

ОСОБЕННОСТИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА НА РЫНКЕ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Грошева Евгения Витальевна

магистрант, кафедра Финансы и кредит,
КузГТУ им. Т.Ф. Горбачёва, г. Кемерово

Аннотация. В статье рассматривается проблема прогнозирования спроса на промышленном рынке. Исследуются основные подходы к прогнозированию, а также факторы, которые наиболее существенно влияют на спрос.

Ключевые слова: спрос, прогнозирование, факторы, производство, подход, потребитель, товар.

Основным условием успешного функционирования промышленного предприятия в условиях конкуренции является прогнозирование спроса на товар, так как работоспособность этих самых предприятий напрямую зависит от спроса потребителей всех уровней – от физических лиц до государства. Но, на данный момент четких и понятных методов по определению спроса в данной сфере нет. Определение примерного спроса затруднено тем, что нет концепции, которая объясняла бы появление спроса. Также немаловажную роль играет отсутствие моделей прогнозирования спроса, а также информационной базы.

Прогнозирование спроса является одной из основополагающих задач при анализе всего рынка. Данный анализ включает в себя множество сложностей, таких как изменение среды, недостаток исходных данных, влияние субъективных факторов.

Стоит также принять во внимание тот факт, что рынок промышленных товаров имеет ряд существенных отличий от рынка товаров общественного потребления:

- Меньшее количество покупателей;
- Покупателями являются крупные организации или фирмы;
- Покупатели распределены географически;
- Спрос на товары может измениться в любой момент;
- Спрос неэластичен;
- Закупка производится профессионалами своего дела.

И, наконец, одним из основных отличий является тот факт, что спрос на товары промышленного производства во многом определяется спросом на общественные товары. И, как следствие, на основании вышеупомянутых причин, рынок промышленных товаров вводит ограничения на производство, так как необходим постоянный прогноз спроса и корректирование производственных мощностей.

В настоящее время существует несколько подходов прогнозирования, применительно к товарам промышленного производства:

- Традиционный подход к прогнозированию достаточно прост в понимании. Сутью данного подхода является анализ существующих заявок на производство и прогнозирование спроса, основываясь на этих данных. Но, как показал опыт, данный подход совершенно неуместен в существующих реалиях. В первую очередь это связано с быстроменяющимися внешними условиями среды.
- Классический подход к прогнозированию представляет собой анализ рынка по некоторым основным факторам. Данный подход был рассмотрен в трудах таких ученых-экономистов, как А. Маршалл, Г. Кассель и другие. Основные вопросы, которыми они занимались, были вопросы анализа поведения потребителей, изучение категорий предложения, спроса и цены.
- Модифицированный подход является модифицированной версией классического подхода к прогнозированию. Данный подход включает в себя новые концепции по формированию спроса. А эффективное прогнозирование теперь невозможно без учета целого ряда факторов, которые определяются как спецификой самого производства, так и особенностями потребления продукции.

Недавние исследования, которые были направлены на анализ спроса на продукцию, показали, что промышленным товарам уделяется очень мало внимания. А ведь успешность данной отрасли самым непосредственным образом связана с точным и качественным прогнозированием спроса.

Если же говорить о факторах, которые влияют на составление качественного прогноза, то основными факторами все ещё остаются цена и доходы. Это связано в первую очередь с изменчивостью цен и доходов в рыночной экономике. Но при этом, в настоящее время все большее внимание уделяется и неценовым факторам, влияющим на спрос промышленных товаров.

Таким образом, на динамику спроса промышленных товаров влияет ряд следующих факторов:

- Внешние факторы, такие как экономическая ситуация, конкуренция, политическая обстановка, последние достижения в науке;
- Организационные факторы, которые определяют направленность предприятия, ее управленческие механизмы и структуру;
- Отношения внутри коллектива, влияющие на групповые решения;
- Личные качества лидера. Готовность рисковать и принимать неоднозначные решения.

В настоящее время большую популярность получил балансовый метод прогнозирования при расчетах мощностей на промышленных предприятиях. Основной особенностью данного

метода является то, что он позволяет найти оптимальное соотношение между потребностью в промышленном товаре и возможностями производителя этих самых товаров. В таком случае производитель может грамотно рассчитать необходимые виды материалов, сырье и мощности, которое потребуется в производстве. Таким образом, основой для любого прогноза на промышленном предприятии является баланс и пропорциональность, а также эффективность производства. В связи с этим на производстве необходимо наладить межотраслевые пропорции, а также приоритетность тех или иных задач и, в зависимости от задачи, распределять производственные мощности, что, с вою очередь, будет вести к повышению эффективности всего производства.

Таким образом, в настоящее время для того чтобы промышленное предприятие было на ведущих позициях и развивалось, необходимо внедрять новые методы прогнозирования спроса. Данные методы должны учитывать влияние всех основных, которые влияют как на потребителей, так и на производителей. И только таким образом в современной рыночной экономике возможно успешное функционирование промышленного предприятия.

Список литературы:

1. Васильева М. М. Спрос на товар. – М.: Юрайт, 2016. – 228 с.
2. Борщевский Г. А. Основы прогнозирования. – М.: Юрайт, 2016. – 128 с.
3. Гавра Д.П. Прогнозирование спроса. – Спб.: Перемена, 2016. – 98 с.
4. Новиков И.Е. Спрос и предложение, [Электронный ресурс]. – URL: <http://helpiks.org/1-22491.html>
5. Ростовцев И.А. Спрос, [Электронный ресурс]. – URL: <https://uchebnik.online/uchebniki-logistika/prognozirovanie-sprosa-71809.html>