

PREDVIDEVANJE V PODJETJU

PREDVIDEVANJE JE OCENJEVANJE ZUNANJIH (OBJEKTIVNIH) RAZMER ZA POSLOVANJE PODJETJA V DOLOČENEM PRIHODNJEM OBDOBJU.

VSEBINA PREDVIDEVANJA: KAJ SE LAHKO DOGODI ALI KAJ JE VERJETNEJE, DA SE BO DOGODILO UPOŠTEVAJE DOSEDANJE TRENDE, INERCIJO, PRIČAKOVANE STRUKTURNE PREMIKE IN DRUGE KAKOVOSTNE SPREMEMBE

PROJEKCIJE: SO OSREDNJA VSEBINA PREDVIDEVANJA V PODJETJU

BISTVO PREDVIDEVANJA PODJETJU

PREDVIDEVANJE GRADI NA PROJEKCIJAH, A DODAJA VPLIVE ZANEMARJENIH, LATENTNIH, NEKVANTITATIVNIH, STRUKTURNIH DEJAVNIKOV NA PRIHODNJI RAZVOJ POJAVA. PREDVIDEVANJE PRODAJE KOT OSNOVNA NAPOVEDOVANA SPREMENLJIVKA V PODJETJU: OCENJEVANJE MOŽNE PRODAJE (VREDNOSTNO ALI KOLIČINSKO) V DOLOČENEM PRIHODNJEM OBDOBJU NA OSNOVI ŽE V PRETEKLOSTI DANE PRODAJNE POLITIKE PODJETJA IN PREDPOSTAVK O DRUGIH ZUNANJIH VPLIVIH.

OSNOVNE ZNAČILNOSTI PREDVIDEVANJA

PREDVIDEVANJE NI ODKRIVANJE BODOČNOSTI
TOČKOVNA IN VERJETNOSTNA NARAVA
PROGNOZ

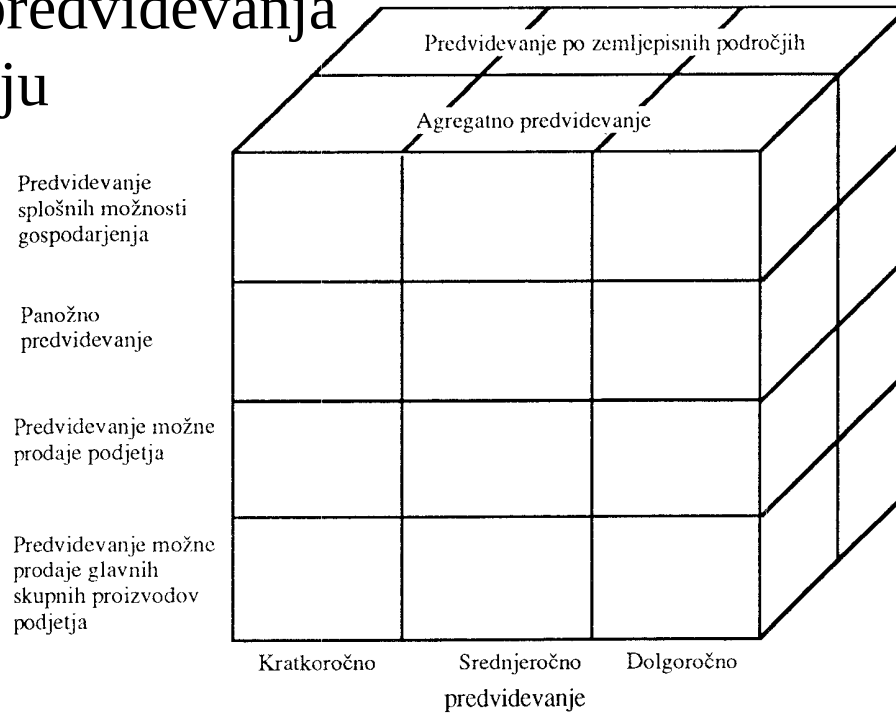
DVE OSNOVI PREDVIDEVANJA:

