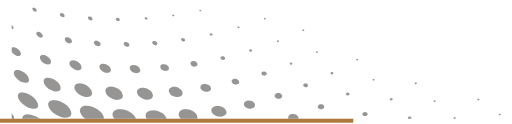


ԱՊՐԱՆՔԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ



ԼԻԱՆԱ ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ

ՀՊՏՀ կոմերցիայի ամբիոնի ասիստենտ,
տնտեսագիտության թեկնածու

ԲՆԱԿՉՈՒԹՅԱՆ ՊԱՀԱՆՋԱՐԿԻ ԿԱՆԽԱՏԵՍՄԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ԼՈՒԾՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ

Մրցակցության պայմաններում առևտրական կազմակերպության արդյունավետ գործունեության անհրաժեշտ պայման է սպառողական ապրանքների և ծառայությունների պահանջարկի կանխատեսումը:

Կանխատեսումներին վերաբերող հիմնական պահանջների բավարարումը և մշակման գործընթացում առաջացող խնդիրների լուծումը կարող են էապես նպաստել տեղեկատվության ճշգրտության աստիճանի բարձրացմանը՝ մեծացնելով նաև դրա գործնական նշանակությունը:

Հիմնաբառեր. պահանջարկի կանխատեսում, մրցակցություն,
գործարարության ծրագիր, բազիսային ժամանակաշրջան,
ֆինանսատնտեսական ճգնաժամ

Սպառողական ապրանքների և ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի կանխատեսումը սուր մրցակցության պայմաններում արդյունավետ գործունեության ծավալման անհրաժեշտ պայման է: Բնակչության պահանջարկի կանխատեսումների արդյունքում ստացված տեղեկատվությունը կարող է հիմք հանդիսանալ արտադրական պլանների կազմման, գործարարության ծրագրերի մշակման, առևտրական կազմակերպությունների, պահեստային տնտեսությունների ստեղծման և մի շարք այլ խնդիրների արդյունավետ լուծման համար: Ակնհայտ է, որ կանխատեսումներին վերաբերող հիմնական պահանջների պահպանումը և դրանց մշակման գործընթացում առաջացող խնդիրների լուծումը կարող են էապես մեծացնել տեղեկատվության ճշգրտությունը և գործնական նշանակությունը:

Ժամանակակից կանխատեսումները մշակվում են տրամաբանության և մաթեմատիկայի խիստ կանոններով, հսկայական տեղեկատվության վերլուծության հիման վրա, էլեկտրոնային հաշվիչ տեխնիկայի օգտագործման միջոցով¹։ Հարկ է նշել, որ կանխորոշված հեռանկար գոյություն չունի։ Այն մշտապես ձևավորվում է որպես նոր վիճակ, որտեղ անցյալն անհետ չի կորչում։ Բնության և հասարակության յուրաքանչյուր երևույթ պահպանում է անցյալը և հետագա զարգացման ընթացքում բնութագրվում է մի կողմից՝ որպես պատմականորեն դրսևորված վիճակ, մյուս կողմից՝ նոր, առավել կատարելագործված ձև։

Ցանկացած երևույթի կամ գործընթացի կանխատեսումը, ամենաընդհանուր ձևով, անցնում է հետևյալ փուլերը.

- կանխատեսվող օբյեկտի ընտրություն և բնութագրում,
- ելակետային անհրաժեշտ տեղեկությունների հավաքում և գնահատում,
- երևույթի զարգացման միտումների և դրա վրա ազդող գործոնների վերլուծություն,
- կանխատեսման մեթոդի ընտրություն և մաթեմատիկական մոդելի կառուցում,
- հաշվարկների կատարում,
- ստացված արդյունքների գնահատում,
- արդյունքների հիման վրա համապատասխան առաջարկությունների մշակում։

Ճշգրիտ կանխատեսման գործում էական է անհրաժեշտ տեղեկատվության ապահովումը²։ Այն պետք է լինի հստակ և լիարժեք։ Սակայն միշտ չէ, որ երևույթի զարգացման վերաբերյալ կարելի է հայթայթել այդպիսի տեղեկատվություն։ Ուստի առանձին դեպքերում հարկ է լինում հենվել նաև գիտական ենթադրությունների վրա։ Պետք է նշել՝ որքան ցածր է ելակետային տեղեկատվության ճշտության աստիճանը, այնքան ցածր են կանխատեսման իսկության մակարդակն ու արժեքը։

