

# Budsjett & prognose



Lær hva et budsjett og prognose er, og hvordan du setter opp et pålitelig budsjett eller prognose for noe.

# Innhold

Innhold.....	1
Brukervilkår (terms of use).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Budsjettering.....	6
Hva er forskjellen mellom en prognose og et budsjett ? .....	6
Fremskrivning.....	7
Hvorfor budsjettere? .....	7
Budsjettets formål .....	8
Plan for hele virksomheten. ....	8
Sammenligningsgrunnlag. ....	9
Samordning. ....	9
Delegering/autorisasjon.....	9
Prioritering. ....	10
Motivasjon. ....	10
Forutsetninger for budsjettering .....	11
Kritikk av budsjettet.....	12
Budsjettmetodikk.....	16
Build - up metoden.....	16
Break - down metoden .....	16
Kombinasjon av build-up og break down metoden.....	17
Starte med blanke ark .....	17
Inkrementell budsjettering .....	17
Resultatorienterte budsjetter .....	18
Beyond budgeting .....	18
Årsbudsjett .....	19
Rullende budsjettering.....	19
Budsjettering horisont .....	20
Budsjetteringsmodell.....	21
Usikkerhet ved budsjettering.....	21
Steg 1: Budsjettering av driftsinntektene.....	22
Steg 2 Budsjettering av netto driftseiendelene.....	22
Steg 3: Budsjettering av netto driftsresultat.....	22
Steg 4: Netto finansiell gjeld .....	23
Finansiell gjeld .....	23
Finansielle eiendeler.....	23
Steg 5: Netto finanskostnad .....	23
Netto finanskostnad .....	24
Netto finansinntekt .....	24
Steg 6: Minoritetsinteresser.....	24
Steg 7: Netto minoritetsresultat.....	24
Fremskrivning etter budsjett horisonten.....	25
Fremskrivning av avkastningskrav .....	25
Utbytteskatt.....	25
Netto finansielt gjeldskrav .....	26
Minoritetskravet.....	26
Activity-Based Budgeting (ABB) & Beyond Budgeting (BB).....	26
Activity-Based Budgeting.....	26
Beyond Budgeting .....	28

Budsjettyper .....	29
Finansbudsjetter .....	30
Totalbudsjettene.....	30
Driftsbudsjettet .....	31
Salgsbudsjettet .....	33
Salgsbudsjettets oppbygning og krav.....	34
Knytt salgsbudsjettet opp mot kundelojalitetstigen.....	36
Eksisterende vs. nye kunder .....	37
Eksisterende kunder/eksisterende produkter .....	38
Kundelojalitet .....	39
Kjøpefrekvens og gjennomsnittlig omsetning. ....	40
Eksisterende kunder/nye produkter .....	42
Nye kunder .....	43
ABC - analyse.....	45
Markeds- og reklamebudsjettering .....	53
Metoder for markeds- og reklamebudsjettering .....	53
Kontrollrettede metoder .....	54
Prosent av salget.....	54
Fast beløp pr.solgt (evt. produsert) enhet.....	54
Konstant beløp metoden .....	55
Sammenligningsmetoden.....	55
Alt hva man har råd til.....	55
Konklusjon.....	56
Målrettede metoder.....	56
Reultatplanleggingsmetoden: .....	56
Målsetningsmetoden .....	56
Reklamebudsjettet .....	57
Reklamebudsjettet fordelt på produkter/merker .....	59
Relativ andel av budsjettet .....	60
Konkurrentens innsats .....	60
Dekningsbidrag/fortjeneste .....	60
Fordeling mellom etablerte og nye produkter .....	61
Reklamebudsjettet fordelt på medier .....	61
Reklamebudsjettet fordelt på distriker/segmenter .....	62
Reklamebudsjettet fordelt etter perioder .....	63
Budsjettkontroll .....	64
Rapportering .....	64
Prognosering .....	66
Arbeidsmodell for prognosen .....	68
Hvordan estimere etterspørselen?.....	68
Hvordan beregne potensialet og motivasjonen? .....	72
Motiv.....	72
Indre drivkrefter (Drifter og homostasens betydning).....	74
Ytre drivkrefter (Gruppepress og incitamenter).....	77
Prognose metoder for beregning av potensiale .....	80
Kvantitative prognosemetoder .....	82
Trender og trendforlengelse (kurvefremskrivning).....	82
Metoder for trendforlengelse og kurvefremskrivning .....	83
Beregninger og trendforlengelse .....	87
END -USE analyse.....	88

Kvalitative prognosemetoder.....	90
Salgsapparatets og forhandlernes vurderinger.....	90
Analyse av kjøpsplaner .....	91
Analogmetoden.....	91
DELPHI – metoden.....	91
Scenario .....	93

# **Brukervilkår (terms of use)**

Dette er en e-bok som består av ulike artikkelserier hentet fra: <http://eStudie.no>

**E-boken er lastet ned for personlig bruk.** Det er ikke lov til å kopiere innholdet eller spre det til andre uten skriftlig samtykke på forhånd. Andre kan laste ned sin egen personlig e-bok ved å gå til <http://eStudie.no>.

Ønsker du å bruke artikkelserien som en del av et undervisningsopplegg kan du inngå en klasse- eller partneravtale som gir deg muligheten til å distribuere kopier til alle dine elever og kursdeltakere til en redusert pris. Send i såfall en forespørsel til [redaksjonen@eStudie.no](mailto:redaksjonen@eStudie.no).