**Слайд 1**

Добрый день! Меня зовут Клёнов Евгений. Тема моей работы «МОДЕЛИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ С УЧЕТОМ ДЕЙСТВИЙ ИНФЛЮЕНТОРОВ КАК НОВЫХ АГЕНТОВ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА».

**Слайд 2**

Актуальность выбранной темы заключается в том, что для принятия оптимальных решений, лица принимающие решения должны располагать необходимой и достаточной информацией, а также иметь время для её обработки.

Принятие решений, как правило, происходит в условиях нехватки времени, что сказывается на качестве результата.

Сегодня существует множество подходов к решению задач конкурентного анализа с целью принятия решений, близких к оптимальным, однако до настоящего времени не существует методики, модели и алгоритмов, отражающих современное состояние отраслевых рынков и позволяющих анализировать их во всей полноте.

Для применения модели и алгоритмов конкурентного анализа на практике, необходимо создание специального программно-аппаратного комплекса (ПАК).

**Слайд 3**

Целью данной работы является создание инструментария конкурентного анализа, то есть методического, математического и программного обеспечения системы поддержки принятия решений на базе моделирования глобальной конкуренции на основных этапах жизненного цикла высокотехнологичной продукции аэрокосмической отрасли.

**Слайд 4**

Классический анализ конкуренции в отрасли на основе теории взаимодействия пяти сил М.Портера ( – основных игроков, – продуктов-заменителей, – новых игроков, – поставщиков, – потребителей) преобразуется здесь за счет введения новых факторов конкурентной борьбы с учетом развития информационных технологий: силы – комплементоров, производящих дополняющую продукцию, а также, предложенной автором, новой силы – инфлюенторов, которые оказывают влияние на конкурентоспособность продукции и, как следствие, увеличивают или уменьшают прибыль компании. В роли инфлюенторов выступают, в частности, удовлетворенные потребители, социальные сети, СМИ и другие агенты рынка.

**Слайд 5**

В новом кортеже сил в свою очередь имеет место конкуренция, приводящая к новой структуре отраслевого рынка, в которой обнаруживается самоподобие и иерархичность рыночных подсистем, что также выступает как модификация классической модели конкуренции, расширенной здесь до модели глобальной конкуренции.

**Слайд 6**

Моделирование конкуренции проводится с использованием математического аппарата теории игр. Модель конкуренции задается как кортеж элементов:

Здесь , где – множество агентов, являющихся игроками в многошаговой некооперативной игре. В роли агентов выступают компании, соответствующие силам, наследующие их свойства, и взаимодействующие между собой.

Конкуренция в отрасли может быть представлена в виде гиперкомплексной динамической системы, то есть как многоуровневый фрактальный нагруженный граф, вершинами которого являются элементы системы (игроки), а ребрами – взаимосвязи между ними. Ресурсами, перемещаемыми во времени по ребрам такого графа, являются: продукция компании, комплектующие, финансовые средства и др.

**Слайд 7**

Теоретико-игровая модель анализа конкуренции авиационной техники, представленная как ГДС, описывает поведение интеллектуальных агентов и определяет взаимодействие между парой агентов набором функций, максимизирующих прибыль компании производителя ОАТ и выполняющих операции движения ресурсов по ребрам графа во времени и с учетом издержек.

Для учета влияния друг на друга интеллектуальных агентов на разных уровнях иерархии модели глобальной конкуренции вводятся иерархические весовые коэффициенты , значения которых определяются с помощью экспертного оценивания.

Список основных характеристик взаимодействия между парой агентов, а также действий отдельных агентов представлен в таблице.

**Слайд 8**

При построении модели задается число уровней иерархии, период прогнозирования, общие параметры игры – функции спроса и предложения, определяется множество сил и агентов на каждом иерархическом уровне, и для каждого игрока – объем выпуска продукции и издержки, а также – набор действий игроков.

**Слайд 9**

За период моделирования агенты выполняют набор действий , с учетом действий других игроков. Набор действий ограничен ресурсами, выделяемыми компанией с учетом заданной стратегии и бюджета, а также временным интервалом. Одновременно могут выполняться несколько действий; возможна пауза (период бездействия) для анализа действий конкурентов, а также – отмена начатого действия в случае его неэффективности.

**Слайд 10**

Поскольку каждое действие агента направлено на максимизацию прибыли компании, то оптимальной стратегией компании при заданных ограничениях является последовательность шагов:

(6)

Полученный набор действий рассматривается здесь как одна из четырех возможных конкурентных стратегий: 1) – стратегия лидер, 2) – бросающий вызов лидеру, 3) – следующего за лидером, 4) – стратегия специализации.

**Слайд 11**

**Утверждение 3.** Методика конкурентного анализа позволяет анализировать качество и конкурентоспособность продукции на основных этапах жизненного цикла: а) научно-техническом, б) технологическом, в) рыночном.

Третьей модификацией классической модели конкуренции является концептуальная схема (рис. 3) применения модели глобальной конкуренции на основных этапах жизненного цикла ОАТ.

Схема позволяет более глубоко провести конкурентный анализ, разбив его на этапы.

**Слайд 12**

Предварительный прогноз состояния отраслевого рынка на основе распределения долей рынка между основными игроками определяется по формуле:

(7)

здесь – положение *i*-го игрока на рынке:

(8)

где – коэффициент конкурентоспособности задается для каждого игрока в результате сравнения соответствующих числовых значений характеристик , продукта *i*-го игрока с другими конкурентами .

