
Управленческая экономика

**ТЕМА 3. ПРОДОЛЖЕНИЕ. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ
СПРОСА**

**ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В
КРАТКОСРОЧНОМ И ДОЛГОСРОЧНОМ ПЕРИОДАХ**

ИЕРАРХИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОГНОЗОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Прогнозы ВВП, которые описывают общий объем произведенных товаров и услуг в стране.
- Прогнозы компонентой ВВП, например потребительских расходов, расходов производителей на оборудование длительного пользования и жилые здания.
- Отраслевые прогнозы
- Прогнозы продаж конкретных товаров

ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГНОЗАМ

- Прогноз должен соответствовать другим аспектам бизнеса, например прогнозирование роста продаж на 10% должно гарантировать наличие необходимых производственных возможностей и рабочей силы для создания этого роста.
- Прогноз должен быть основан на знаниях, полученных в прошлом. Однако когда базовые условия значительно меняются, прошлый опыт может оказаться бесполезным при составлении прогноза. Более того, иногда прошлого, на котором можно было бы основываться, просто не существует. Это происходит, когда мы имеем дело с новым товаром или технологией. При таких условиях процесс прогнозирования должен включать в себя мнение аналитиков. В некоторых случаях для формулировки прогноза или сценария на будущее используются прогнозы, основывающиеся только на мнении экспертов.
- Прогнозы должны учитывать экономические и политические условия, а также любые потенциальные изменения.
- Прогноз должен быть своевременным. Работа на основе точного, но запоздалого прогноза может быть бесполезной,

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРОЦЕСС ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

- 1. Суть прогноза. Что мы пытаемся спрогнозировать — продолжительность исторической модели, продолжительность основной зависимости или переломный момент?
- 2. Взаимосвязь ситуации и характеристик доступных методов прогнозирования. Менеджер должен принимать решения, основываясь на соотношении цены и качества. Если для достижения желаемого результата может быть использован менее дорогостоящий метод, именно его и следует использовать.
- 3. Доступный объем данных за прошедшие периоды.
- 4. Время, отпущенное на составление прогноза. Выбор определенного метода может зависеть от срочности ситуации.

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

- 1) экспертное мнение;
- 2) опросы общественного мнения и исследования рынка;
- 3) исследование планируемых затрат;
- 4) экономические показатели;
- 5) планирование;
- 6) эконометрические модели.

КЛАССИФИКАЦИЯ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

- Количественные методы могут быть простыми или причинными (объяснительными). При простом прогнозировании данные за прошлые периоды проецируются в будущее без объяснения будущих тенденций. Причинное, или объяснительное, прогнозирование пытается объяснить функциональные различия между оцениваемой переменной (зависимая переменная) и переменной или переменными, которые отвечают за изменения (независимые переменные).

НАИБОЛЕЕ ИЗВЕСТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НАМЕРЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- а) опрос потребителей Survey Research Center, University of Michigan. (С 1946 г.) проводится ежемесячно. вопросы обобщаются в общий индекс чувствительности потребителей и множество других индексов, отражающих ответы на более детальные вопросы;
- б) исследование доверия потребителей The Conference Board. Анкеты рассылаются ежемесячно в 5 тыс. семей по всей стране. Каждый месяц выбирается разная группа семей. Итоговый индекс основывается на ответах на вопросы, касающиеся ситуации в бизнесе (текущей и на шесть месяцев вперед), ситуации с трудоустройством (текущей и на шесть месяцев вперед) и ожиданий относительно семейного дохода на шесть месяцев вперед. Ответы ежемесячно обобщаются в три индекса: Consumer Confidence Index (Индекс доверия потребителей), Present Situation Index (Индекс текущей ситуации) и Expectations Index (Индекс ожиданий). Данные исследования публикуются начиная с 1967 г.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ

- Барометрический метод экономических показателей специально предназначен для предупреждения бизнеса об изменении экономической ситуации.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ БАРОМЕТРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

