

СТАТИСТИКА

РЫНКА

ТОВАРОВ И УСЛУГ

Министерство образования и науки Российской Федерации
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Экономический факультет

С.М. Спорыш

СТАТИСТИКА РЫНКА
ТОВАРОВ И УСЛУГ

Практикум

Благовещенск

2004

ББК 65.051 я 73

С 73

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета*

Спориш С.М.

Статистика рынка товаров и услуг. Практикум для студентов очной, заочной и сокращенной форм обучения. Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2004.

Практикум содержит перечень тем, рассматриваемых при изучении данной дисциплины, темы по курсовой работе и требования к ее выполнению. По каждой теме приведены контрольные вопросы, задачи и тест для проверки усвоения материала. Имеется перечень вопросов к экзамену.

Рецензент: С.И. Королева, зав. кафедрой менеджмента и коммерции
БФ МосАП, доц., канд. экон. наук

© Амурский государственный университет, 2004

Введение

Дисциплина «Статистика рынка товаров и услуг» предусматривает последовательное изучение понятийного аппарата, методологии статистики рынка, прикладных аспектов ее использования.

Курс включает следующие темы: статистика товаров и услуг, статистические методы исследования экономической конъюнктуры; статистика товарооборота и товарных запасов, рыночной инфраструктуры, цен, принятия решений в условиях неопределенности; выявление трендов и циклов; прогнозирование развития социально-экономических процессов.

Целью методических указаний для самостоятельной работы является формирование у студентов представления об основных системах показателей и методах сбора и анализа статистической информации, навыков самостоятельного анализа реальных рыночных ситуаций на микро- и макроуровнях.

Практикум содержит контрольные вопросы, задачи, задания, тесты по темам курса (в большинстве своем позаимствованные из источника №4), тематику и требования к оформлению курсовой работы.

С процессом самостоятельного выполнения предложенных заданий студент должен закрепить содержание статистики рынка товаров и услуг как научной дисциплины, основные понятия коммерческой статистики, методику расчета важнейших статистических показателей, основные принципы экономико-статистического анализа товарооборота, товарных запасов, инфраструктуры и конъюнктуры рынка.

Пособие предназначено для студентов дневной, заочной и сокращенной формы обучения, студентов и слушателей, проходящих подготовку по специальности 06.15 «Маркетинг» и основывается на знании таких дисциплин, как «Экономика», «Экономическая теория», «Маркетинг», «Статистика».

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Тема 1. Предмет, методы, задачи, система показателей статистики рынка товаров и услуг.

Контрольные вопросы:

1. Раскройте сущность и задачи статистического изучения рынка.
2. Охарактеризуйте систему показателей статистики рынка в соответствии с содержанием изучаемых рыночных процессов.
3. Назовите и обоснуйте главные цели, концептуальные и функциональные задачи статистики рынка.
4. Перечислите и охарактеризуйте основные источники статистической информации о рынке товаров и услуг.
5. Какими основными методами пользуется статистика рынка? Для каких целей применяются те или иные методы?
6. Значение статистического обеспечения информацией маркетинговых пользователей.

Тест.

(здесь и далее выбрать из трех вариантов один правильный ответ)

1. Статистическое исследование рынка - это:
 - а) глубокое изучение теории и практики статистики коммерческой деятельности;
 - б) исследовательская деятельность, направленная на удовлетворение информационно-аналитических потребностей;
 - в) научное исследование и разработка типовых программ управления некоторыми рыночными явлениями и процессами.
2. Конечная цель рынка как системы:
 - а) удовлетворение покупательского спроса;

б) извлечение прибыли;

в) равновесие между спросом и предложением;

3. Кто испытывает потребность в маркетинговой информации?

а) руководство фирмы;

б) налоговая служба;

в) статистические органы.

4. Не существует различий между статистикой рынка и статистикой коммерческой деятельности:

а) да;

б) нет;

в) не знаю.

5. В чем заключается роль статистики в маркетинговом исследовании?

а) в возможности использования компьютерной техники;

б) в возможности использования графиков и диаграмм;

в) в обеспечении точности оценок и прогнозов, выявлении взаимосвязей.

6. Расчеты и выводы бизнес-статистики рынка товаров и услуг адресованы статистическим органам, поставщикам, отделам маркетинга фирм:

а) да; б) нет; в) не знаю.

7. Объективная возможность статистического изучения рынка обусловлена тем, что:

а) практически все проявления действия рыночного механизма можно выразить в виде количественной характеристики;

б) рынок проявляет стихийность, непредсказуемость и оценить его основные параметры можно путем качественных оценок;

в) статистика позволяет строить прогнозы дальнейшего развития рынка.

8. Каждый показатель из пяти блоков статистики рынка товаров и услуг обслуживают только определенный рыночный процесс:

а) да; б) нет; в) не знаю.

9. Масштабы рынка, его потенциал, объем товарной массы, размер прибыли можно охарактеризовать при помощи:

- а) абсолютных показателей;
- б) относительных показателей;
- в) индексов.

10. Выявить связи и зависимости между рыночными явления можно при помощи:

- а) метода группировок;
- б) метода относительных показателей;
- в) индексного метода.

Тема 2. Статистические методы исследования рыночной конъюнктуры.

