відповідний потенціал: фахівців, організаційні можливості, фінансові ресурси тощо. Саме ця ланка споживчої кооперації може стати комерційним центром, вивчаючи попит населення та кон'юнктуру ринку і надаючи відповідні консультації та інформаційні послуги своїм організаціям та підприємствам.

На обласному рівні з цією метою доцільним є створення і експлуатація панелей споживачів та торгівельних підприємств. Панель споживачів слід організовувати з пайовиків низових кооперативних організацій, оскільки споживча кооперація має за мету задоволення саме їх потреб на товари та послуги. Торгівельну панель рекомендується створювати з підприємств роздрібної кооперативної торгівлі, різних за розмірами, розташуванням та умовами роботи. Порядок формування подібних панелей достатньо висвітлений у науковій літературі.

Іванова Л.О.

ПРОГНОЗУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ: ОСНОВНІ ПІДХОДИ

У практиці здійснення торговельного, виробничого чи будь-якого бізнесу завжди виникає потреба прогнозування кон'юнктури товарного ринку, торговельної або загалом господарської кон'юнктури. Причому, вивченню, дослідженню, і відповідно, прогнозуванню можуть підлягати явища, які відрізняються між собою можливістю формалізації або виразу їх через відповідні математичні залежності, символи і т.п. Тому і виникає потреба застосування різних підходів до прогнозування кон'юнктури.

У даний час у практиці прогнозування кон'юнктури прийнято розглядати два підходи:

- економіко-аналітичний;
- математичний.

Економіко-аналітичний підхід є традиційним і найбільш розповсюдженим методом вивчення і прогнозування кон'юнктури (як загальногосподарської, так і товарної). Він полягає у використанні інтуїтивно-логічних суджень спеціалістів, що займаються аналізом економіки окремих країн чи регіонів і застосовують, здебільшого якісні оцінки.

Прогноз базується на суб'єктивному розгляді сукупності факторів, що впливають на окремі елементи ринку і являє собою припущення експертів про розвиток кон'юнктури у відповідні періоди в майбутньому. При цьому вивчення кон'юнктури вимагає дослідження не тільки вже досить довго існуючих тенденцій розвитку економіки, але і включає, як обов'язковий елемент, глибокий теоретичний аналіз нових явищ і процесів, які відбуваються у національному господарстві чи окремих регіонах.

Розповсюдження економіко-аналітичного підходу пов'язане значною мірою з тим, що в практиці прогнозування кон'юнктури часто зустрічаються ситуації, коли немає необхідності в застосуванні кількісних методів, або це є неможливим через цілу низку причин.

Разом з тим, не відмовляючись від його переваг (і можливих удосконалень), необхідно все ж таки відзначити існування в економіко-аналітичному підході окремих недоліків, серед яких зокрема можна вказати:

- високий ступінь суб'єктивності;
- відсутність можливостей об'єктивної перевірки висновків;
- можливість одночасного врахування обмеженого числа кон'юнктуроутворюючих факторів (як відомо, людина звичайно не в стані аналізувати одночасну взаємодію і вплив значної кількості різних показників і параметрів).

Експерти, виходячи з однієї і тієї ж інформації, передумов, розсудів і т.п. часто роблять різні висновки.

Недоліки деяких кон'юнктурних прогнозів, розроблених із застосуванням економіко-аналітичних методів, полягають в тому, що вони носять дещо розпливчастий характер. У прогнозах обмежуються висновками дуже невизначеного характеру, наприклад: "кон'юнктура буде доброю", "треба чекати поліпшення кон'юнктури" і т.п.

Такі формулювання утруднюють використання результатів на практиці і знижують ефективність робіт щодо прогнозування кон'юнктури.

У зв'язку з цим доцільно доповнювати інтуїтивні змістовні оцінки кількісними розрахунками і економіко-математичними моделями.

Математичний підхід полягає в прогнозуванні кон'юнктури за допомогою окремих математичних рівнянь або систем рівнянь з тією чи іншою мірою адекватності процесів, що розглядаються.

Основною перевагою прогнозів кон'юнктури, отриманих на основі моделей, є строга логічна сумісність результатів та можливість наглядно прослідкувати залежність між ними і раніше зробленими передбаченнями.

Важливість і актуальність використання при вивченні і прогнозуванні ринкової кон'юнктури сучасних кількісних методів і моделей полягає в тому, що вони дають можливість врахувати складні взаємовідносини і взаємодії різних факторів, що впливають на окремі елементи ринку. Це дозволяє підвищити достатньою мірою об'єктивність і точність отриманих результатів, значно розширити засоби дослідження кон'юнктури.

Розвиток математичного моделювання кон'юнктури нероздільно пов'язаний з впровадженням в процес економічного дослідження сучасних електронно-обчислювальних засобів. Використання ЕОМ дозволяє суттєво полегшити і автоматизувати процеси аналізу і прогнозування кон'юнктури,

підвищити оперативність розрахунків альтернативних варіантів моделей ринків, швидкість внесення необхідних змін. Сучасні програмні забезпечення ЕОМ дають можливість побудови більш деталізованих і складних моделей, які достатньо адекватно відображають реальні кон'юнктурні процеси.

Вказаний розподіл підходів до прогнозування кон'юнктури не означає їх протипоставлення один одному. Навпаки, найбільш доцільним є їх поєднання, з урахуванням сильних і слабких сторін на різних етапах дослідження і прогнозування кон'юнктури.

Такому підходу притаманна гнучкість і адаптивність, він не набуває жорсткого і дуже формалізованого характеру. Інтеграційний підхід поєднує як якісні так і кількісні оцінки, дозволяє оперативно реагувати на зміни у механізмі формування кон'юнктури, на появу нових факторів і обставин.

Методичною основою такого комплексного вивчення і прогнозування кон'юнктури може виступати системний аналіз. Він дозволяє знаходити оптимальний спосіб подання складних об'єктів, краще і чіткіше розуміти і виявляти його основу і внутрішні взаємозв'язки, а також полегшувати застосування методів, що склалися в дослідженні економіки, для вирішення конкретних завдань дослідження і прогнозування кон'юнктури.

Як правило, розробка прогнозів кон'юнктури передбачає проведення робіт у декілька стадій. При цьому мається на увазі, що після проведення теоретичного аналізу кон'юнктури визначається мета прогнозування, а потім ставиться безпосереднє завдання розробки прогнозу.

У такому випадку економіко-аналітичний підхід пов'язаний з детальним дослідженням взаємозв'язків, вивченням можливих причинно-наслідкових відносин і побудовою структурних схем основних процесів, що мають місце на тому чи іншому ринку.

Математичний підхід тут служить для коректування визначених взаємозв'язків, які встанавлені на основі логічних суджень з метою уточнення завдання розробки і використання прогнозів.

В підсумку можна об'єднати результати прогнозування, отримані на основі економіко-аналітичного і математичного підходів. Внаслідок цього розробляється інтегрований комплексний прогноз, який є основою для прийняття рішень.