- Ведущие показатели
- 1. Среднее число часов, производство
- 2. Первые требования пособия от безработицы
- 3. Новые заказы у производителей потребительских товаров и материалов
- 4. Деятельность продавца, индекс увеличения сроков поставки
- 5. Новые заказы у производителей, капитальное имущество, не связанное с обороной
- 6. Разрешения на строительство, новые частные жилищные единицы
- 7. Курсы акций, 500 корпораций
- 8. Денежная масса,
- 9. Ставки процента, включая облигации казначейства
- 10. Индекс ожидания потребителей

СОПУТСТВУЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- 1. Несельскохозяйственные работники
- 2. Личный доход за вычетом перечислений
- 3. Промышленное производство
- 4. Продажи производителей и торговцев

ЗАПАЗДЫВАЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

- 1. Средняя продолжительность безработицы (недели)
- 2. Отношение промышленных и торговых материально-производственных запасов к продажам
- 3. Изменение затрат на оплату труда за единицу продукции, производство (%)
- 4. Средняя базисная ставка, устанавливаемая банками
- 5. Коммерческие и промышленные непогашенные ссуды
- 6. Отношение непогашенного потребительского кредита в рассрочку к личному доходу
- 7. Изменение индекса потребительских цен на услуги

ТРИ МЕТОДА ПРОЕЦИРОВАНИЯ:

- 1) темп роста в сложных процентах;
- 2) визуальное проецирование временного ряда;
- 3) проецирование временного ряда с использованием метода наименьших квадратов.

ФОРМИРОВАНИЕ ТРЕНДОВ

- 1. Тренд. Это направление изменения данных за относительно долгий период времени (как снижение, так и увеличение значений).
- 2. Циклические изменения. Это отклонение от тренда вследствие общих экономических условий. Например, в ходе наблюдения данных ВВП будет очевиден тренд прироста в долгосрочном периоде. Также будут заметны изменения данных вокруг тренда, когда экономика будет демонстрировать более быстрый или медленный рост (или спад).
- 3. Сезонные изменения. Ежегодная манера изменения, которая характеризует многие товары.
- 4. Неравномерность. Отклонения от нормы могут быть вызваны особыми событиями, или могут отражать «беспорядочность» данных. Они происходят случайно, и поэтому их нельзя предсказать.

ВРЕМЕННЫЕ РЯДЫ

- данные по временному ряду могут быть представлены следующим математическим выражением:

$$Y_t = T_t + C_t + S_t + R_t$$

- где Y_t — текущее значение во временном ряду в период времени t ;
- T_t — трендовый компонент в момент времени t ,
- C_t — циклический компонент в момент времени t
- S_t - сезонный компонент в момент времени t ;
- R_t — случайный компонент в момент времени t .

ПРИЧИННОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

- Причинное (объяснительное прогнозирование): количественный метод прогнозирования, в котором предпринимается попытка раскрытия функциональных зависимостей между независимыми переменными и зависимой переменной.
- Проекция сложного темпа роста: прогнозирование за счет проектирования среднего темпа роста в прошлом на будущее.
- Метод Delphi: форма прогнозирования с использованием экспертных мнений, в которой используется набор письменных ответов и вопросов для получения прогноза. Этот метод чаще всего используется при прогнозировании технологических тенденций.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ - РЕЗЮМЕ

- Модель эконометрического прогнозирования: количественный, причинный метод, в котором ряд независимых переменных используется для объяснения прогнозируемой зависимой переменной. При эконометрическом прогнозировании используются модели с одним и несколькими уравнениями.
- Экономические показатели: барометрический метод прогнозирования, в котором из экономических данных формируются индексы, отражающие состояние экономики. Индексы ведущих, сопутствующих и отстающих показателей используются для прогнозирования изменений экономической активности.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ - РЕЗЮМЕ