Контрольные вопросы:

1. Какую роль статистическое исследование рыночной конъюнктуры играет в планировании и управлении рыночной деятельностью, а также в регулировании рыночных процессов?
2. Дайте определение рыночной конъюнктуры; какой смысл вы вкладываете в понятие рыночной ситуации; какие факторы определяют состояние рынка на каждый момент времени?
3. Раскройте содержание предмета статистического исследования рыночной конъюнктуры?
4. Сформулируйте и прокомментируйте основные цели и задачи статистики конъюнктуры рынка.
5. Охарактеризуйте систему показателей статистики конъюнктуры рынка. В чем проявляется специфика информационной базы статистики конъюнктуры рынка? Раскройте источники конъюнктурной информации.
6. Что входит в состав конъюнктурной информации? Перечислите ее источники.
7. Что такое тенденциальные опросы? Как их проводят?
8. Чем отличается интервьюирование от анкетирования?
10. Как изучать конъюнктуру рынка с помощью экспертных оценок? Какие методы экспертных оценок вам известны?

11. Как организовать экспертное изучение параметров рыночной конъюнктуры с помощью дельфи-метода?
12. Какие типы рынка вам известны? Какие статистические показатели их характеризуют?
14. Дайте определение товарного предложения и покупательского спроса. Как построить баланс спроса?
15. Какие методы применяются для определения основных тенденций развития рынка? Можно ли эти методы использовать для прогнозирования дальнейшего развития рынка?
16. Как определить производственный потенциал рынка?
17. Как определить емкость потребительского рынка?
18. Каким образом можно смоделировать тенденцию развития рынка на основе анализа динамических рядов основных рыночных параметров?
19. Как оценить степень устойчивости развития рынка во времени?
20. Как оценить равномерность развития рынка в пространстве?
21. Раскройте сущность цикличности развития рынка.
22. В чем проявляется сезонность развития рынка? Какие методы анализа сезонности вам известны?
28. Как определить и оценить долю, занимаемую фирмой на рынке?
31. Что понимается под эластичностью спроса и предложения?

Пример1. Определите общую емкость рынка товара Q на основе данных таблицы. Согласно прогнозу цены могут вырасти на 20%. Предполагается, что доходы (в расчете на одну семью) у высокообеспеченного населения вырастут на 30%, у среднеобеспеченного - на 10, а у малообеспеченного населения - на 2%.

Таблица 1. Факторы емкости рынка.

Социальная группа по доходу	Число домохозяйств (семей), тыс.	Среднедушевой размер потребления в базисном периоде, ед./семью	Коэффициент эластичности, %		Наличие товаров у потребителей, тыс. ед.	Износ (в процентах от наличия)		Натуральное потребление, в процентах к общему
			от цен	от дохода		физический	моральный	
I. Высокообеспеченные	100	8,2	-0,6	+ 1,2	90	10	125	5
II. Среднеобеспеченные	400	3,4	-1,4	+2,5	24	8	12	15
III. Малообеспеченные	500	1,5	-3,0	+3,4	16	6	5	30

Пример 2. Составьте кейс и решите его по расчету емкости потребительского рынка конкретного товара в г. Благовещенске или Амурской области. В качестве исходных, возьмите данных из статистических сборников по Амурской области (наличие товаров у населения, среднедушевой размер потребления, показатели доходов, индексы цен и др.).

Тест.

1. Что лежит в основе емкости потребительского рынка?
 - а) производственный потенциал предприятий, производящих товары потребительского назначения;
 - б) численность, состав и потребности населения;
 - в) торговая инфраструктура (численность торговых предприятий).
2. Что такое моральный износ товаров?

- а) товар, выработавший свой ресурс;
- б) отказ от использования товара в результате появления на рынке нового, более совершенного;
- в) товар, от потребления которого отказываются по моральным причинам.

3. Насыщенность рынка товарами - это:

- а) сверхнормативные товарные запасы в торговле;
- б) наличие товаров в магазинах и у населения.

4. В чем заключается существенная разница между оптовым и потребительским (розничным) рынками?

- а) на оптовом рынке в качестве покупателей выступают предприятия, а на потребительском - население;
- б) на оптовом рынке цены выше, чем на потребительском;
- в) на оптовом рынке товары продаются крупными партиями, в то время как на потребительском - в небольшом количестве.

5. Что такое товарное предложение?

- а) объем производства фирмы за определенный промежуток времени;
- б) количество товаров, поставленных на рынок, и количество товаров, которое может быть поставлено на него за определенный период;
- в) коммерческий документ, содержащий предложения о поставке товаров.

6. В качестве индикатора соотношения спроса и предложения можно использовать:

- а) продажу товара;
- б) товарный запас;
- в) прибыль.

7. Пропорциональность рынка определяется:

- а) оптимальным соотношением основных его элементов, сложившимся в результате комплексного действия рыночных факторов;
- б) плановыми заданиями;
- в) наличием покупательных фондов у потребителей.

8. Баланс спроса-предложения - это:

- а) балансовая таблица, где выявляются расхождения спроса и предложения;
- б) расчет покупательных фондов населения;
- в) оценка влияния спроса на предложение.

9. Рыночный индикатор - это:

- а) статистический показатель, чутко реагирующий на изменения рыночной ситуации;
- б) опытный работник торговли, интуитивно оценивающий рыночную ситуацию;
- в) специальный прибор.

10. Товарная структура - это:

- а) перечень товаров и товарных групп;
- б) система, отражающая удельный вес каждого товара в общем объеме продаж;
- в) набор видов и подвидов каждого товара, расположенных в определенной последовательности.

