

ЯКІСНІ МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ

При прийнятті стратегічних управлінських рішень, що являють собою сукупність дослідження як позитивних, так і негативних змін, які так чи інакше впливають на діяльність підприємства в майбутньому, застосовуються різні методи прогнозування. До таких методів належить кількісний (статистичний) та якісний (експертний).

Кількісні методи ґрунтуються на використанні достовірних статистичних показників за тривалий період часу та тенденції зміни показників у минулому для передбачення майбутнього стану досліджуваних явищ.

Якщо ж статистична інформація відсутня або її недостатньо, кількісний метод прогнозування є малоефективним. Тому застосовують якісний метод, що становить собою передбачення на майбутнє від узагальненої думки експертів та фахівців з досліджуваного питання.

Серед якісних методів прогнозування особливої уваги заслуговують метод експертних оцінок, тестування ринку, метод сценаріїв.

Метод експертних оцінок є найбільш офіційним серед інших. Суть його полягає в тому, що кожен експерт заповнює лист із запитаннями, де записує свої погляди на проблеми, а потім отримує відповіді колег і якщо при перегляді своїх попередніх ідей, фахівець не погоджується з думкою інших, його просять обґрунтувати чому. Дана процедура повторюється, доки група не дійде згоди.

Тестування ринку відбувається за участі досвідчених торгових агентів, що близько знайомі зі споживачами та їх потребами і можуть досить точно передбачити майбутній попит.

Метод сценаріїв базується на результатах опитувань клієнтів організації, вони оцінюють власні та нові потреби в майбутньому. Так, отримавши дані, зробивши певні коригування та оцінку, виходячи з власного досвіду, фахівець цілком точно може передбачити сукупний попит [1].

При виборі методу прогнозування досить важливим є його оптимальність, оскільки це значно поліпшує якість прогнозу, його вірогідність, а також дозволяє зменшити витрати на прогнозування. Аби достовірніше передбачити прогноз, слід попередньо з'ясувати суть досліджуваної проблеми, систематизувати вже наявну інформацію про об'єкт прогнозу і чітко визначити особливості конкретної проблеми. Також слід врахувати наявність необхідних статистичних даних, компетентність фахівця і точний час для збирання і дослідження показників [2].

І звичайно, до кожного прогнозу існують загальні вимоги, такі як: своєчасність, поєднана з точністю, а також розгляд інших шляхів для досягнення результату; надійність, що вимірюється в грошових одиницях тощо.

Отже, дослідивши дану проблему, зрозуміло, що прогнозування також є однією з важливих складових успішності організації. Для її ефективності необхідно сформулювати кінцевий результат, грамотно підбирати експертів в даній галузі та точно передбачати всі проблеми, що можуть впливати на хід прогнозування.

Список використаних джерел та літератури:

1. Дубінін В. О. Аналіз проблеми прогнозування попиту на товари масового споживання в логістичній системі торгового підприємства / В. О. Дубінін, М. О. Дубініна. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія «Математичне моделювання в техніці та технологіях». – Харків: НТУ «ХПІ» – 2012. – С. 56–62.
2. Вишенська Н. М. Основні методичні підходи до аналізу та прогнозування попиту на продовольчі товари / Н. М. Вишенська. // Національне господарство України: теорія та практика управління. – 2009. – С. 185–193.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О. О.