

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Татаренко Константин Владимирович
Научный руководитель – Зубрицкий А.Ф.

Прогнозирование служит для выяснения тенденций развития фирмы в условиях постоянного изменения факторов внешней и внутренней среды и поиска рациональных маркетинговых мероприятий по поддержанию устойчивости ее экономического поведения. В качестве инструментария при прогнозировании используется система методов, с помощью которых анализируются причинно-следственные параметры прошлых тенденций в деятельности предприятия и по результатам анализа формируются изменения в перспективе социально-экономического развития фирмы.

Методы прогнозирования, как и все методы, используемые при проведении маркетинговых исследований, можно классифицировать на эвристические (качественные), при применении которых преобладают субъективные начала, и на экономико-математические (количественные), при применении которых преобладают объективные начала. На практике количественные (экономико-математические) и эвристические (качественные) методы обычно применяются совместно. В условиях изменяющейся внешней среды интуиция и воображение, используемые в качественных методах, способны стать важными инструментами восприятия реальности, дополняя количественные подходы, которые опираются только на наблюдаемые факторы. С другой стороны, эвристическому методу также присущи значительные погрешности, и интуиция должна в возможно большей степени проверяться с помощью доступных фактов и знаний. Таким образом, следует обеспечить совместное использование этих двух подходов. Помимо получения возможных будущих оценок исследуемых параметров, целью прогнозирования также является побуждение к размышлению о том, что может произойти во внешней среде и к каким последствиям для фирмы это приведет. Прогнозирование повышает бдительность менеджеров и, следовательно, их способность реагировать на изменения. Этот эффект достигается даже тогда, когда план не выполнен в связи с тем, что некоторые гипотезы, положенные в основу прогнозного сценария, не материализовались.