11. Основная тенденция развития рынка - это:

- а) закономерность изменения его параметров во времени;
- б) развитие товарооборота в соответствии с ранее намеченным планом;
- в) динамика товарооборота, цен и товарных запасов.

12. Индекс физического объема товарооборота может быть использован в конъюнктурном анализе:

- а) для измерения скорости продажи объема многоструктурной товарной массы;
- б) для оценки сбалансированности рынка;
- в) для оценки устойчивости рынка.

13. Техническое сглаживание уровней динамического ряда является:

- а) сглаживанием эмпирических данных с помощью специальной техники;
- б) оценка тенденции развития «на глазок» без использования эмпирических данных;
- в) проведение трендовой линии визуально, таким образом, чтобы она была равноудалена от всех точек эмпирических данных.

14. Какая модель тренда отражает сокращение продажи с постепенным замедлением падения:

- а) уравнения прямой линии;
- б) уравнения степенной кривой;
- в) гиперболы;
- г) полулогарифмическая кривая.

15. Какая модель тренда отражает рост продажи с постепенным замедлением падения:

- а) уравнения прямой линии;
- б) уравнения степенной кривой;
- в) гиперболы.
- г) полулогарифмическая кривая

16. Экстраполяция - это:

- а) логический вывод о дальнейшем развитии параметров рынка;
- б) балансовый способ определения неизвестных данных;
- в) подстановка в уравнение тренда номера следующего периода/даты.

17. Конъюнктурный анализ возможен в лишь на основе в качественной оценке ситуации на рынка, поскольку рынок развивается стихийно, его нельзя охарактеризовать точными количественными оценками.

А) да;

Б) нет

18. В чем проявляется стихийность рынка?:

- а) в невозможности планирования рыночной деятельности;
- б) в колебаниях его параметров, чуткой реакции на любые возможные действия;
- в) в непредсказуемости развития рынка, нереальности оценки его колебания.

19. Как измерить сезонные колебания:

- а) определить число сезонных периодов;
- б) исчислить коэффициент вариации;

в) установить экспертным путем

20. Индекс сезонности отражает;

а) интенсивность сезонных колебаний;

б) отношение фактического уровня к многолетней средней;

в) цикличность развития рынка.

Тема 3. Статистика товарооборота и товарных запасов.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключается сущность товарооборота и товародвижения.

2. Какие цели и задачи статистики товародвижения вы можете назвать.

3. В чем заключается сущность торгового посредничества и звенности товародвижения? Какое влияние звенность товародвижения оказывает на экономическую и социальную эффективность рыночной деятельности?

4. Как рассчитывается показатель коммерческой и складской звенности?

5. Охарактеризуйте показатели структуры товарооборота.

6. Как определить выполнения договорных обязательств по объему и ассортименту?

7. Как охарактеризовать условия соблюдения договора по качеству товаров?

Какие показатели оценки качества вам известны?

8. Почему равномерность и ритмичность поставки являются предпосылкой нормальной деятельности предприятий? При помощи каких показателей можно оценить равномерность и ритмичность поставки?

9. Согласны ли вы, что индексный метод предоставляет наиболее широкие возможности для анализа динамики товарооборота? Аргументируйте свою позицию.

10. Какие цели, задачи и методы регионального анализа товарооборота вы знаете? Какую роль играют демографические факторы в динамических и межрегиональных сравнениях товарооборота?

11. Назовите и охарактеризуйте основные классификационные признаки, по которым группируются товарные запасы.

12. Каким образом товарные запасы характеризуют рыночную ситуацию?
13. Охарактеризуйте разницу между понятиями: обеспеченность товарооборота товарными запасами и время одного оборота.
14. Охарактеризуйте основные методы определения оптимального размера товарного запаса.
15. Назовите основные методы анализа состояния и изменения товарных запасов. В чем заключаются позитивные и негативные моменты их использования?
16. Охарактеризуйте факторы, оказывающие влияние на товарооборачиваемость.
17. Как построить индексные факторные модели динамики скорости товарооборота и времени обращения товарных запасов?

Тест.

1. В анализе территориального распределения товарооборота широко используются специфические методы:

- а) регионального анализа;
- б) абсолютных показателей;
- в) относительных.

2. Статистическая характеристика товародвижения используется при:

- а) разработке стратегии маркетинга;
- б) оценке выбора каналов товародвижения;
- в) форм товарной дистрибьюции;
- г) а,б,в.
- е) б,в.

3. Региональный анализ товарооборота - это:

- а) изучение состояния и развития товарооборота каждого отдельного региона;
- б) характеристика межрегиональных товарных связей;
- в) исследование межрегиональных различий объема, уровня, структуры и динамики товарооборота.

г) изучение состояния и развития товарооборота каждого отдельного субъекта федерации, города;

д) б, в, г;

е) а, б,в.

4. Позволяет ли факторная индексная модель выявить или исключить влияние демографических факторов на товарооборот?

Да Нет Не знаю

Если «да», то постройте и интерпретируйте такую модель по следующим данным:

Товарооборот, млн руб.		Численность населения, тыс. чел.	
прошлого года	данного года	прошлого года	данного года
500	720	250	300

5. Влияют ли различия в доходах социальных групп населения не только на размер, но и на структуру покупок товаров?