- Экспоненциальное скольжение: скользящий метод прогнозирования, в котором большая значимость приписывается более свежим данным в отличие от более удаленных по времени данных.
- Жюри из мнений руководителей: прогноз, формируемый экспертами (например, руководителями корпорации) в ходе их собраний. Опрос мнений продавцов, которые каждый день связаны с рынком, представляет собой похожий метод.
- Метод скользящего среднего: метод скольжения, который сглаживает сезонные колебания.
- Простое прогнозирование: количественное прогнозирование, которое проецирует данные за прошлые периоды, не объясняя причин возникновения будущих тенденций.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ - РЕЗЮМЕ

- Опросы общественного мнения: метод прогнозирования, в котором проводится опрос населения для выявления тенденций потребления.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ - РЕЗЮМЕ

- Качественное прогнозирование: прогнозирование на основе суждений отдельных людей или групп. Также называется прогнозированием на основе суждений.
- Количественное прогнозирование: прогнозирование, в котором исследуются и принимаются за основу будущих трендов данные за прошлые периоды.
- Исследования планируемых затрат: проверка экономических трендов, таких как мнение потребителей и производственные запасы.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ - РЕЗЮМЕ

- Прогнозирование на основе временных данных: метод прогнозирования на основе данных за прошлые периоды с использованием статистического метода наименьших квадратов. В ходе этого анализа обычно изучаются тренды, циклические сезонные колебания, а также нерегулярные изменения.
- Проецирование тренда: форма простого прогнозирования, в ходе которого осуществляется проецирование трендов на основе данных за прошлые периоды. Для проецирования тренда, как правило, используются сложные темпы роста, визуальные временные ряды или метод наименьших квадратов.

ТИПЫ КОНКУРЕНЦИИ

| Число продавцов | Существование предпочтений | |
|---------------------------------|----------------------------|--|
| | Однородный рынок | Неоднородный рынок |
| Много | Совершенная конкуренция | Монополистическая конкуренция |
| Мало | Олигополия | Дифференцированная олигополия |
| Два | Дуополия | Дифференцированная дуополия |
| Один крупный + несколько мелких | Частичная монополия | Дифференцированная частичная монополия |
| Один | Монополия | |

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ

- Под **конкурентоспособностью хозяйственной системы** понимается интегральная характеристика способности системы конкурировать с другими хозяйственными системами в пределах целевого конкурентного пространства.
- При этом под **целевым конкурентным пространством** понимается территориальное, экономическое или информационное пространство, характеризующееся совокупностью ограниченных ресурсов, являющихся объектом конкурентной борьбы между хозяйствующими субъектами. В качестве **объектов** конкуренции могут выступать финансовые, территориальные, материальные, интеллектуальные, человеческие и прочие ресурсы

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

- При сравнении данного предприятия с предприятиями-конкурентами необходимо учитывать различные категории конкурентов:
- прямых конкурентов (производящих такую же продукцию);
- косвенных конкурентов (производящих товары-заменители);
- потенциальных конкурентов (производящих товары или услуги, позволяющие удовлетворить данную потребность другим способом), которые могут относиться к различным отраслям или сферам деятельности

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Выбор тех или иных видов конкурентов для исследуемого предприятия зависит от целей и задач исследователя, что, в свою очередь, приводит к использованию в качестве базы для сравнения
 - либо различных видов товаров (базовый товар; товар-заменитель; услуга, позволяющая удовлетворить данную потребность другим способом);
 - либо различных отраслей, имеющих специфику развития конкуренции и рыночных отношений.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

- На понятие «конкурентоспособность предприятия» оказывает влияние и тот факт, что само предприятие может выступать как:
 - товар, имеющий рыночную стоимость на фондовых рынках (курс акций, рыночная стоимость бизнеса);
 - товар, имеющий инвестиционную стоимость на рынке капиталов (стоимость инвестиций в существующий бизнес и его диверсификацию).

