

Прогнозирование как одна из важнейших функций предприятия

Жук А. А.¹, Дидык Н. А.², Дышловой И. Н.³

¹Жук Александр Александрович / Zhuk Aleksandr Aleksandrovich - студент;

²Дидык Нина Александровна / Didyk Nina Aleksandrovna – студент;

³Дышловой Игорь Николаевич/ Dyshlovoiy Igor Nikolaevich - доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента,

Институт экономики и управления

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь

Аннотация: в наше время одной из важнейших функций операционного менеджмента является прогнозирование. Оно позволяет предвидеть будущие события, возможные изменения и риски, также найти возможные пути развития организации. В данной статье описаны цели, виды прогноза для планирования операций будущего и виды общих подходов к прогнозированию.

Ключевые слова: прогнозирование, проецирование, тенденция, спрос, эффективность, конкурентоспособность, риск.

Введение. Прогнозирование – это функция, которая основана на предсказывании будущих событий, а ее результатом является прогноз, как некоторое утверждение относительно будущего периода. Обычно, прогнозирование включает в себя выбор определенного события, изучение его истории и проецирование ее в будущее, используя математическую модель, построенную с применением количественных и качественных методов. При прогнозировании необходимо выделять тенденции и противоречия будущего. Следует отметить, что прогнозы, которые являются точными для одной фирмы в определенных условиях, могут быть разрушительными для другой фирмы. В принципе, прогнозы не сбываются полностью, они редко идеальны, поэтому при прогнозировании важно учесть, как можно больше нюансов.

Прогнозирование является дорогостоящим процессом, требующим большого количества времени для подготовки информации и мониторинга действительности [1, с. 3].

Обычно, в производственной системе в качестве ключевого события для осуществления прогнозирования берется величина спроса или величина продажи, которые по своей природе являются случайными. В большинстве организаций ответственными за прогнозирование спроса являются отдел маркетинга и отдел сбыта [2, с. 15]. Эффективное краткосрочное и долгосрочное прогнозирование будет зависеть от качества изучения спроса на продукты и услуги компании.

Для операционных менеджеров главным вкладом в эффективность принятых решений является прогноз.

Цель и задачи исследования. На любом предприятии процесс управления представляет собой разработку управленческих решений и их реализацию. От эффективности этих решений зависит успех всего предприятия. Для осуществления главной задачи прогнозирования необходимо учесть разнообразные и многочисленные факторы внешней и внутренней среды, выбрать главные среди них и предвидеть возможные изменения в их взаимовлиянии. Это позволит повысить эффективность работы предприятия, его конкурентоспособность, а также избежать возможных рисков [3, с. 27].

Результаты исследования. Объектом прогноза выступают наиболее существенные параметры управленческой деятельности или будущих процессов. Существуют три основных вида прогноза для планирования операций будущего:

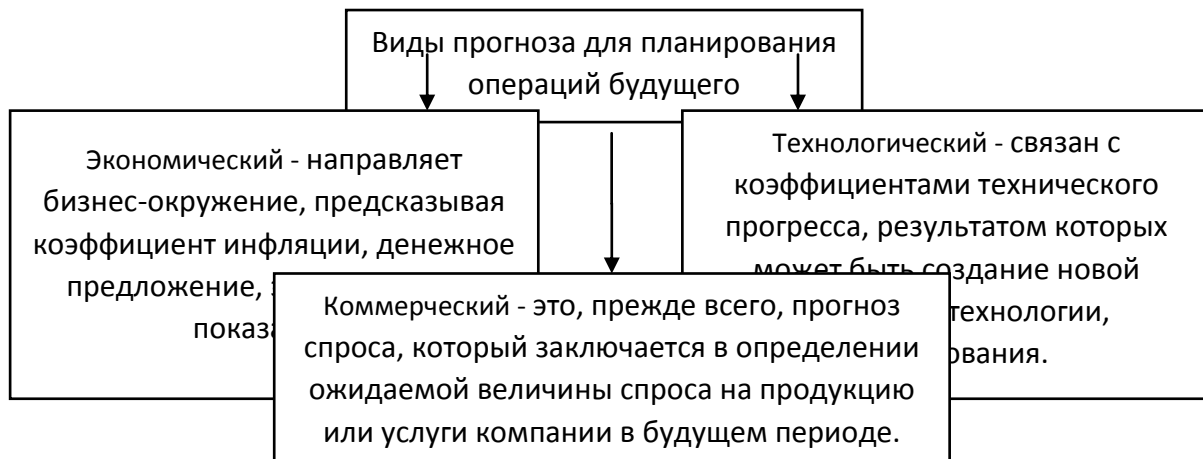


Рис. 1. Виды прогнозирования для планирования операций будущего

Также существуют общие подходы к прогнозированию и они подразделяются на качественный и количественный прогноз [5, с. 12].