Да Нет Не знаю

Если «да», то докажите это, используя следующие данные:

Среднемесячные доходы населения, руб.	Расходы на покупку, руб.	
	продовольственных товаров	непродовольственных товаров
2000	600	1000
1000	400	400
500	250	150

6. Наличие и движение товарной массы охватывает такие показатели как :

а) товарооборот, товарные запасы и товарооборачиваемость;

б) издержки обращения, прибыль от реализации, товарный запас;

в) спрос, предложение, товарооборот;

7. Товарные запасы рассматриваются как:

- а) товар, ожидающий момента реализации;
- б) составная часть потенциала рынка;
- в) индикатор рыночного механизма и деловой активности;
- г) фактор экономической эффективности рыночной деятельности;
- д) а, в, г;
- е) б, д.

8. Минимально допустимый объем товарных запасов

- а) их величина при условии поступления всех заказанных товаров;
- б) величина, которая свидетельствует о необходимости пополнения запаса товаров;
- в) количество товарной массы, гарантирующее своему владельцу бесперебойную работу торгового предприятия или склада в непредвиденных случаях.

9. Максимальный объем товарных запасов

- а) их величина при условии поступления всех заказанных товаров;
- б) количество товарной массы, гарантирующее своему владельцу бесперебойную работу торгового предприятия или склада в непредвиденных случаях;
- в) величина, которая свидетельствует о необходимости пополнения запаса товаров.

10. Резервный объем товарных запасов

- а) их величина при условии поступления всех заказанных товаров;
- б) количество товарной массы, гарантирующее своему владельцу бесперебойную работу торгового предприятия или склада в непредвиденных случаях;
- в) величина, которая свидетельствует о необходимости пополнения запаса товаров.

11. Индексные модели товарооборота и товарных запасах решают задачи:

- а) анализа динамики и сопоставлений товарооборачиваемости;
- б) оценки скорости (интенсивности) изменений товарооборачиваемости;
- в) определения влияния некоторых факторов, в том числе структурных сдвигов в товарообороте и самих товарных запасах.
- г) а, в;

е) б,в.

12. Под запасоемкостью понимают:

а) число дней, в течение которых товар находился в форме товарного запаса;

б) показатель, характеризующий объем товарных запасов на единицу товарооборота;

в) показатель, характеризующий число дней торговли, на которые хватит товарных запасов до момента их полного истощения;

г) число продаж, через которые прошел товар, находясь в сфере товарного обращения.

13. Обеспеченность товарооборота товарными запасами это:

а) показатель, характеризующий число дней торговли, на которые хватит товарных запасов до момента их полного истощения.

б) число дней, в течение которых товар находился в форме товарного запаса;

в) показатель, характеризующий объем товарных запасов на единицу товарооборота;

г) число продаж, через которые прошел товар, находясь в сфере товарного обращения.

14. Скорость товарного обращения это:

а) показатель, характеризующий число дней торговли, на которые хватит товарных запасов до момента их полного истощения.

б) число дней, в течение которых товар находился в форме товарного запаса;

в) показатель, характеризующий объем товарных запасов на единицу товарооборота;

г) число продаж, через которые прошел товар, находясь в сфере товарного обращения.

15. Время одного оборота это:

а) показатель, характеризующий число дней торговли, на которые хватит товарных запасов до момента их полного истощения.

б) показатель, характеризующий объем товарных запасов на единицу товарооборота;

в) число оборотов (продаж), через которые прошел товар, находясь в сфере товарного обращения.

г) число дней, в течение которых товар находился в форме товарного запаса.

16. Инвентаризация как метод учета товарных запасов:

а) основывается на сплошном учете всех товаров;

б) базируется на подсчете не товаров, а товарных мест;

в) основывается на аналитическом учете товарных запасов на начало и конец периода, поступления и реализации товарных запасов.

17. Динамика скорости товарного обращения находится в:

а) прямой зависимости от динамики товарооборота;

б) прямой зависимости от динамики средних товарных запасов;

в) обратной зависимости от динамики товарооборота.

18. Балансовый метод анализа состояния товарных запасов:

а) основывается на сплошном учете всех товаров;

б) заключается в подсчете не товаров, а товарных мест;

в) основывается на аналитическом учете товарных запасов на начало и конец периода, поступления и реализации товарных запасов.

19. Оперативный метод анализа состояния товарных запасов:

а) основывается на сплошном учете всех товаров;

б) заключается в подсчете не товаров, а товарных мест;

в) основывается на аналитическом учете товарных запасов на начало и конец периода, поступления и реализации товарных запасов.

20. Оптимальный товарный запас:

а) товарный запас, который обеспечивает бесперебойное обращение товарной массы при заданном минимуме затрат;

б) объем товаров, который обеспечивает постоянный выбор товаров в соответствии с покупательским спросом;

в) состоит из размера товарных запасов на время приемки и предпродажной подготовки товара, страхового запаса на случай непредвиденного спроса.

Тема 4. Статистика рыночной инфраструктуры.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключается роль инфраструктуры в рыночном процессе?
2. Дайте определение рыночной инфраструктуры как предмета статистического исследования.
3. Какие составные элементы входят в рыночную инфраструктуру?
4. Перечислите и прокомментируйте задачи статистики рыночной инфраструктуры.
5. Охарактеризуйте систему показателей статистики рыночной инфраструктуры; вспомните, к какому блоку показателей статистики рынка они относятся; раскройте связи между данным блоком показателей и другими блоками.
6. Какие методы используются для выявления потребности в торговом-складских помещениях?
7. Как определить численность (площадь) торговых предприятий на начало текущего года?
8. С помощью каких методов можно охарактеризовать динамику численности и размера торговых предприятий и выявить в ней роль интенсивных и экстенсивных факторов?
9. Охарактеризуйте формы торгового обслуживания, их роль в пропускной способности торговых предприятий; определите, какие методы анализа используются для этой цели.
10. В чем суть процесса концентрации в торговле? Какие методы используются для его анализа?
11. С какой целью и каким образом проводится анализ наличия и использования трудового контингента рыночной сферы.