Таким образом:

(9)

(10)

В результате выражение (8) принимает вид:

(11)

**Слайд 13**

Для достижения конкурентных преимуществ компании производителя высокотехнологичной продукции ОАТ в работе предложены методы управления характеристиками продукта (показателями качества), позволяющие расширить его функциональные возможности, либо сконцентрироваться на специальных свойствах, переводящих продукт в новую рыночную нишу, привлекающую дополнительную аудиторию потребителей. Поскольку конкурентные преимущества предполагают наличие уникальных характеристик продукта, отличающих его от конкурентов, то при моделировании глобальной конкуренции вводятся новые характеристики, определяемые методом экспертных оценок. Например, это использование новых комплектующих, задающих такие характеристики на научно-техническом или технологическом этапах производства, которые позволяют модернизировать или создавать инновационный продукт.

**Слайд 14**

В основе ПАК лежит трехуровневая архитектура – архитектурная модель, предполагающие наличие в нем трех компонентов: клиента (слой клиента – пользовательский интерфейс – технологии HTML, JavaScript, CSS), сервера приложений (слой логики – модуль автоматизированного сбора данных и система поддержки принятия решений – веб-сервер nginx, язык программирования Python, фреймворк Django, cообщающиеся через интерфейс uWSGI) и сервера базы данных (слой данных – хранилище большого объема данных – MySQL).

В основу системы поддержки принятия решений (СППР) положена модель глобальной конкуренции.

Для поддержки эффективной работы СППР необходимо располагать большим объемом релевантных данных. Накопление таких данных происходит с использованием разработанного модуля автоматизированного сбора данных (МАСД).

Основные компоненты обработки данных в МАСД построены на базе ETL-процесса (Extract – Извлечение, Transform – Преобразование, Load – Загрузка). За сбор данных отвечают интегрированные в МАСД специальные программные средства с помощью разработанного API: система конкурентной разведки Avalanche, программа поиска, сбора, мониторинга и анализа информации SiteSputnik, а также сервис сравнения характеристик товаров и их цен Яндекс.Маркет.

**Слайд 15**

Принципиальная схема работы СППР и МАСД, интегрированных в состав ПАК для проведения конкурентного анализа представлен диаграммой потоков данных

**Слайд 16**

В основе разработанного пользовательского интерфейса (GUI – Graphical User Interface) лежат ключевые принципы построения информационной архитектуры. Интерфейс представлен формами ввода и вывода данных и состоит из основного блока (настройки параметров отраслевого рынка, добавление агентов, определение формата вывода данных и др.), блока построения модели глобальной конкуренции и блока редактирования характеристик и связей между агентами. Для блока построения МГК поддерживается функция масштабирования. Агенты, представляющие различные уровни иерархии маркируются уникальным цветом.

**Слайд 17**

Разработанный программно-аппаратный комплекс был использован для проведения конкурентного анализа в трех системах аэрокосмической отрасли: а) летательных аппаратов как объектов авиационной техники; б) медицинских информационных систем, используемых в авиации и космонавтике; в) носимых и встраиваемых устройствах цифровой медицины.

Так, например, для системы объектов авиационной техники была построена модель ГДС глобальной конкуренции, состоящая из трех уровней иерархии: N1 – истребителей 5-го поколения (F-22 Raptor – США, ПАК ФА T-50 – Россия, Chengdu J-20 – Китай), N2 – беспилотных летательных аппаратов (MQ-1 Predator – США, Скат – Россия, HERMES 1500 – Израиль) и N3 – микродирижаблей и аэростатов (Ирбис – Россия, Рысь – Россия, Гепард – Россия).

**Слайд 18**

На слайде представлена модель ГДС глобальной конкуренции для сектора ОАТ.

**Слайд 19**

В результате конкурентного анализа показано, что наибольшую прибыль получит агент соответствующий американскому истребителю F-22; следом за ним идут T-50 и J-20. Наименее прибыльным может оказаться сектор производства микродирижаблей. Очевидно, что затраты на производство и стоимость ЛА в этом секторе сегодня существенно меньше затрат в секторах истребителей и БПЛА. Для ЛПР от компании производителя истребителя T-50 можно рекомендовать стратегию «бросающий вызов лидеру», которая предполагает расширение глобального спроса и направлена на поиск новых потребителей выпуска продукции, что потребует увеличения объема производства.

**Слайд 20**

Результаты вычислительного эксперимента также показали, что для Т-50 возможен прирост доли рынка на 2%, что приведет к изменению соотношений для других игроков. Истребитель Т-50 может приблизиться к позициям своего основного конкурента F-22 и увеличит отрыв от J-20. Диаграммы также демонстрируют улучшение позиций в секторе микродирижаблей за счет ослабления позиций беспилотных летательный аппаратов. Подобные изменения объясняются тем, что рассматриваемые аэростаты и БПЛА частично пересекаются в своих практических областях использования: наблюдение, разведка, радиопередача и др. Однако, вследствие ценовых различий при их применении предпочтение может быть отдано более дешевым микродирижаблям.

**Слайд 21**

Основные результаты работы:

1. Разработана методика анализа конкуренции в отрасли на основе следующих преобразований классической модели конкуренции: введены самоподобные иерархические рыночные подсистемы и новые силы конкурентной борьбы – комплементоры, инфлюенторы.
2. Разработана агентная модель глобальной конкуренции, включающая в себя предложенные автором модификации, а также – концептуальная схема применения модели на основных этапах жизненного цикла продукции: научно-техническом, технологическом, рыночном.
3. Разработан программно-аппаратный комплекс Competition, позволяющий ЛПР от промышленных компаний проектировать конкурентную стратегию на основе анализа и прогнозирования состояния отраслевых рынков в соответствии с моделью глобальной конкуренции.
4. Разработанное ПО использовалось при анализе глобальной конкуренции для действующих предприятий аэрокосмической промышленности и показало свою эффективность.

**Слайд 23**

Спасибо за внимание! Ваши вопросы?