

– создать систему управления знаниями об абонентах посредством использования технологии интеллектуального анализа данных, построить на ее основе модель прогнозирования оттока абонентов;

– разработать бонусные программы лояльности, направленные на определенные целевые группы;

– внедрить систему нотификации;

– работать с абонентами, обслуживание которых приостановлено из-за наличия задолженности.

Применение стратегии удержания абонентов актуально в течение всего их жизненного цикла. Каждая стадия должна сопровождаться определенными действиями по отношению к абоненту:

– на стадии приобретения абонента – приветствие, предоставление абоненту необходимой информации об услугах, занесение информации о новом абоненте в базу данных;

– на стадии стабилизации отношений – обучение абонента пользованию сложными услугами;

– на стадии упрочнения отношений – направление абонентам благодарности за длительное использование услуг компании и информирование о льготах, предоставляемых лояльным абонентам, осуществление работы с должниками;

– на стадии восстановления угасающих отношений – предложение абоненту бонусов и льгот, делающих услуги оператора привлекательнее услуг конкурентов;

– на стадии окончания отношений – проведение интервью с абонентом с целью выяснения причин расторжения контракта, разработка предложения для удержания абонентов и осуществление попытки удержания. Вынесение благодарности за использование услуг компании и предоставление возможности воспользоваться льготными условиями при возвращении.

Баско Д. В., БГЭУ (Минск)

КОНТРОЛЛИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В рыночных условиях любое предприятие функционирует в жестких условиях конкурентной среды. Его деятельность должна быть направлена на завоевание и удержание предпочтительной доли рынка, на достижение превосходства над конкурентами, что обеспечивается в известной мере эффективной организацией системы контроля.

Система внутреннего контроля предприятия должна ориентироваться как на устойчивое положение предприятия на рынках, так и на своевременную адаптацию систем производства и управления организации к динамичной внешней среде.

В рыночных условиях, характеризующихся высокой неопределенностью и нестабильностью внешней среды, эффективное управление предполагает значительный спектр объемов плановой и контрольной работы. Усиление конкурентных отношений на мировых и отечественных рынках, стремительное развитие и смена технологий, растущая диверсификация бизнеса, усложнение бизнес-проектов и другие факторы обуславливают новые требования к системе внутреннего контроля предприятия.

Контроллинг как целостная система состоит из двух важных частей:

– стратегический контроллинг;

– оперативный контроллинг.

Каждый вид контроллинга имеет свои цели, методы, принципы, средства и инст-

рументы. Стратегический контроллинг должен обеспечить выживаемость предприятия, отслеживание намеченных целей развития и достижение долгосрочного устойчивого преимущества перед конкурентами. Основными направлениями анализа стратегического контроллинга являются: анализ внешней и внутренней среды; анализ конкуренции; анализ ключевых факторов успеха; формирование портфеля стратегий; анализ стратегических планов и подконтрольных показателей деятельности; анализ цепочки ценностей; анализ стратегического позиционирования; анализ затратообразующих факторов.

Стратегический контроллинг ориентирован на долгосрочные перспективы. Объектами контроля, а, следовательно, и контролируемыми величинами являются такие показатели, как цели, стратегии, потенциалы и факторы успеха, сильные и слабые стороны предприятия, шансы и риски, рубежи и последствия.

Основой системы внутреннего контроля является информационное обеспечение контрольной деятельности, включающее оперативную, плановую, нормативно-справочную информацию, классификаторы технико-экономической информации, системы документации. Ключевой для системы внутреннего контроля является информация о степени управляемости объекта контроля. Качество информации в системе внутреннего контроля определяется по таким критериям, как достаточность, достоверность, своевременность.

Система внутреннего контроля – это основа функционирования управленческой информационной системы. Функционирование системы внутреннего контроля призвано сводить к минимуму различного рода риски в деятельности предприятия.

Важнейшее место в системе управления предприятием занимает контроль стратегических решений. Имеется в виду выяснение того, в какой мере принятие решения приводит к достижению целей компании. Практически речь идет о формировании современной контроллинга-системы управления.

Контроллинг представляет собой совокупность методов оперативного и стратегического управления: учета, планирования, анализа и контроля, объединяемых на качественно новом этапе развития рыночных отношений в единую систему, функционирование которой подчинено определенной цели.

Баско И. М., БГЭУ (Минск)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА В ЛОГИСТИКЕ

Концепция логистики предполагает управление и оптимизацию материальных потоков, потоков услуг и связанных с ними информационных и финансовых потоков в определенной макро- или микросистеме. Структурно логистика включает несколько составляющих: основные – закупочную, производственную и сбытовую; а также вспомогательные – транспортную, складскую, информационную, финансовую и сервисную логистику. Главной задачей логистики является достижение с ограниченными затратами максимальной приспособленности к изменяющейся обстановке на рынке.

Управление логистическими системами предполагает использование различных методов экономического анализа. Среди них важное место занимает функционально-стоимостный анализ (ФСА), в котором используются как приемы и элементы экономического, так технического и логического анализа. Одной из сфер приложения ФСА может быть и логистика.