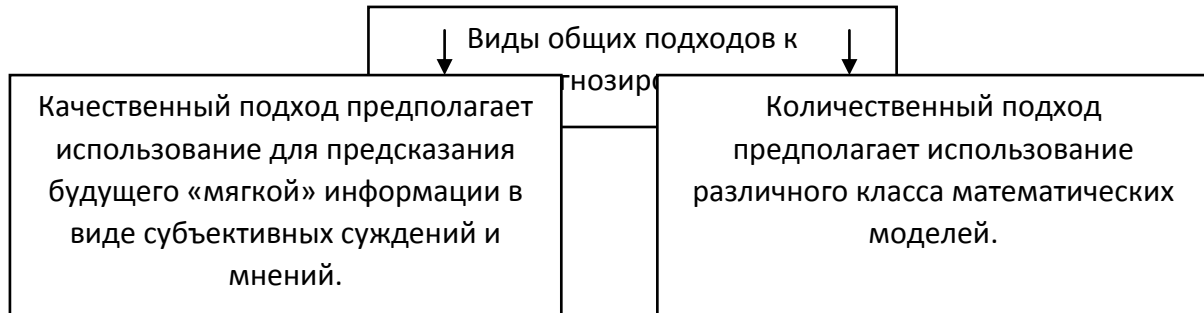


Рис. 2. Виды общих подходов к прогнозированию

Временные горизонты прогнозирования. Прогнозы обычно классифицируются по будущим временным горизонтам, которые они описывают. Три категории, полезные для операции менеджеров:

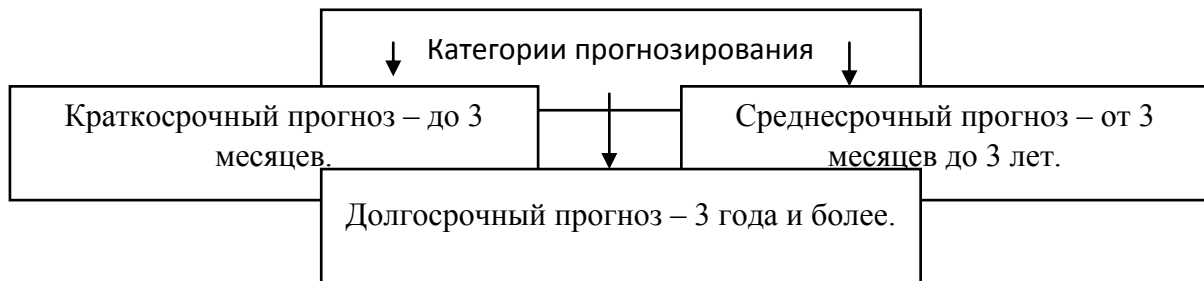


Рис. 3. Категории прогнозирования

Краткосрочный - используется для планирования закупки, расписания работы, уровня рабочей силы, распределения работ и производственного уровня.

Среднесрочный - используется в планировании продаж, производственном планировании и бюджетировании, анализе различных производственных планов.

Долгосрочный прогноз - используется в планировании новой продукции, капитальных затрат, места расположения и протяжения оборудования, исследования и развития [4, с. 84].

Вывод. Одним из важных факторов на предприятии является прогнозирование. От того, насколько прогнозирование будет точным и своевременным, а также соответствовать поставленным проблемам, будут зависеть, в конечном счете, прибыли, получаемые предприятием.

Для улучшения качества прогноза необходимо улучшить качество информации, необходимой при его разработке. Эта информация, в первую очередь, должна обладать такими свойствами, как достоверность, полнота, своевременность и точность.

Литература

1. Луцикова А. П. Планирование на предприятии: Учебное пособие. Прокопьевск: Филиал ГУ КузГТ, 2008. 102 с.
2. Абчук В. А. Прогнозирование в бизнесе, менеджменте и маркетинге. Издательство Михайлова В. А., 2012. 87 с.
3. Литвак Б. Г. Управленческие решения. Москва ЭКМОС, 1998.
4. Лескова Н. А. Прогноз развития мировой экономики // Бюллетень иностранной коммерческой информации, 1995. № 145.
5. Цыгичко В. К. Основы прогнозирования систем. М.: Финансы и статистика, 1986.