

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>	

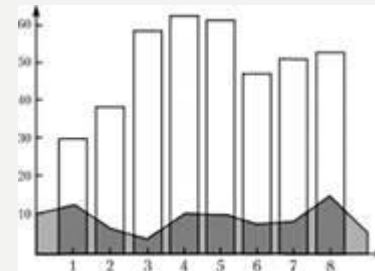
- Мониторинг цен относится к маркетинговым инструментам компании. С его помощью можно узнать, какая стоимость товаров и услуг в настоящее время у ближайших конкурентов. Подобная информация позволит установить выгодную и конкурентоспособную цену на свой продукт.
- Использование мониторинга цен необходимо 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 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.
-