

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА

Прогнозирование спроса – это неотъемлемый элемент в системе маркетинговых исследований и маркетингового планирования. Прогнозы спроса являются составной частью разработки планов развития отдельных отраслей народного хозяйства и планирования размеров производства товаров. Прогнозные расчеты – одна из составляющих процесса выявления общественных и личных потребностей для планирования структуры общественного производства, кроме того, они служат базой для системы мер по управлению спросом. Прогнозные расчеты спроса позволяют определить, какое влияние на размеры спроса и его структуру окажут изменения денежных расходов населения, розничных цен товаров, размеров производства и предложения отдельных товаров и т. д.

В системе прогнозирования спроса ведущее место принадлежит разработке прогнозов спроса населения, так как в большей своей части потребности человека находят конкретное выражение в платежеспособном спросе населения. Насыщение разнообразными рынками товарами и услугами невозможно без глубокого и всестороннего изучения спроса.

Основными источниками информации для прогнозирования и изучения спроса являются данные торговой статистики (о реализованном спросе) и материалы бюджетных обследований (о доходах, расходах, ценах и фактическом потреблении).

Основными методами прогнозирования спроса являются методы статистического моделирования, нормативный метод и методы экспертных оценок.

Наиболее обширную группу методов, нашедших широкое применение на практике, составляют методы прогнозирования, основанные на статистических моделях. Для прогнозирования спроса населения используются структурные, регрессионные и трендовые модели. Выбор метода прогнозирования тесно связан с характером исходной статистической информации.

ОЦЕНКА МЕХАНИЗМА ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН И ЗНАЧЕНИЕ УЧЕТА В НИХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ТОВАРОВ

Требования к качеству товаров постоянно возрастают. Зачастую монополии вынуждают потребителя более часто заменять ранее приобретенные модели товаров новыми, более модными. В ряде случаев эти новые модели отличаются лишь изменениями в форме и не дают реального дополнительного эффекта, но цены их возрастают. Таким образом, повышение цен на товары в большей степени, чем улучшается их качество, становится средством использования достижений технического прогресса в своих корыстных интересах, одним из каналов инфляции и инструментом наступления на жизненный уровень народа.

Во внешней торговле для обеспечения эффективности сделки нужно знать, как строятся цены и как и в каких пределах должно отражаться на уровне цен повышение технического уровня и качества продукции. Поэтому целесообразно использовать параметрические методы определения цен, глубокие исследования зависимости цен и качества.

НТП придает цене и качеству продукции высокую подвижность и эластичность. Замораживание цен на длительный период приводит к торможению развития науки и техники, к снижению эффективности общественного производства. Поэтому цены нельзя рассматривать только в статике, нужно исследовать закономерности их движения. Это определяет потребность исследовать неразрывную связь динамики цен и динамики качества. Статистические органы не уделяют достаточного внимания учету качества продукции при построении индексов цен. То есть на практике происходит игнорирование повышения качества товаров и по-