Пример1. Проведите анализ динамики общего размера торговой площади.

Показатели	Периоды				Индексы (%)
	Базисный		Текущий		
	1 вариант	2 вариант	1 вариант	2 вариант	
1.Число предприятий торговли (N), Тыс. ед	52,0	58,2	58,4	54,5	
2.Торговая площадь (M), Тыс. м ²	6 853	7 145	6 954	7 798	
3.Средний размер площади на 1 предприятие (m), м ²					

Определите изменение размера торговой площади: а) общее; б) частное:

- за счет изменения числа торговых предприятий;
- за счет изменения среднего размера торговой сети.

Пример 2. Известны следующие данные:

Показатели	Периоды		Индексы (%)
	Базисный	текущий	
1.Торговая площадь (M), м ²	89 867	90 954	
3.Средний размер площади на 1 предприятие (m), м ²			
5.Средний товарооборот на 1 предприятие, млн. руб.			
6.Средний товарооборот в среднем на 1 м ² торговой площади			
7.Число работников, тыс. чел.	22,4	29,20	
8.Численность населения, млн. чел.	14,3	15,0	
9.Число предприятий на 10 000 чел., ед/10 000 чел.			
10. Торговая площадь на 10 000 чел., м ² /10 000 чел.			
Продолжение таблицы			
11. Число работников на 10 000 чел. раб./10 000 чел.			
12. Число работников на 1 предприятия Чел./пред-приятие			

В 2002 году в сфере розничной торговли действовало около 5,6 магазинов, киосков и палаток. В отчетном (2003) году их численность увеличилась на 4,3%. Размер розничного товарооборота в 2002 г. составил 15 163 млн. рублей, что в сопоставимых ценах на 4% выше, чем в предыдущем году.

Оцените изменение обеспеченности населения торговыми предприятиями используя следующие зависимости:

А) динамика плотности торговой сети зависит от отношения индексов числа предприятий розничной торговли и индексов численности населения;

Б) динамика общей торговой площади находится в прямой зависимости от числа предприятий и среднего их размера;

В) динамики общей торговой площади прямо пропорционально зависит от индексов численности населения и индексов обеспеченности населения торговой площадью.

Пример 3. Составьте кейс и решите его по оценке обеспеченности основными фондами предприятий оптовой и розничной торговли, массового питания и сферы услуг в г. Благовещенске или Амурской области (оцените показатели объема, структуры и динамики основного капитала. В качестве исходных возьмите данные из статистических сборников (Источник №8).

Пример 4. Используя данные примера 2, рассчитайте товарооборот на одного работника и оцените его динамику. Оцените влияние изменения производительности труда и численности работников на рост товарооборота.

Пример 5. Проведите анализ влияния организационной структуры торговли на динамику ее эффективности:

Группы магазинов по формам торговли	Базисный период			Текущий период			Товарооборот текущего периода при уровне эффективности базисного, тыс. у.е.
	Товарооборот на 1 м ² пл., тыс. у.е./м ²	Уд. вес в общей площади, %	Товарооборот в расчете на 100 м ² , тыс. у.е.	Товарооборот на 1 м ² пл., тыс. у.е./м ²	Уд. вес в общей площади, %	Товарооборот в расчете на 100 м ² , тыс. у.е.	
	Э ₀	М ₀	Э ₀ * М ₀	Э ₁	М ₁	Э ₁ * М ₁	
1	2	3	4	5	6	7	8
Продолжение таблицы							
1	2	3	4	5	6	7	8
Прогрессивные формы	6,5	70		5,2	40		
Традиционные	4,0	30		2,1	60		
Итого							

В качестве показателя эффективности используете товарооборот на 1м^2 площади торгового зала. Рассчитайте: 1) средний уровень эффективности для базисного и текущего периодов; 2) индексы эффективности различных форм торговли фиксированного, переменного состава и структурных сдвигов.

Тема 5. Статистика цен.

Контрольные вопросы:

1. Определите сущность, роль и функции цены на рынке.
2. Назовите основные задачи статистики цен.
3. Перечислите основные методы статистики цен.
4. Обоснуйте необходимость использования системы показателей статистике цен.
5. Как классифицируются рыночные цены?
6. Определите уровень и виды уровней цен.
7. С какими проблемами встречается статистика цен при расчете средней цены?
8. Перечислите основные методы изучения соотношения цен.
9. Назовите основные показатели изучения вариации цен.
10. Какие особенности имеет каждое направление изучения вариации цен?
11. Определите достоинства и недостатки использования коэффициента вариации в анализе цен.
12. Какие виды индексов цен вы знаете?
13. Назовите достоинства и недостатки системы индексов средних цен?
14. Почему агрегатная форма индекса наиболее распространена в статистике цен?
15. Что такое инфляция? Каковы ее причины? . Назовите основные показатели инфляции. . Правильно ли высказывание: «рост цен — это инфляция»?
16. Существует выражение «инфляционный рост цен. Какой рост цен не является таковым?

