

**Расширение возможностей сглаживания при прогнозировании спроса на автотранспортную технику**

Макаревич Н.В.

Белорусский национальный технический университет

Известные в продажах автотранспортной техники (АТТ) методы прогнозирования спроса, такие как «сглаживание» и «скольжение», применяются для оценки спроса на продукцию, уже выпускаемую самим предприятием или его конкурентами. Специалист по анализу спроса на АТТ располагает статистическими данными об объемах сбыта в предыдущие периоды и на их основании строит тренды, руководствуясь формулами: среднего сглаживающего – для прогноза абсолютного потенциала сбыта (количества АТТ, которое будет воспринято рынком за определенный период времени при установленном уровне цены); оптимистического среднего скользящего – для прогноза текущего потенциала сбыта (количества АТТ, которое будет воспринято за определенный период времени при установленном уровне цены с учетом давления конкурентов) при положительном тренде продаж; пессимистического среднего скользящего – для прогноза текущего потенциала сбыта АТТ при отрицательном тренде продаж.

Достоинства прогноза методом сглаживания состоят в том, что данным последних периодов придается больший удельный вес и таким образом возможно учесть тенденцию к расширению или сокращению продаж. Недостатком, с точки зрения аналитиков, является невозможность «управлять» прогнозом, то есть получать дифференцированные оптимистический и пессимистический тренды.

Предлагается преодолевать этот недостаток за счет креативной работы с константами, корректирующими величины объемов продаж в предыдущие периоды.

По сравнению с классическим «сглаживанием» и даже средним биквадратическим из правила мажорантности «оптимистическое сглаживание первого порядка» позволяет учесть существенный рыночный фактор, благоприятно влияющий на спрос. Еще более влиятельный фактор позволяет учесть формула под условным названием «оптимистическое сглаживание второго порядка» или «оптимистическое сглаживание с арифметической прогрессией».

Таким образом, в распоряжение специалиста, анализирующего продажи АТТ, помимо традиционной десятки инструментов прогнозирования спроса поступают новые модели (две «оптимистического сглаживания» и две – «пессимистического»).