

УДК 339.

Садовий В. - ст. гр. ПМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ПРОДУКЦІЮ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Шпилик С.В.

Sadovyy V.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

PREDICTION DEMAND FOR PRODUCTS

Supervisor: Ph.D. Associate Professor S.V. Shpylyk

Ключові слова: попит, продукція, прогнозування, товар, чинник.

Keywords: demand products, forecasting, product factor.

Прогнозування продажу займає центральне місце в плануванні майбутньої діяльності фірми. Незалежно від розмірів фірми і кількості її торгових агентів цей прогноз впливає на всі аспекти планування. У залежності від прогнозу фірма вирішує, наприклад:

1. збільшувати чи зменшувати свої виробничі потужності;
2. залучати більше чи менше матеріальних і людських ресурсів;
3. питання фінансування (чи потрібно буде отримувати, чи ні).

На основі прогнозу продажу фірма прогнозує свої майбутні прибутки.

Прогноз продажу - це прогноз обсягу реалізації товару (послуги) на деякий майбутній період. Як правило (але не завжди), базується на минулих трендах в обсягах продажу плюс прогнози економічного стану регіону, ринку, країни тощо. Прогноз продажу може проводитися в натуральних і вартісних показниках. Зазвичай, він складається на рік. Мета для річного обсягу продажу - з'ясувати, який виріб, за якою ціною, і в якій кількості можна буде продати в наступному році. Річні прогнози продажу розбиваються на квартальні і помісячні. Чим коротші прогнози продажу, тим точнішою і повнішою повинна бути інформація, яку вони містять.

Прогноз обсягу продажу здійснюється на основі аналізу і обговорення різних мікро- і макроекономічних факторів, в тому числі і тих, що описуються статистичними даними. До основних факторів, що впливають на прогноз обсягу продажу відносяться:

- обсяги продажу в минулому;
- смаки споживачів, в т.ч. довіра і відношення покупців до товару і фірми-товаровиробника;
- число покупців;
- ціни, в т.ч. на доповнюючі товари і взаємозамінні;
- доходи покупців;
- очікування покупців;
- виробничі потужності;
- організацію продажу;
- якість товару;
- упаковку і дозування;
- рекламу;
- дизайн;

- умови кредитування;
- конкуренцію;
- сезонні коливання;
- життєвий цикл товару та інші.

Прогноз продажу представляє собою розрахунок можливого впливу перерахованих факторів. Однак, включення в розрахунок значної кількості факторів при побудові прогнозової моделі вважається не виправданим, оскільки підвищення точності і надійності приводить до значного ускладнення обчислювальної роботи. До того ж багато факторів дублюють чи взаємозаміщують один одного. Тому рекомендується включати в економіко-математичну модель прогнозу продажу лише два-три основних фактори.

Є чимало методів прогнозування попиту, починаючи від відносно простих методів до методів, які використовують складні математичні процедури і ЕОМ. Методика для конкретного випадку залежить від виду продукції, характеру передбачуваного ринку збуту і основних детермінантів росту попиту.

УДК 336.717.3

Поліщук К. -ст. гр. ЗФБС-16-2М

Житомирський державний технологічний університет

РОЗВИТОК ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Науковий керівник: к.е.н, доцент Новак О.С.

Polischuk K.O.

ZhytomyrStateTechnologicalUniversity

THE DEVELOPMENT OF DEPOSIT OPERATIONS OF COMMERCIAL BANKS

Supervisor: Novak O.S.

Ключові слова: банківські ресурси, залучені кошти, депозитні ресурси, депозит.

Keywords: bankresources, raisedfunds, depositresources, deposit, bank.

Головною метою банківського менеджменту у сфері політики мобілізації ресурсів слід вважати створення оптимальної ресурсної бази, яка за умови найменших видатків на формування фінансових ресурсів сприятиме підтримці стабільного рівня доходів, репутації банку на рівні, достатньому для залучення ним необхідних грошових ресурсів на вигідних умовах. Основним джерелом залучення комерційними банками фінансових ресурсів є депозити.

Відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність», депозит – це кошти в готівковій або в безготівковій формі, у валюті України або в іноземній валюті, які розміщені клієнтами на їхніх іменних рахунках у банку на договірних засадах на визначений строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладникові відповідно до законодавства України та умо вдовговору.

Депозит має ряд переваг в порівнянні з іншими джерелами формування банківських фінансових ресурсів, адже комерційні банки самостійно розробляють