- NEKA TEORIJA
- EMPIRIČNI PODATKI

VRSTE PREDVIDEVANJA:

- PO RAVNI V GOSPODARSTVU: M, Pa, Po, Sk
- PO ČASU: KRATKO, SREDNJE, DOLGO
- PO OBSEGU: AGREGATNO, OBMOČNO

Model predvidevanja v podjetju



METODE PANOŽNEGA PREDVIDEVANJA

PANOŽNA PRODAJA KOT % BDP, %ND, % ODr, IDR.
ENOSTAVNI IN MULTIPLI REGRESIJSKI MODELI:

- Primer modela prognoziranja števila osebnih avtov na 1.000 prebivalcev v bivši SFRJ:

$$Z' = 13,813 ND - 98,11$$

- pri tem je determinacijski koeficient = 0,99

- Primer multiplega regresijskega modela za prodajo pohištva:

$$v' = 83,01 + 0,02151x_1 + 0,00136x_2 + 0,00246x_3 - 0,00344x_4 + 0,73614 x_5$$

- $R^2 = 0,955$

METODE PANOŽNEGA PREDVIDEVANJA- NADALJEVANJE 1

variable multiplega regresijskega modela:

- x_1 = obseg potrošniških posojil
- x_2 = prirast prebivalstva
- x_3 = število novih stanovanj
- x_4 = število sklenjenih zakonskih zvez
- x_5 = povprečni realni OD

INPUT - OUTPUT METODA

METODA TRENDNA

DRUGE METODE PREDVIDEVANJA

Metoda analogije: zgodovinska in mednarodna:

- primer predvidevanja števila osebnih avtomobilov

Predvidevanje s krivuljami rasti:

- Gompertzova krivulja
- Pearl-Readova logistična krivulja

Testiranje trga kot metoda predvidevanja

Narodni dohodek na prebivalca in število osebnih avtomobilov
Na 1.000 prebivalcev v Italiji in SFRJ v izbranih letih

Leto	Italija		SFRJ	
	ND/ preb. (USD)	Štev. oseb. avtom. /1000 prebivalcev	ND / preb. (USD)	Štev. oseb. avtom./1000 prebivalcev
•	1.590	200	611	43,0
•	1.999	228	694	54,0
•	2.482	256	1.125	71,7
1976	2.635	269	1.373	88,6