Пример 1. Используя данные таблицы, определите отпускную, оптовую и розничную цены изделия.

Показатели	Предприятие – изготовитель		Оптово-сбытовая база		Розничные торговые предприятия
	1-е полугодие 2002 года	2-е полугодие 2002 года	1-е полугодие 2003	2-е полугодие 2003	
Расходы на оплату труда, руб.	800	850	192	210	-
Материальные затраты, руб.	2400	3000			
Амортизационные отчисления, руб.	300	280			
Прочие расходы	260	300			
Рентабельность изделия, %	25	25			
Торговая наценка, %	-		8		22

Определите: 1) отпускную, оптовую и розничную цены изделия в 1-м и 2-м полугодии; 2) относительный показатель структуры каждого вида цен (%); 3) показатель структурных сдвигов каждого вида цен.

Пример 2. Имеются данные о продаже некоторых продовольственных товаров на колхозном рынке города:

Товары	Продано (тыс. единиц)		Цена за единицу (руб.)	
	Базисный период	Отчетный период	Базисный период	Отчетный период
Картофель, кг	236,0	294,2	3,5	4,1
Молоко, л	7,5	6,1	6,5	7,0
Говядина, кг	10,0	14,6	55,	58,

Определите: 1) индивидуальные индексы цен и физического объема реализации; 2) общие индексы цен товарооборота и физического объема реализации; 3) сумму экономии или дополнительных затрат покупателей за счет изменения цен на каждый товар в отдельности и в целом на все товары.

Пример 3. Оцените динамику каждого сорта, среднюю цену за каждый квартал, а также систему индекса средних цен.

Сорт товара	Цена, тыс. руб.		Количество, шт.		Товарооборот, млн. руб.			Индивидуальный индекс цен, i_p
	1 кв.	2 кв.	1 кв.	2 кв.	$p_0 g_0$	$p_1 g_{01}$	$p_0 g_1$	
1	40	80	500	200				
11	50	70	300	600				
111	60	90	200	200				
Итого								

Пример 4. Имеются следующие данные о ценах на мясо на продовольственных рынках города:

Рынки	Цена, руб.	Товарооборот, тыс. руб
1	150	32 840
2	145	35 900
3	160	25 000
4	135	44 000
5	138	20 800
6	140	40 800
7	178	15 900
8	150	19 020
9	146	20 780

Оцените колеблемость цен на рынках города.

Пример 5. Известны следующие данные:

Показатели	Базисный год		Текущий год		Темп роста, %
	1 в-т	2 в-т	1 в-т	2 в-т	
ВВП в текущих ценах	2 468,9	21 789	25 899	30 987	
в постоянных ценах базисного года	2 450,6	21 000	20 005	15 780	
Индекс потребительских цен	120	110	135	118	

Определите: 1) дефлятор ВВП; 2) цените покупательную способность рубля; 3) уровень инфляции.

Тема 6. Статистические методы принятия решений в условиях неопределенности.

1. В чем заключается сущность коммерческого (рыночного) риска,
2. Виды и статистические критерии риска.
3. Охарактеризуйте основные способы оценки уровня риска.
4. Назовите известные вам методы снижения уровня вероятных рисков.

Статистическая оценка степени несостоятельности предприятия.

Пример 1. Проведите расчет уровня риска на основе следующих данных (источник №1):

Факторы (критерии) риска	Конъюнктурная оценка	Балл B_i	Вес W_i
Емкость рынка	Значительная	2	0,20
Тенденция спроса и его устойчивость	Неустойчивый спад с замедлением	7	0,20
Конкурентоспособность нового товара фирмы	Высокая	2	0,15
Интенсивность конкуренции	Средняя	5	0,10
Финансовое состояние и кредитоспособность	Удовлетворительное	4	0,08
Обеспеченность производства сырьем и материалами	Нормальная	3	0,08
Надежность дистрибьюторов, уровень сервиса	Достаточные	3	0,06
Качество работы маркетинговой службы	Хорошее	3	0,06
Сбыт и розничная продажа старого товара фирмы	Успешные	2	0,04
Имидж фирмы	Высокий	1	0,03
Сумма		-	1,00

Пример 2. Проведите расчет уровня риска.

Молочный Комбинат Благовещенский подготавливает новый товар (пена на основе взбитых сливок) к выходу на рынок. Риск связан с опасностью не реализовать все партию товара и не получить намеченную сумму прибыли. Выберите 10-12 критериев риска. Экспертным путем определите атрибутивные оценки факторов. Каждому фактору присвойте балл, характеризующий степень риска за счет данного фактора, и вес, отражающий роль данного фактора в образовании рискованной ситуации. Оцените уровень риска.

Тема 7. Прогнозирования развития рынка.

Контрольные вопросы:

1. Охарактеризуйте виды прогнозов рыночного развития.
2. Раскройте сущность основных приемов и методов прогнозирования рынка.
3. Зачем фирме нужны оценки и прогнозы покупательского спроса?
4. Существует ли связь между оперативным и долгосрочным прогнозами спроса?
5. Какие основные факторы влияют на спрос?

6. В чем суть сценарного способа прогнозирования спроса?
7. Нужен ли фирме дифференцированный прогноз спроса: по территории, группам потребителей, субрынкам и т.п.
7. В чем преимущество прогнозирования с помощью многофакторного регрессионного метода перед экстраполированием по трендовой модели?
8. Какие типы статистических моделей могут быть использованы в целях среднесрочного и долгосрочного прогнозирования спроса?
9. Является ли предупреждающая (сигнальная) информация методом прогнозирования спроса? В чем ее сущность?
10. Как осуществить прогнозную экстраполяцию спроса?
11. Как определить точность прогноза?