Կանխատեսումների մշակման ժամանակ պետք է պահպանել մի շարք հիմնական սկզբունքներ, որոնք հնարավորություն են ընձեռում մեծացնելու դրանց կիրառման գործնական նշանակությունը։ Այդ սկզբունքներից կարելի է առանձնացնել հետևյալները՝ անընդհատություն, հեռանկարային և ընթացիկ, փոխադարձ կապ, հնարավոր տարբերակների մշակում և այլն։

Շրջանառության մեջ կարևորվում է բնակչության պահանջարկի կանխատեսումը, որի մի քանի տարբերակների մշակումը ձեռներեցին հնարավորություն է տալիս ընդունելու առավել արդյունավետ և ճշգրիտ որոշումներ, որոնք պետք է բխեն առաջադրված նպատակների ու խնդիրների լուծման շահերից, կամ դրանք միմյանցից կարող են առանձնանալ պահանջարկը ձևավորող գործոնների տարբեր գնահատումների պայմաններում։ Օրինակ՝ նպատակահարմար է մշակել պահանջարկի ծավալի և կառուցվածքի կանխատեսում ոչ միայն բնակչության թվաքանակի, դրամական եկամուտների և գների անփոփոխ մակարդակի պարագայում, այլև հաշվի առնել դրանց

¹ Стѣи Информационная основа потребительской оценки товаров и услуг: современные методы и подходы, учеб. пособие /Денисова А., Зайцев Е., Молоткова Н./: Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун.-та, 2005:

² Стѣи Транспортное обеспечение коммерческой деятельности. Учебно-методическое пособие /под ред. Правдина Н./: Ульяновск : УлГТУ, 2007:

հնարավոր փոփոխությունը կանխատեսվող ժամանակաշրջանում: Ի դեպ, մոդելում ներառված գործոնների մեծության որոշումը կանխատեսվող ժամանակաշրջանում լուծում պահանջող խնդիրներից է: Ըստ էության, յուրաքանչյուր գործոնի մեծության վրա ազդում են մի շարք այլ ենթագործոններ, ուստի խնդիրը բավականին բարդ է, որի լուծման նպատակով տարբեր մասնագետներ առաջարկում են մի շարք մոտեցումներ, որոնք ընդհանուր ձևով կարելի է ներկայացնել հետևյալ կերպ.

- եթե գործոնի հեռանկարային զարգացման վերաբերյալ առկա է կառավարության համապատասխան որոշում (դրամական եկամուտների ավելացման, գների կայունության ապահովման, զբոսաշրջիկների թվի ավելացման և այլն), ապա դա պետք է հիմք ընդունել,
- եթե բազիսային ժամանակաշրջանում առկա է համապատասխան տեղեկատվություն գործոնի զարգացման վերաբերյալ, ապա այդ միտումը կարելի է տարածել նաև կանխատեսվող ժամանակաշրջանի վրա,
- եթե մասնագիտացված կազմակերպությունների կողմից մշակվել են կանխատեսումներ մեզ հետաքրքրող գործոնների վերաբերյալ, ապա դրանց արդյունքները կարելի է հիմք ընդունել,
- եթե վերը նշված միջոցներով հնարավոր չէ որոշել գործոնի զարգացման հեռանկարը, ապա այդ խնդիրը կարելի է լուծել փորձագիտական գնահատականների հիման վրա:

Կանխատեսումների մշակման գործընթացում հաճախ կարևորվում է բազիսային տարիների ճիշտ ընտրությունը, որից էլ մեծապես կախված է կանխատեսվող ցուցանիշի զարգացման հեռանկարների որոշումը³: Օրինակ՝ 2008 թ. ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի ժամանակ (նաև 2009 թ.) ՀՀ տնտեսության որոշ ցուցանիշներ անկում ապրեցին, և միայն 2010-ին առաջընթաց արձանագրվեց: Տվյալ դեպքում եթե բազիսային համարենք 2008-2013 թթ., ապա տվյալ ցուցանիշի գծով կստանանք ավելի մեծ ծավալ կանխատեսվող ժամանակահատվածում, քան այն դեպքում, երբ բազիսային տարիներն ավելացնենք (2005–2013) կամ պակասեցնենք (2010–2013):

