

Голяш І.Д., аспірант кафедри  
економічного аналізу

## ДЕЯКІ ПИТАННЯ МЕТОДИКИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ПРОЦЕСУ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ

*Уроки ринкових перетворень в Україні свідчать про необхідність глибокого економічного аналізу попиту з метою вивчення запитів покупців, орієнтації всієї господарської діяльності на формування і задоволення їхніх платоспроможних потреб.*

*На основі перспективного аналізу попиту здійснюється прогноз розвитку ринку, визначаються зміни місткості ринку, оцінюються можливості розвитку виробництва та споживання.*

*Для проведення такого аналізу існує багато прийомів і методів. Але, на наш погляд, при здійсненні прогнозуючих досліджень попиту ми можемо застосувати лише деякі з них, що пояснюється особливостями функціонування вітчизняного ринку та незадовільним станом інформаційного забезпечення.*

*Найчастіше для прогнозування попиту і перспективного аналізу використовують чотири методи: екстраполяційний, номативно-цільовий, економіко-математичне моделювання та експертні оцінки.*

*Розглянемо можливості використання кожного методу зокрема.*

*Застосування методу екстраполяції передбачає перенесення динаміки даних про функціонування ринку на перспективу. При аналізі попиту цей метод зручніше використовувати для галузей-споживачів із встановленою тенденцією масового застосування матеріалів. Якщо екстраполяція знаходиться в межах 10-15 років, то похибка прогнозування не перевищує 15 відсотків, що є допустимим для такого розрахунку.*

Перевагами методу є універсальність обчислювальних операцій, незначна трудомісткість, можливість автоматизації процесу обробки інформації.

Недоліками методу екстраполяції є необхідність використання базових даних за великий проміжок часу та суттєве зниження достовірності прогнозу при збільшенні терміну його упередження.

У галузях, де асортимент матеріалів відносно невеликий і обчислюється в натуральних показниках, доцільно використовувати нормативно-цільовий метод.

Суттєвими недоліками даного методу є наявність великих обсягів вихідної інформації та значні витрати у процесі прогнозування.

При застосуванні економіко-математичного моделювання можна одержати відносно правильні кількісні характеристики можливої структури попиту в майбутньому. Суть даного методу полягає у виявленні закономірностей розвитку структури в минулому періоді і поширенні їх на перспективу.

У процесі аналізу попиту можна використовувати статичне і динамічне моделювання, недоліком яких є суб'єктивізм при відборі, аналізі та інтерпретації факторів.

В окрему групу методів економіко-математичного моделювання доцільно виділити балансові методи, а особливо диференційований баланс сімейних доходів і споживання. Основна його модель представляє собою систему балансових зв'язків структури доходів і споживання сімей, сформовану під впливом факторів розподілу. Все більшого поширення одержують методи математичного програмування, які об'єднують потреби та ресурси і забезпечують оптимальний план виробництва продукції.

Розглянуті вище методи прогнозування попиту вважаються об'єктивними.

Метод експертних оцінок належить до суб'єктивних. Він ґрунтується на систематизованій обробці прогнозних оцінок, одержаних шляхом індивідуального чи колективного опитування спеціалістів.

З одного боку, використання експертних оцінок має ряд переваг: прогноз можна зробити досить швидко і з невеликими витратами, а з другого боку, суб'єктивний підхід робить неточними результати аналізу.

Застосування на практиці класичних методів прогнозування попиту в умовах вітчизняного ринку є незадовільним.

Основною причиною цього явища є проблема інформаційного забезпечення, а саме: немає статистичних даних про розміри споживання окремих видів товарів, відсутні дані про співвідношення і динаміку повторного попиту, додаткового попиту на товари, неможливо отримати відомості про вік товарів тривалого використання, які знаходяться в сфері споживання, а також про рівень забезпеченості ними окремих соціальних і економічних груп населення, не існує даних про розміри задоволеного попиту.

Прогнози попиту, одержані шляхом використання різних методів, відрізняються між собою, однак, дослідження відмінностей між ними дозволяють виявити фактори, які містяться в одному прогнозі і відсутні в іншому, що збільшує чи зменшує вагомість прогнозів.

Досвід прогнозування попиту свідчить, що погрішності в розрахунках знижуються при поєднанні різних методів.

Виходячи із специфіки ринкових перетворень в Україні, найбільш доцільним, на наш погляд, є прогнозування на основі поєднання моделювання стану попиту в певних умовах зовнішнього середовища з оцінкою можливостей реалізації конкретного підприємства.

Необхідність такого підходу до прогнозування обумовлена наступними причинами. По-перше, в умовах перехідної економіки України статистичні показники не мають довгих рядів спостережень. У той же час, класичні методи аналізу часових рядів вимагають, щоб довжина ряду в 4-6 разів перевищувала величину інтервалу прогнозування. По-друге, при використанні класичних методів прогнозування необхідно забезпечувати однорідність, коректність і конкретність вихідних даних. На жаль, ці вимоги не можуть виконуватися на

сучасному етапі.

Своєчасне і правильне використання результатів прогнозів попиту на основі поєднання різних методів дасть можливість:

- задовільнити попит на конкретну продукцію у відповідному сегменті ринку;

- продавати товар по найбільш оптимальних цінах;
- маневрувати ресурсами, використовуючи їх в найвигідніших напрямках;
- застосовувати оперативні заходи для збільшення (скорочення) виробництва у випадку очікування значного покращення (погіршення) стану попиту на певний вид продукції;

- впливати на рівень постачання регіонів імпортною продукцією, скорочуючи її обсяги.