Пример 1. В целях статистического исследования и прогнозирования покупательского спроса оцените зависимость структуры товарооборота от дохода на одного члена семьи на основании следующих данных:

Группы семей по доходу на одного члена семьи, за месяц	В группах семей средний доход на одного члена семьи, руб. за месяц	Доля непродовольственных Товаров в общем объеме покупок, руб.	Квадрат доли	Логарифм дохода	Квадрат логарифма дохода	Произведение доли на логарифм дохода	Сглаженное (теоретическое) значение доли	Расчет остаточной дисперсии
	X	Y	Y ²	lg x	(lg x) ²	y * lg * x	y _x	(y _i - y _x) ²
A	1	2	3	4	5	6	7	8
200,1 - 400	300	30						
400,1 - 600	500	40						
600,1 - 800	700	45						
800,1 - 1000	900	48						
Более 1000	1200	50						
Суммы	-	213						

Промежуточные расчеты выполните в таблице. Сделайте выводы.

Примечание. В соответствии с законом Энгеля, чем больше доход в семье тем больше доля покупок непродовольственных товаров. При этом рост доли не пропорционален увеличению дохода, а отстает от него.

Тест:

1. Верно ли, что среднесрочный прогноз спроса охватывает:

а) декаду, месяц, квартал;

б) один-два года;

в) пять лет и более

2. Установлено, что в течение последнего времени (3 месяца ежедекадно) цена товара Q растет с некоторым замедлением, что отражено следующим уравнением полулогарифмической кривой:

$$y = 120 + 20 \lg t \text{ (в руб., в сопоставимых ценах).}$$

Модель отражает тенденцию изменения цен за 9 декад. Возможен ли прогноз на 10-ю декаду при условии, что ситуация на рынке серьезно не изменилась?

Да

Нет

Не знаю

Если «да», выполните экстраполяцию.

3. Можно ли оценить точность прогноза спроса до наступления срока прогнозирования?

а) оценить точность прогноза предварительно невозможно;

б) по использованным для прогнозной модели данным и выбранной функции осуществить прогноз на известную дату;

в) оценить прогнозную модель экспертным путем.

4. Соответствует ли товарооборот/продажа товара по своему размеру покупательскому спросу?

Да

Нет

Не знаю

Если «да», то сравните состав товарооборота и составные элементы покупательского спроса. Если «нет», укажите, на какую величину (элемент) спрос отличается от товарооборота.

5. В чем проявляется в процессе анализа структуры спроса закон Энгеля?

- а) в постоянном росте покупательского спроса, пропорциональном росту денежных доходов;
- б) в том, что спрос обеспеченных слоев населения резко отличается от спроса населения с низким уровнем дохода.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ, ПОРЯДОК ПОДГОТОВКИ И ЗАЩИТЫ КУРСОВОЙ РАБОТЕ

Курсовая работа является одной из видов самостоятельных работ студента.

Выполнение курсовой работы должно способствовать углубленному усвоению лекционного курса и приобретению навыков в области статистического анализа рыночных процессов. Она базируется на учебной, научной литературе, а также на практическом материале, экспериментальных и статистических данных.

Ее выполнение требует от студента не только знаний общей и специальной литературы по теме, но и умения проводить статистические исследования, увязывать вопросы теории с практикой, делать обобщения, выводы.

Тематика курсовых работ представлена в Приложении 1.

Графики написания, сдачи и защиты курсовых работ составляются и утверждаются кафедрами.

Студенту предоставляется право выбора темы курсовой работы. Студент может предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее исследования, возможно выполнение комплексных тем группой (2-5 чел.) студентов. В этом случае каждый студент исследует отдельный аспект проблемы.

Студенты выполняют работу на материалах предприятий, данных государственной статистики или самостоятельно собранных данных.

Написание курсовой работы осуществляется под руководством преподавателя.

Студент совместно с руководителем уточняет круг вопросов, подлежащих изучению и экспериментальной проверке, составляет план

исследования, структуру работы, сроки выполнения ее этапов, определяет необходимую литературу и другие материалы (статистические отчеты и т.п.).

Структура курсовой работы должна способствовать раскрытию избранной темы и отдельных ее вопросов.

Она содержит (Приложение 2):

- Введение.
- 1 Часть – теоретическая.
- 2 Часть - аналитическая (практическая)
- Заключение
- Список литературы.
- Приложения (в случае необходимости).

Содержание работы следует иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, фотографиями, рисунками и т.д.

Графическому материалу по тексту необходимо давать пояснения.

Общий объем работы должен быть в пределах 25-35 страниц рукописного (20-30 страниц машинописного) текста (без приложений).

Работы оформляется согласно требований соответствующего стандарта. Курсовая работа подписывается студентом и руководителем на титульном листе с указанием даты. Выполненная студентом курсовая работа проверяется в срок до 10 дней преподавателем-руководителем работы, который дает письменное заключение по работе - рецензию.

При оценке работы учитываются содержание работы, ее актуальность, степень самостоятельности, оригинальность выводов и предложений, качество используемого материала, а также уровень грамотности (общий и специальный). Одновременно рецензент отмечает ее положительные стороны и недостатки, а в случае надобности указывает, что надлежит доработать. Рецензия заканчивается выводом, может ли работа быть допущена к защите.