POSTOPEK IZDELOVANJA PODJETNIŠKE PROGNOZE PRODAJE

DOLOČITEV NAMENA UPORABE PROGNOZE

DOLOČITEV HOMOGENIH SKUPIN PROIZVODOV PODJETJA

IDENTIFIKACIJA DOLOČLJIVK PRODAJE VSAKE SKUPINE
PROIZVODOV

IZBIRA METODE PREDVIDEVANJA

ZBIRANJE RAZPOLOŽLJIVIH PODATKOV

ANALIZIRANJE PODATKOV

PREVERJANJE REZULTATOV ANALIZE

POSTAVITEV PREDPOSTAVK O UČINKIH NEMERLJIVIH
VPLIVOV

PERIODIČNO KONTROLIRANJE USTREZNOSTI PROGNOZE IN
PO POTREBI NJENO REVIDIRANJE

GLAVNE METODE PODJETNIŠKEGA PREDVIDEVANJA

METODA SUBJEKTIVNEGA OCENJEVANJA POSLOVODSTVA

METODA SESTAVLJANJA PROGNOZE NA OSNOVI MNENJ

PRODAJNEGA OSEBJA

METODA ANKETIRANJA NAKUPNIH NAMER ODJEMALCEV

ANALIZA ČASOVNIH VRST

REGRESIJSKA ANALIZA

SIMULACIJSKI OZ. EKONMETRIČNI MODELI

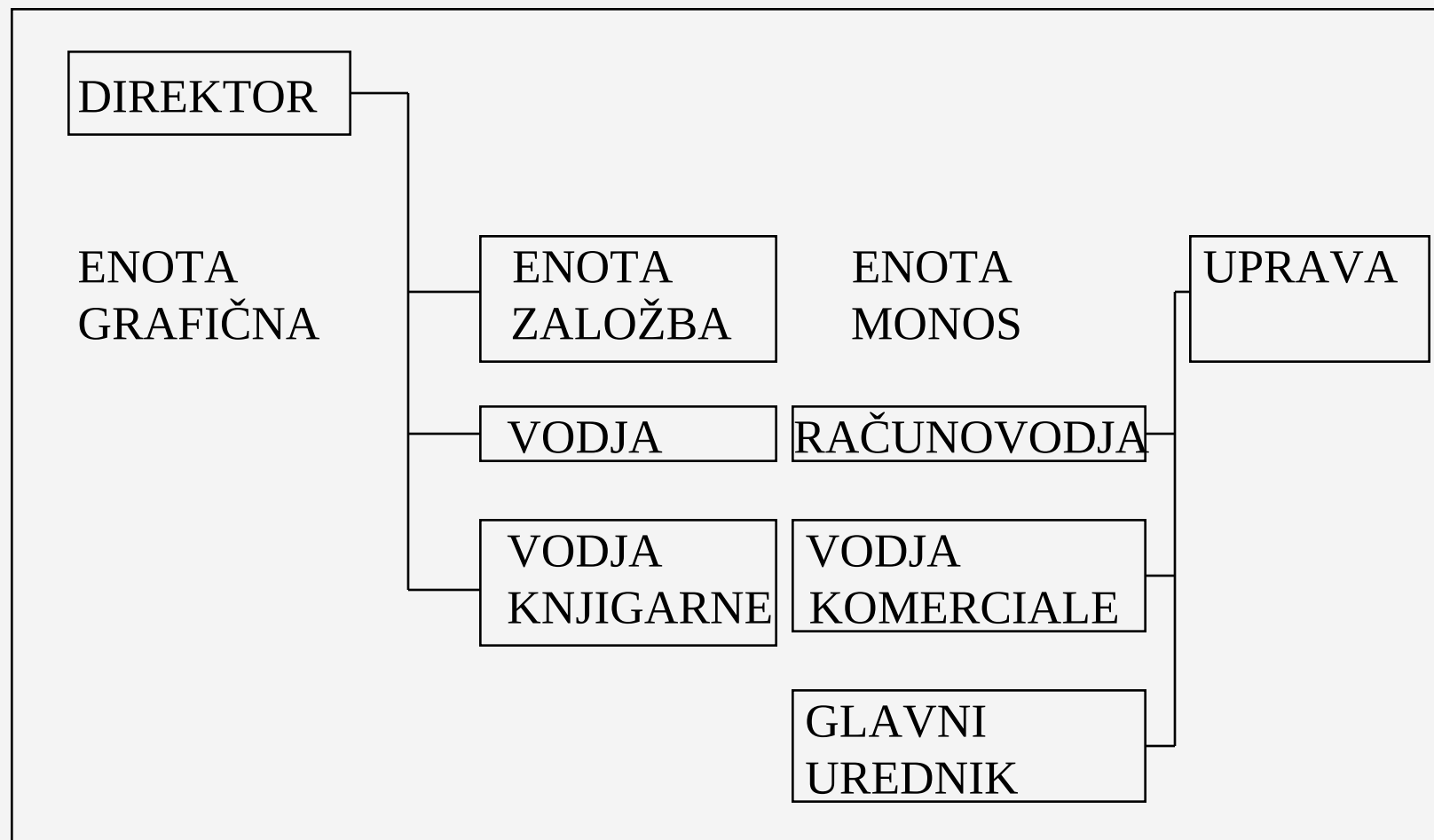
ANALOGIJA

POSKUSNA PRODAJA

KRIVULJE RASTI

DRUGO

PRIMER IZBORA POSLOVODNIKOV, KI BODO NAPOVEDOVALI PRODAJO ZALOŽBE



PRIMER VPRAŠALNIKA ZA ANKETIRANJE PRODAJNEGA OSEBJA O PRODAJI KNJIG

NASLOV KNJIGE	LETO OZ. MESEC IZDAJE	CENA	PRODAJA V KOSIH PO LETIH			
			I	II	III	IV
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						