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Различие требований, предъявляемых к предприятию субъектами рынка: потребителями, конкурентами, инвесторами, структурами управления более высокого уровня (отрасль, регион, кластер, государство), меняет и перечень показателей, используемых для оценки уровня конкурентоспособности

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛИ

- ▣ **Конкурентоспособность отрасли.** Исследования конкурентоспособности отрасли, как правило, базируются на определении М. Портера, который ориентируется на выделении критериев оценки уровня конкурентоспособности в системе мировой экономики. В связи с отсутствием четкого понятия довольно часто за конкурентоспособные отрасли выдают либо «отрасли специализации» (в том числе международной), либо «доминирующие отрасли» (занимающие высокий удельный вес в структуре экономики)

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОТРАСЛИ

- Одна и та же продукция отрасли может иметь разный уровень конкурентоспособности в той или иной стране в зависимости от решаемых функциональных задач. Так, продукция машиностроения России на рынках Западной Европы, США, Японии не всегда является конкурентоспособной, а в Латинской Америке, Южной Африке является конкурентоспособной в связи с тем, что оценка производится по разным группам критериев. Для Латинской Америки, Южной Африки конкурентоспособность машиностроительной продукции (технология) определяется параметрами простоты эксплуатации, позволяющей применять низкоквалифицированную, дешевую рабочую силу.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНА

- чаще всего конкурентоспособность региона рассматривают «... как способность создавать условия на внутренних и внешних рынках» или «... продуктивность (производительность) использования ресурсов»
- из всех видов региональных ресурсов (потенциалов), обеспечивающих экономический рост, наибольшее значение для уровня конкурентоспособности региона в соответствии с тенденциями развития мировой экономики (гиперконкуренции) имеют инновационные, интеллектуальные и инвестиционные ресурсы;
- наличие и уровень использования имеющихся региональных ресурсов, наличие способности к росту динамики макроэкономических показателей, а именно способности к наращиванию региональных потенциалов на основе наукоемких, высокотехнологичных производств и производств с высокой добавленной стоимостью;
- скорость наращивания региональных потенциалов должна обеспечивать устойчивые темпы роста ВРП и качество жизни населения на уровне мировых значений.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОСУДАРСТВА

- ▣ **Конкурентоспособность государства.** Сравнительный анализ понятий конкурентоспособности государства и существующих методик оценки уровня конкурентоспособности позволяет сделать следующие выводы:
- ▣ - понятие конкурентоспособности государства имеет как достаточно широкое толкование («...степень возможности страны при условиях свободного и справедливого рынка производить товары и услуги...» — Комиссия по промышленной конкурентоспособности при Президенте США), так и достаточное узкое толкование, увязанное либо только с одним блоком параметров («...экономическая возможность расплачиваться за полученные средства» — Всемирный банк развития), либо с одним параметром («... это производительность» — М. Портер, профессор Гарвардской школы бизнеса);
- ▣ показатели оценки «конкурентоспособности страны» чаще всего не имеют идентичной базы для сравнения и используются авторами произвольно, например, при отсутствии исходных данных по странам за данный год используются данные более раннего периода [16];
- ▣ в качестве критериев для сравнения некоторых показателей используются экспертные оценки, что снижает степень объективности.

ФАКТОРЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

- Усилители эффективности
- 5. Высшее и дополнительное образование
- 6. Эффективность товарных рынков
- 7. Эффективность рынка труда
- 8. Развитость финансовых рынков
- 9. Технологическая восприимчивость
- 10. Размер рынка

Ключ для инновационной экономики

- Инновационные и развивающие факторы
- 11. Развитость бизнеса
- 12. Инновации

Ключ для экономики, основанной на эффективности

Ключ для экономики, основанной на факторах

- Базовые условия
- 1. Институты
- 2. Инфраструктура
- 3. Макроэкономическая стабильность
- 4. Здоровоохранение и начальное образование

Место Российской Федерации в Глобальном рейтинге конкурентоспособности по версии Всемирного экономического форума [1,2]

| годы | Место РФ в рейтинге GCR по среднему индексу | Место РФ в рейтинге GCR по базовым условиям | Место РФ в рейтинге GCR по усилителям эффективности | Место РФ в рейтинге GCR по инновационным факторам |
|-----------|---|---|---|---|
| 2008-2009 | 51 | 56 | 50 | 73 |
| 2009-2010 | 63 | 64 | 52 | 73 |

