

Пособие может представлять интерес для студентов и магистрантов экономических специальностей вузов и для широкого круга читателей. Адресуется руководителям органов государственной власти и управления, финансистам, банкирам, научным работникам, студентам, магистрантам, докторантам, слушателям финансово-банковских школ и колледжей.

### **СИТУАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ. ТОМ 1. МЕТОДОЛОГИЯ ОПТИМИЗАЦИИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

**Меркулова Ю.В.**

### **SITUATIONAL-STRATEGIC PLANNING IN ECONOMY. VOLUME 1. METHODOLOGY OF OPTIMIZING INDICATORS OF SUPPLY AND DEMAND.**

**Merkulova Y.V.**

Данная научная монография является наиболее полным (со всеми изменениями и дополнениями) изложением теории автора по проблемам повышения конкурентоспособности продукции на основе сбалансированности спроса и предложения по множеству параметров позиционирования товара в рамках ситуационно-стратегической системы планирования. Для нахождения оптимальных вариантов сочетания множества параметров отдельного товара и товарного предложения в целом с учётом фактора вероятности изменений на рынках предлагается использовать теорию множеств. Рекомендуется согласовывать и оптимизировать не только значения объёмных, качественных и ценовых показателей продукции для нахождения лучшего синергетического множества на данном рынке и в данный момент времени, но и рассматривать данный процесс в динамике, с учётом временных параметров, т.е. в течение стадий жизненного цикла предложения товара и спроса на него и пространственных ориентиров – стратегических зон позиционирования товаров, определяемых с учётом изменения ёмкости рынков, числа и состава покупательских сегментов на них, покупательской конъюнктуры, а также с учётом возможности выхода на новые рынки. Предложен методологический подход для оценки уровня удовлетворения не только локального, но и совокупного спроса и нахождения лучшей ассортиментной совокупности товарного предложения как отдельной фирмы, так и отрасли в целом для его удовлетворения. Большим вкладом в разработку научной теории повышения конкурентоспособности продукции являются рекомендации по анализу и оптимизации делового окружения фирмы и по методологии графических исследований жизненных циклов товаров и ресурсов, используемых при их изготовлении. Методики по достижению временной сбалансированности спроса и предложения товаров, своевременному формированию спроса на ресурсы и рациональному их использованию с учётом временной загрузки открывают широкие просторы для нахождения дополнительных резервов снижения затрат, повышения спроса на товары, а следовательно, на повышение как хозяйственной, так и потребительской эффективности товара. Предложена методология определения показателей хозяйственной, потребительской эффективности товара и его эффективности для торговых и финансовых посредников, что очень важно для повышения народнохозяйственной эффективности товара, так как добиться повышения его конкурентоспособности можно только путём достижения оптимальной сбалансированности экономических интересов всех участников процесса создания, реализации и потребления продукции.

### **СИТУАЦИОННО-СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ЭКОНОМИКЕ. ТОМ 2. МОДЕЛИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ И ПРОГРАММ**

**Меркулова Ю.В.**

### **SITUATIONAL-STRATEGIC PLANNING IN ECONOMY. VOLUME 2. MODELING OPTIMAL STRATEGIES AND PROGRAMMES.**

**Merkulova Y.V.**

Данная научная монография является существенно дополненным изданием теоретических разработок автора по формированию концепции принципиально новой ситуационно-стратегической системы планирования. Суть рекомендуемого подхода заключается в том, что перспективное и текущее планирование предлагается соединить в единую систему и осуществлять во взаимосвязи друг с другом. В монографии формируется новая сущность и логика осуществления механизмов как перспективного, так и текущего планирования. Стратегическое планирование на перспективу предлагается строить на мощной прогностической базе изменения рынков, потребительского спроса, покупательской конъюнктуры, конкурентов, прочих рыночных переменных и условий хозяйствования. Текущее планирование должно становиться ситуационным, т.е. отталкивающимся от ситуации, что обеспечит его необходимую оперативность, гибкость и маневренность. Ситуационно-стратегическую систему планирования рекомендуется формировать как многоуровневую, комплексную и сквозную, т.е. охватывающую все уровни хозяйствования и устанавливающую полииерархические связи между регионом, отраслью и предприятием. Главной отличительной особенностью предлагаемой системы планирования является её динамический характер. Рекомендуется механизм разработки стратегий регионального, отраслевого развития и роста конкретной фирмы, составлена их классификация и построены схемы взаимосвязей между согласующимися стратегиями разных субъектов хозяйствования. Проведена сегментация рынков и раскрыты методологические подходы к выбору стратегических зон хозяйствования фирмы, а также динамическому моделированию позиций фирмы на рынках с учётом «миграции» покупателей по покупатель-