

## БИЗНЕС-ПРОГНОЗИРОВАНИЕ

Маркарян А.О.

*Научный руководитель – Филиченко А.Е.*

Множество предприятий, малых или крупных, частных или государственных, явно или неявно используют прогнозы, которые необходимы в маркетинге, подборе кадров, финансировании и различных производственных областях.

Прогнозисты – это специалисты, которые могут словить тренд, сделать прогноз по развитию компании, будущих изменений рынка на основе какой-либо информации, мировой статистики. Во многих компаниях начинают появляться специалисты, которые предугадывают изменения потребительского спроса, создаются группы для анализа и проектирования изменений в отрасли.

Уменьшение уровня неопределенности, в пределах которого менеджер должен принимать решения, является целью создания прогноза.

**Методы прогнозирования** различаются:

- по горизонту прогноза: краткосрочные (в пределах нескольких месяцев или года), среднесрочные (несколько лет) и долгосрочные (более пяти лет);

- по типу прогнозирования: эвристические (используют личные данные, мнения и оценки), поисковые (проектируют прошлые тенденции в будущее, учитывая изменчивость явлений и различные варианты их развития) и нормативные (в соответствии с заранее установленными целями и задачами, проводится оценка тенденций);

- по степени вероятности событий: варианты (подразумевают стохастический характер будущего и представляют несколько сценариев формирования событий) и инвариантные (представляется единственный сценарий);

- по способу представления результатов: точечные (предсказывается строгое значение показателя) и интервальные (предсказывается ряд наиболее допустимых значений);

- по степени однородности: простые и комплексные (содержат в себе несколько хорошо сочетаемых простых методов);

- по характеру базовой информации: фактографические (базируются на имеющихся данных о динамике прогресса явления или объекта), экспертные (индивидуальные и коллективные, зависят от количества экспертов) и комбинированные (использующие разнообразную информацию).

**Методы прогноза** группируются по разным критериям. Наиболее известным является разница между количественными и качественными методами. *Количественные методы прогноза* – оценка будущего на

базе прошлых данных, с использованием статистических и математических приемов. К нему относятся:

- *Экстраполяция тренда* – построение данного временного ряда в будущее. (Развитие сбыта или прибыли для определенного промежутка времени)

- *Прогнозы на основе индикаторов* – оценка прогресса, который почти не зависит от предпринимателя, основывающегося на одной или нескольких предпосылках. (Оценка поступления заказов на основе анализа инвестиционного климата и поступления заказов в отраслях, потребляющих продукцию)

*Качественные методы прогноза* – оценка, словесное построение будущего с помощью человеческих навыков и интуиции. К нему относят:

- *Дельфи-метод* – вид опроса экспертов, при котором их анонимные ответы накапливаются в течение нескольких туров и с помощью ознакомления промежуточными результатами получают общую оценку интересующего процесса. (Производство, сбыт отрасли при разнообразных величинах влияющих факторов, к примеру, продвижение международного разделения труда, изменение общественных норм поведения).

- *Сценарий* – модель будущего, в которой описывается возможный ход событий с указанием вероятностей их реализации. (Исследования типа: будущее коммуникационной техники, будущее космических исследований).

Прогнозы, которые были созданы в рамках фирмы, должны быть поняты и оценены ее руководством в определенной степени, позволяющей результативно использовать эти прогнозы в управлении фирмой.

С помощью планирования, прогнозирования и анализа продаж компания, имея четкие цели, сможет эффективно достигать их.

#### *Литература:*

1. Кундышева Е.С. Экономико-математическое моделирование.-М.: ИТК «Дашков и К», 2010. - 424 с.

2. Артур Дж.Райтли. Зачем вам нужно бизнес-прогнозирование.- URL: <http://www.elitarium.ru/2004/08e.html>