Երբեմն կանխատեսվող ցուցանիշի բազիսային տարիներին շարժընթաց շարքի գրաֆիկական պատկերի մաթեմատիկական տեսքի ընտրությունը դառնում է անհնար, քանի որ դա ոչ մի օրինաչափության չի ենթարկվում: Տվյալ պարագայում հնարավոր է խնդրի լուծման երկու տարբերակ.

1. կանխատեսումը մշակել փորձագիտական գնահատումների արդյունքներով,
2. դինամիկ շարքը համահարթեցնել, որի արդյունքում հնարավոր կդառնա դրա գրաֆիկական պատկերի մաթեմատիկական տեսքի ընտրությունը:

Փորձագիտական մեթոդով կանխատեսումներ մշակելիս ևս առաջանում են որոշակի խնդիրներ, որոնցից կարելի է առանձնացնել հետևյալները.

- Ելնելով կանխատեսվող ցուցանիշից՝ հարկ է լինում հավաքագրել այդ ոլորտի համապատասխան մասնագետներին՝ պահանջվող աշխատանքների կատարման համար: Փորձը ցույց է տալիս, որ ոչ բոլոր մասնագետներն

³ Стен Пилипук А., Организация фирменных торгово-сбытовых систем в агропромышленном комплексе Беларуси /под ред. Гусакова В./, Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2011:

են համաձայնում համագործակցել նշված խնդրի լուծման շուրջ, ուստի նրանց շահագրգռելու միջոցներ գտնելու անհրաժեշտություն է առաջանում:

• Փորձագետների հետ աշխատանքները կազմակերպելու համար նախ պետք է կատարել մեթոդի ընտրություն (օրինակ՝ անհատական կամ խմբային հարցման մեթոդներ): Բնականաբար, ամեն մի մեթոդ ունի իր առավելություններն և թերությունները, սակայն փորձը ցույց է տալիս, որ առավել ճշգրիտ կանխատեսումներ կարելի է մշակել խմբային հարցումների մեթոդի օգնությամբ, երբ յուրաքանչյուր մասնագետ, լսելով մյուսների կարծիքները կանխատեսվող ցուցանիշի հնարավոր զարգացման վերաբերյալ, իր դիրքորոշումը ներկայացնում է առանձին գործոնների հնարավոր փոփոխության առնչությամբ, որոնք իրենց էական ազդեցությունն են թողնում նշված ցուցանիշի (մասնավորապես՝ պահանջարկի) վրա:

Բավականին լուրջ խնդիրներ են առաջանում նորմատիվային մեթոդով պահանջարկի կանխատեսման գործընթացում. այսպես՝ կանխատեսվող ժամանակահատվածում պարենային մի շարք ապրանքների սպառման ընդհանուր ծավալում ինչ մասնաբաժին է ունենալու շուկան, ինչ՝ սպառումն այլ աղբյուրների (անձնական տնտեսություն, որսագողություն, ձկնագողություն և այլն) հաշվին ինչպես բազիսային ժամանակաշրջանում, այնպես էլ կանխատեսվող տարիներին, կամ՝ փաստացի սպառումը երբ է հասնելու նորմատիվային մակարդակին: Առաջին հարցի լուծման հնարավոր տարբերակ է սպառման տարբեր աղբյուրների տեսակարար կշիռների փոփոխման միտումների հաշվառումը, վերլուծությունը և այդ օրինաչափությունների տարածումը կանխատեսվող ժամանակահատվածի վրա: Երկրորդ հարցի հետ կապված՝ կարելի է կիրառել լուծման հետևյալ տարբերակները.

