

транзакционной и перцепционной лояльностей. Часто комплексная лояльность операционализируется в форме индексов лояльности.

Для достижения лояльности потребителей необходимо организовать постоянный мониторинг их удовлетворённости и переориентировать работу предприятия на потребителя, в первую очередь, привязав систему премирования сотрудников к степени удовлетворённости [1]. Когда предприятие хочет реализовать сложнотехническую продукцию, оно должно понимать что решение будет принимать сотрудник предприятия-покупателя, и предприятие-продавец должно наглядно продемонстрировать преимущества своего товара, используя, в том числе, входные данные потребителя. Только обеспечив достойное качество товара, приемлемую с точки зрения потребителя цену, качественное сервисное обслуживание и другие факторы, влияющие на отношение потребителя к продукции изготовителя и формирующие его цену потребления товара, можно добиться лояльности клиентов.

Литература

1. Райхельд, Фредерик Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Фредерик Ф. Райхельд, Томас Тил.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. - 384 с.

УДК 339.137

ПРОЦЕСС ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

студент гр. 103222 Демяшкевич В.А.

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Плясунков А.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Процесс планирования бюджета является одним из наиболее важных процессов на предприятии. В ходе выполнения этого процесса, кроме планирования распределения ресурсов решаются такие задачи как:

- 1) планирование финансовых результатов компании;
- 2) определение величин набора финансовых показателей, по

которым будет определяться эффективность работы управляющих разного уровня на предстоящий плановый период;

- 3) приоритезация направлений развития компании;
- 4) выявления возможного дефицита финансирования деятельности компании и разработка вариантов его устранения;
- 5) анализ обоснованности локальных бюджетов по центрам ответственности;

Отлаженный процесс планирования бюджета дает возможность достигать такие цели как:

- 1) эффективное распределение ресурсов компании;
- 2) определение направлений сокращения планируемых затрат;
- 3) планирование доходной части бюджета дает возможность определить поведение компании на рынке в части ценовой политики, работу маркетинговой службы и т.д., чтобы обеспечить достижение запланированных финансовых результатов;

Проблемы, возникающие в ходе процесса планирования бюджета и, в следствие, влияющие на его качество, могут быть разнообразными. Например, к ним может относиться отсутствие четких сфер ответственности среди управлений компании, низкое качество входных данных, отсутствие унифицированных методик планирования в разрезе центров ответственности, отсутствие у менеджеров понимания целей планирования бюджета и т.д.

Результатом отлаженного процесса планирования бюджета будут данные высокого качества, используемые высшим руководством для принятия стратегических и оперативных управленческих решений; ориентиры для эффективного управления финансовыми потоками компании; потенциал сокращения затрат в каждом центре ответственности и т.п.

Планирование бюджета предприятия дает возможность определить потребность в ресурсах на предстоящий период, спрогнозировать финансовые результаты, и определить соответствие имеющихся ресурсов поставленным целям развития предприятия. Таким образом, процесс планирования бюджета является важной составляющей в осуществлении сбалансированной деятельности компании.