PRIMER UPORABE REGRESIJSKE METODE PREDVIDEVANJA

PREDPOSTAVKE ZA UPORABNOST METODE

Primer:

- $y' = 31.842,13 + 65.613,37 x$
- $x =$ povprečni OD na zaposlenega
- $R^2 = 0,96$

Primeri povezav:

- železo: BDP, obseg industrijske proizvodnje
- tobačni izdelki: osebna poraba na prebivalca
- zdravila: razpoložljivi osebni dohodek

PRIMER SIMULACIJSKE METODE PREDVIDEVANJA PRODAJE

SIMULACIJSKI MODEL:

- $P_i = D_i \cdot P$
- $D_i = a (u_1 m_{i1} + \dots + u_n m_{in}) : (u_1 m_1 + \dots + u_n m_n) + b$

Simboli pomenijo:

- P = prodaja panoge
- D_i = tržni delež podjetja I
- a in b konstanti
- u_j = učinkovitost trženjskega instrumenta j
- m_j = obseg vlaganj v trženjski instrument j

SCENARIJ KOT METODA PREDVIDEVANJA

DEFINICIJA SCENARIJA: hipotetično zaporedje dogodkov, zgrajeno z namenom dobiti pred oči vzročno posledične povezave in točke odločanja, ki kaže 1) kako priti do nekega položaja v prihodnosti in 2) katere alternative so nam na voljo.

POSEBNOSTI SCENARIJEV GLEDE NA DRUGE METODE PREDVIDEVANJA:

- upoštevajo časovne trenutke nastopa novih dejavnikov
- omogočajo vključevanje diskontinuitet
- omogočajo vključevanje strukturnih in kakovostnih sprememb
- omogočajo grajenje prognoze za pojave “brez zgod.”

IZDELAVA SCENARIJA

- 1) OPREDELITEV TEME
- 2) IDENTIFICIRANJE POMEMBNIH DOGODKOV OZ. DOLOČLJIVK
- 3) IZDELAVA PROGNOZ ZA VSAK DOGODEK ALI DOLOČLJIVKO
- 4) IZBIRA IZVEDENCEV ZA OPREDELITEV POVEZAV MED DOGODKI OZ. DOLOČLJIVKAMI
- 5) ZBIRANJE INFORMACIJ O POVEZAVAH OD IZVEDENCEV
- 6) OBDELAVA ZBRANIH INFORMACIJ - DOBLJEN 1. SCENARIJ
- 7) GENERIRANJE ALTERNATIVNIH PROGNOZ ZA ENO ALI DVE NAJPOMEMBNEJŠI DOLOČLJIVKI
- 8) PONOVO PROCESIRANJE VSEH PREDVIDENIH VREDNOSTI DOLOČLJIVK V MODELU - GENERIRANJE 2. SCENARIJA ITD.

DELANJE SCENARIJA MOŽNE PRODAJE STANOVANJ

POVPRAŠEVANJE
PO STANOVANJIH

PROGNOZA ZA OBRESTNO
MERO

Sekundarni trg
stanovanj

Predpisi o hipotekarnih
kreditih

Cene stanovanj

Cene materialov

Razpoložljivost parcel

Razvoj tehnologije

Gradbeni standardi

Konkurenca

OMEJITVE USPEŠNOSTI PREDVIDEVANJA

NESTABILNOST IN NEDOLOČENOST
GOSPODARSKIH POJAVOV

KOMPLESNOST GOSPODARSKE STVARNOSTI
NI MOGOČE EKSPERIMENTIRATI

ODVISNOSTI POJAVOV ŠE NE V CELOTI POZNANE
NASLANJANJE NA ZAKON VELIKIH ŠTEVIL

PRISOTNOST VEDENJSKIH SESTAVIN LJUDI

NAVZOČNOST VREDNOTNEGA SISTEMA LJUDI

STANJA, KO LJUDJE ŠE SPLOH NISO RAZMIŠLJALI
O SVOJIH PRIHODNJIH ODLOČITVAH