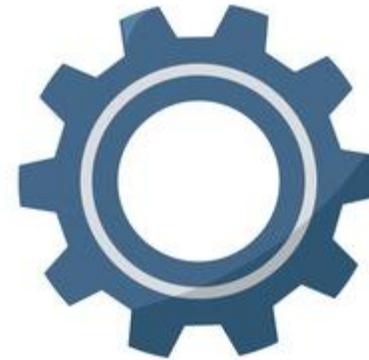
МЕТОДЫ

- Для выполнения всех поставленных задач при управлении организацией контроллинг предусматривает применение следующих общенаучных методов:
- анализ;
- дедукция;
- индукция;
- конкретизация;
- абстрагирование;
- синтез;
- аналогия;
- моделирование.



ФУНКЦИИ

- информационная;
- учетно-контрольная;
- аналитическая;
- функция планирования.



ИНСТРУМЕНТЫ

- Инструменты контроллинга – это некоторый набор действий, который позволяет выполнять определенные функции и задачи. Данный инструментарий можно классифицировать по таким критериям:
- период действия (стратегический или оперативный);
- область применения (зависит от поставленных задач).



Область применения	Инструментарий	Период действия
Учет	Отчеты о хозяйственной деятельности Учетные формы Показатели учета Методы анализа отчетности	Оперативный
Организация потоков информации	Система документооборота	Стратегический
Планирование	Работа с объемами заказов Анализ точки безубыточности ABC-анализ Анализ слабых мест фирмы	Стратегический

	<p>Анализ инвестиционных проектов Анализ скидок</p> <p>Анализ сбыта и структуры потребления</p> <p>Оценка рентабельности запуска производства сырья для изготовления собственной продукции</p> <p>Оценка кривой обучаемости</p> <p>Методы логистики</p> <p>Бенчмаркинг</p> <p>Оценка потенциала фирмы SWOT-анализ</p> <p>Карты восприятия</p> <p>Оценка качества обслуживания График Гантта</p> <p>Расчет уровня запасов Планирование работы мощностей</p> <p>Ценообразование</p> <p>Анализ барьеров входа</p> <p>Сетевое планирование и др.</p>	
Мониторинг и контроль	<p>Система своевременного предупреждения</p> <p>Анализ издержек</p> <p>Анализ соответствия показателей (плановых и фактических)</p> <p>Анализ разрывов</p>	Стратегический

- В целом контроллинг отображает в себе огромный спектр научных экономических и управленческих дисциплин — менеджмент, стратегическое планирование, кибернетика, экономическая теория и так далее. Благодаря этому профессиональный менеджер или команда из нескольких специалистов, на которых возложена функция контроллинга, способны решать производственно-экономические и кадровые вопросы, учитывая многоплановость и широкий спектр проблематики данной деятельности. Именно поэтому наличие налаженной системы контроллинга на предприятии позволяет решать, а зачастую и предвидеть проблемы, что, в свою очередь, приводит к своевременному реагированию и минимизации различных издержек и серьезных финансовых потерь.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Лукаш Ю. А. Анализ финансовой устойчивости коммерческой организации и пути ее повышения — М.: Издательство «Флинта», 2015. — 279 с.
- 2. Савчук В.П. Финансовая диагностика и мониторинг деятельности предприятия: практические подходы и технологии. — М.: Издательство «Флинта», 2015. — 279 с.
- 3. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Эксмо, 2015. – 544 с.
- 4. Харебава Р. П. Формирование и оценка стратегических ресурсов предприятий / Р. П. Харебава, А. В. Копылов, О. А. Ломовцева. – Волгоград: Перемена, 2017.- 120 с.
- 5. Круглова Н.Ю. Стратегический менеджмент: Учеб. для вузов/ Н.Ю. Круглова, М.И. Круглов. – М.: РДЛ, 2015. – 462 с.
- 6. Любанова Т.П. Стратегическое планирование на предприятии: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экон. и инженер. специальностям/ Т.П. Любанова, Л.В. Мясоедова, Ю.А. Олейникова – 2-е изд., перераб. и доп. – М.; Ростов н/Д: МарТ, 2015. – 393 с.
- 7. Ляско В.И. Стратегическое планирование развития предприятия: учеб. пособие для вузов/ В.И. Ляско. – Москва: Экзамен, 2016. – 286 с.
- 8. Уткин Э.А. Курс менеджмента. Учебник для вузов. – М.: Издательство «Зерцало», 2016. – 448с.
- 9. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учеб. для вузов/ Р.А. Фатхутдинов; Акад. нар. хозяйства при Правительстве РФ. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2015. – 445с.
-