

**ЦИКЛ ЛЕКЦИЙ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ТОРГОВОГО
ПЕРСОНАЛА КОМПАНИИ «КОТОФЕЙ»**

ТЕМА №5 – МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРОДАЖ



Качественные методы прогнозирования

| Методы прогнозирования | Характеристика (суть) методов |
|--|--|
| 1. Качественные | С помощью человеческих знаний и интуиции формулируются будущие состояния рыночного спроса (увеличение, уменьшение, остается на том же уровне). Как правило, применяются оценки экспертов |
| 1.1. Метод Дельфи | Форма опроса экспертов, при которой их анонимные ответы обрабатываются в течение нескольких туров, и после ознакомления всех участников экспертизы с промежуточными результатами получают групповую оценку исследуемой проблемы |
| 1.2. Метод коллективных оценок руководства и специалистов предприятия (метод «мозговой» атаки) | Основан на гипотезе, что среди большого числа идей, суждений имеется по меньшей мере несколько, которые отвечают наиболее вероятному ходу будущего развития спроса. Опирается на неформальный анализ. Применяется в форме обмена мнениями специалистов о тенденции развития спроса на товары, производимые предприятием. |
| 1.3. Метод сценарного развития | Подготовка и согласование представления о проблеме (в нашем случае о тенденциях развития спроса на товар с учетом влияющих на него факторов). Сценарии пишутся экспертами вначале индивидуально, а затем формируется согласованный единый текст. Сценарий предусматривает не только содержательные рассуждения, но и включают, как правило, результаты технико-экономического или статистического анализа с соответствующими выводами. |

Количественные методы прогнозирования

| Методы прогнозирования | Характеристика (суть) методов |
|--|--|
| 2. Количественные | Количественная оценка будущего состояния спроса на основе данных прошедших периодов и действующих в настоящее время и в будущем факторов с помощью математических методов |
| 2.1. Экстраполяция временного ряда | Проекция будущего ряда на периоды времени, то есть распространение тенденций, установленных в прошлом, на будущий период |
| 2.2. Прогноз по среднему проценту прироста показателя спроса | В основу метода положено предположение, что прогнозируемая величина спроса на товар увеличивается (уменьшается) на уровне постоянного прироста (уменьшения) |
| 2.3. Прогнозирование на базе скользящего среднего | Метод базируется на вычисления среднего значения прогнозируемой величины спроса за фиксируемое количество периодов |
| 2.4. Экспоненциально взвешенное среднее | Опирается на последовательность весов (весовых коэффициентов), убывающих со временем по экспоненциальному закону. Более поздним наблюдениям придается больший вес, а именно, веса значений ряда убывают по мере удаления в прошлое |

Количественные методы прогнозирования - продолжение

| Методы прогнозирования | Характеристика (суть) методов |
|--|---|
| 2.5. Метод Холта | Основан на оценке степени линейного роста (или снижения) показателя величины спроса во времени |
| 2.6. Метод двойного сглаживания Брауна | Предназначен для прогнозирования нестационарных рядов в случае линейно-аддитивного тренда с использованием двойного экспоненциального взвешивания среднего |
| 2.7. Метод адаптивного сглаживания | Основан на применении регрессивного анализа (когда минимизируется сумма квадратов отклонений) на базе взвешенной регрессии. Наибольшее внимание уделяется информации последних периодов. Применяется в случае линейно-мультипликативной модели тренда в предположении, что изменение среднего процесса зависит от времени не линейно, а пропорционально самому значению среднего, т.е. линейно в логарифмах |

Экономико-математические методы прогнозирования

| Методы прогнозирования | Характеристика (суть) методов |
|--|---|
| 3. Экономико-математическое моделирование | Построение экономико-математической модели спроса в виде некоторой функциональной зависимости величины показателя спроса от определяющих его экзогенных факторов |
| 3.1. Прогноз на основе индикаторов | Оценка хода развития процесса сбыта продукции на базе одного или нескольких известных индикаторов (показателей) смежных отраслей промышленности |
| 3.2. Аналитические модели спроса и потребления | <p>Построение функции спроса, отражающей зависимость объема спроса на отдельные товары и услуги от комплекса факторов, влияющих на него.</p> <p>Наибольшее распространение получили однофакторные функции, выражающие зависимость спроса от уровня доходов населения. Соответствующие этим функциям графики называются кривыми Энгеля.</p> <p>Главная проблема заключается в выборе функциональной зависимости спроса от некоторых факторов и априорное установление ЛПР значений параметров, входящих в функцию спроса. В качестве параметров чаще всего выступают коэффициенты эластичности цены, доходов и др.</p> |

Экономико-математические методы прогнозирования - продолжение

| Методы прогнозирования | Характеристика (суть) методов |
|--|--|
| 3.3. Прогноз спроса с использованием коэффициента эластичности какого-либо фактора | Зная коэффициент эластичности какого-либо фактора за предшествующий период и предполагая, что он не изменится существенно в прогнозируемый период, вычисляют величину спроса с учетом изменения рассматриваемого фактора и его коэффициента эластичности |
| 3.4. Корреляционно-регрессионный анализ | Определение направления и силы связи между независимыми переменными и зависимой переменной (спросом). Построение однофакторной и многофакторной регрессионной модели |
| 4. Комбинированные методы | Используя результаты прогнозов, полученные различными методами, рассчитывают интегрированный прогноз спроса в виде точечной или интервальной оценки |