- Եթե համապատասխան որոշում ընդունի Կառավարությունը, ապա դա պետք է առաջնային համարվի:
- Եթե բազիսային ժամանակահատվածում առկա են սպառման փաստացի ծավալների աճի միտումներ, ապա կարելի է որոշել այն ժամանակը, երբ փաստացի սպառումը կհասնի նորմատիվային մակարդակի: Բազիսային ժամանակահատվածի ճիշտ ընտրությունից է մեծ չափով կախված նշված խնդրի արդյունավետ լուծումը:

Նույնն են մոտեցումները նաև մի շարք ոչ պարենային ապրանքների շուկայի իրավիճակի կանխատեսումների մշակման վերաբերյալ: Սակայն, ի տարբերություն պարենային հիմնական ապրանքների սպառման ֆիզիոլոգիական նորմաների, որոնք ժամանակի ընթացքում գրեթե փոփոխության չեն ենթարկվում, ոչ պարենային ապրանքների սպառման նորմաները և ապահովվածության նորմատիվները փոփոխության են ենթարկվում՝ ելնելով սպառման առավել նպաստավոր պայմանների առաջացումից: Օրինակ՝ ներկայումս ՀՀ-ում ընտանիքների ապահովվածությունն ավտոմեքենաներով մոտ 50 միավոր է կազմում 100 ընտանիքի հաշվով, իսկ ԱՄՆ-ում այդ ցուցանիշը հասնում է 220 միավորի: Դժվար չէ ենթադրել, որ մեքենաների քանակը ՀՀ-ում մոտակա տարիներին ավելանալու է, ուստի անհրաժեշտ է համապատասխան նորմատիվի և դրա հիման վրա տվյալ շուկայի իրավիճակի և պահանջարկի զարգացման վերաբերյալ կանխատեսման մշակում:

Պահանջարկի, ինչպես նաև մանրածախ ապրանքաշրջանառության ծավալի և կառուցվածքի կանխատեսման դեպքում անհամապատասխանություն է առաջանում մասնակիների գումարի և ընդհանուր ցուցանիշի կան-

խատեսված մեծության միջև: Օրինակ՝ պարենային ու ոչ պարենային ապրանքների պահանջարկի ընդհանուր ծավալի և կանխատեսված ցուցանիշների միջև ևս առկա են շեղումներ, որոնք պետք է շտկվեն: Դա հնարավոր է անել երկու՝ ընդհանուրից դեպի մասնակիները և մասնակիներից դեպի ընդհանուրը տարբերակներով:

Նույնպիսի խնդիր է առաջանում նաև պարենային ու ոչ պարենային ապրանքների և ըստ առանձին ապրանքային խմբերի կանխատեսվող ցուցանիշների հանրագումարի հավասարակշռության ապահովման պարագայում: Մեր կարծիքով՝ այս դեպքում չպետք է առաջնորդվել համահարթեցման միայն մեկ սկզբունքով. հարկ է երկու տարբերակները կիրառել միաժամանակ՝ փոփոխության ենթարկել և՛ ընդհանուր ցուցանիշները, և՛ մասնակիները: Հաշվարկները ճշգրտելիս և ծավալն ու կառուցվածքը հաշվեկշռելիս էական նշանակություն են ծեռք բերում կանխատեսում կատարող անձի մասնագիտական հմտությունը և փորձը:

ЛИАНА АЙРАПЕТЯН

Ассистент кафедры „Коммерции” АГЭУ,
кандидат экономических наук

Проблемы прогнозирования спроса населения и пути их решения. - В условиях конкуренции прогноз спроса потребительских товаров и услуг является необходимым условием для продуктивной деятельности торгового предприятия. Информация, полученная в результате изучения спроса, является основой для эффективного решения многих проблем. Сохранение основных требований к прогнозам, и решение проблем, возникших в процессе их разработки, могут существенно повысить степень точности и практичности полученной информации.

LIANA HAYRAPETYAN

Assistant at the Chair of „Commerce”
at ASUE, PhD in Economics

Problems of Demand Prediction and Their Solutions. - In the condition of the competition the forecasting of demand of consumer goods and services is a necessary condition for the efficient activity of a trading company. Information received as a result of studying the demand, is a basis for the effective solution of many problems. Preservation of the main requirements to the prediction and solution of the problems arising in the course of their development, can significantly increase the degree of accuracy and practical value of the received information.