•Schwab K. . The Global Competitiveness Report 2009-2010. Geneva, Switzerland, 2009

•Schwab K., Porter M.E. The Global Competitiveness Report 2008-2009. Geneva, Switzerland, 2008

Рейтинг России по готовности бизнеса к ИННОВАЦИЯМ

| фактор | Ранг (среди 133 стран) | Соответствие стадии развития (Р – ресурсная, И- инвестиционная, П – переходная к инновационной) |
|---------------------------------------|------------------------|---|
| Качество местных поставщиков | 102 | Р |
| Количество местных поставщиков | 110 | Р |
| Уровень развития кластеров | 90 | Р |
| Природа конкурентных преимуществ | 103 | Р |
| Длина цепочки создания стоимости | 92 | Р |
| Контроль международной торговли | 85 | Р |
| Качество производственного процесса | 76 | Р |
| Объем рынка | 89 | Р |
| Готовность к делегированию полномочий | 99 | Р |

Рейтинг России по факторам инновационного развития

| фактор | Ранг (среди 133 стран) | Соответствие стадии развития (Р – ресурсная, И- инвестиционная , П – переходная к инновационной |
|---|---------------------------------|--|
| Инновационная «емкость» | 42 | П |
| Качество научно-исследовательских институтов | 42 | П |
| Затраты компаний на НИОКР | 46 | П |
| Сотрудничество университетов и бизнеса | 48 | П |
| Государственные закупки высокотехнологичной продукции | 69 | Р |
| Наличие и пригодность ученых и инженеров | 44 | П |

ТИПЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

- Базовое понятие (конкурентоспособность продукции) и базовый уровень (конкурентоспособность предприятия);
- Конкурентоспособность носителей технологии — макротехнологии производства продукции (конкурентоспособность отрасли, кластера) и конкурентоспособность носителей ресурсов или нормативно-правовых условий формирования конкурентной среды (конкурентоспособность государства (региона)).

Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка

| Уровень иерархии | Понятие конкурентоспособности |
|--------------------------------|---|
| Конкурентоспособность страны | Способность страны производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых рынков, и создавать условия наращивания государственных ресурсов со скоростью, позволяющей обеспечивать устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения на уровне мировых значений |
| Конкурентоспособность региона | Способность региона производить товары и услуги, отвечающие требованиям внутренних и мировых рынков, создавать условия наращивания региональных ресурсов для обеспечения роста потенциала конкурентоспособности субъектов хозяйствования со скоростью, обеспечивающей устойчивые темпы роста ВВП и качество жизни населения региона на уровне мировых значений |
| Конкурентоспособность отрасли | Способность отрасли производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности предприятий отрасли на основе базовых макротехнологий (организация производств с высокой добавленной стоимостью, с высоким уровнем глубины переработки, с высоким научно-техническим потенциалом) |
| Конкурентоспособность кластера | Способность использовать потенциал макротехнологий для получения мультипликативных эффектов на всех уровнях вертикальной интеграции производства товаров и услуг, отвечающих требованиям мировых и внутренних рынков, и наращивания конкурентных преимуществ за счет лидерства в технологиях производства, оптимизации форм организации и управления сбытом как базового условия потенциального роста конкурентоспособности |

ВИДЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

- Конкурентоспособность предприятия
- *Для потребителей* — способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров.
-
- *Для конкурентов* — способность производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности.
-
- *Для инвесторов* — способность использовать ресурсы предприятия для динамичного развития и расширения рынков сбыта, увеличения рыночной стоимости предприятия.
-
- *Для субъектов рынка* — партнеров (отрасль, регион, кластер, государство) — способность производить конкурентную продукцию и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности на основе инновационных факторов роста