Работа вместе с рецензией выдается студенту для ознакомления и возможного исправления. Если же курсовая работа по заключению рецензента является неудовлетворительной и подлежит переработке, то после исправления

она представляется на повторное рецензирование с обязательным представлением первой рецензии.

Курсовая работа защищается перед преподавателем, который определяет уровень теоретических знаний и практических навыков студента, соответствие работы предъявляемым к ней требованиям. На защите студент должен кратко изложить содержание работы, дать исчерпывающие ответы на вопросы преподавателя.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. Предмет, задачи, методы, статистики рынка товаров и услуг.
2. Система показателей, основные методы изучения статистики рынка товаров и услуг.
3. Сущность конъюнктуры рынка и задачи ее статистического исследования.
4. Система показателей рыночной конъюнктуры.
5. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации.
6. Статистический анализ масштаба, типа и потенциала рынка.
7. Методы анализа сбалансированности рынка.
8. Анализ тенденций, устойчивости и колеблемости развития рынка.
9. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка.
10. Статистические методы измерения емкости рынка.
11. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры.
12. Товарооборот, задачи его статистического изучения.
13. Показатели звенности и структуры товарооборота.
14. Оценка уровня выполнения контракта поставки товаров по объему и ассортименту.
15. Анализ выполнения договорных обязательств по качеству товара.
16. Статистические методы оценки равномерности и ритмичности поставки.
17. Применение индексного метода в анализе динамики товарооборота.

18. Система показателей статистики товарных запасов и товарооборачиваемости.
19. Методы оценки оптимальности товарных запасов.
20. Статистические методы анализа состояния и изменения товарных запасов.
21. Методы анализа товарооборачиваемости.
22. Методы регионального анализа товарооборота.
23. Порядок построения индексных факторных моделей динамики скорости товарооборота и времени обращения товарных запасов.
24. Понятие и система статистических показателей рыночной инфраструктуры.
25. Оценка и анализ численности, структуры и динамики предприятий рыночной сферы.
26. Анализ организационных форм, технической оснащенности и размещения предприятий рыночной сферы.
27. Анализ обеспеченности покупателей предприятиями розничной торговли и бытовых услуг.
28. Анализ наличия и использования трудового контингента рыночной сферы.
29. Статистический анализ показателей эффективности затрат в рыночной сфере
30. Задачи и система показателей статистического изучения цен.
31. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен.
32. Анализ динамики цен и инфляционных процессов.
33. Индексные методы анализа цен.
34. Система статистических показателей деловой активности.
35. Индексные методы анализа деловой активности.
36. Понятие, виды и статистические критерии риска.
37. Статистические способы оценки и снижения уровня вероятных рисков.

38. Статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисков.
39. Статистическая оценка степени несостоятельности предприятия.
40. Статистические методы прогнозирования социально-экономических процессов.
41. Статистические методы выявления трендов и циклов.
42. Содержание метода статистического моделирования.
43. Методы прогнозирования спроса и предложения.
44. Статистические методы анализа спроса и формирование портфеля заказов.
45. Статистический оценка риска невостребованной продукции.
46. Статистический анализ динамики, структуры рынков сбыта и их доходности.
47. Статистический анализ эффективности функционирования предприятий различных форм собственности.
48. Роль статистики в определении эффективности рекламной деятельности.
49. Применение статистических методов в маркетинговом исследовании.
50. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения.

ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА, ДРУГИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

Основная литература.

1. Статистика рынка товаров и услуг.: (Под ред. Беляевского И.Н.) М.: Финансы и статистика, 1997.
2. Статистика коммерческой деятельности: Учебник (Под ред. И.К. Беляевского, О.Э. Башиной) М.: Финансы и статистика, 1996
3. Статистика финансов предприятия торговля: Учебное пособие. (Ярных Э.А.) – М.: Финансы и статистика, 2002
4. Маркетинговые исследования: учебник (Под ред. Беляевского И.Н.) М.: Финансы и статистика, 2001.

Дополнительная литература.

5. Экономическая статистика. (под ред. Ю.Н. Иванова) М.: ИНФРА, 2000.
 6. Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерч. деятельности. (Под ред. А.А. Спириной, О.Э. Башиной) М.: Финансы и статистика, 1997.
 7. Курс социально-экономической статистики: Учебник / Под ред. Проф. М.Г. Назарова - М.: Финстатинформ, ЮНИТИ-ДАНА, 2000
 8. Амурский статистический ежегодник: Сборник/ Амуроблкомстат.-Б., 2003.- 392 с.
 9. Макроэкономическая статистика: Учебное пособие. (Новиков М.М., Теслюк И.Е.) – Минск, БГЭУ 1996
1. Журнал «Вопросы статистики».
 2. Журнал «Вестник статистики».
 3. Статистические сборники.
 4. Большев Л.Н., Смирнов Н.В. Таблицы по математической статистика. М.: Наука, 1983.
 3. Вахрамеева М.В. Индексный метод анализа: методические указания. М.: Фин. Академия при Правительстве РФ. 1998.

Методическое обеспечение.

1. Спорыш С.М. Практикум. Статистика коммерческой деятельности; Амурский гос. ун-т – Благовещенск, 2002.-40с.

Тематика курсовых работ

1. Статистический анализ конкурентных позиций фирмы на рынке.
2. Статистический анализ товарооборота и товародвижения.
3. Статистическое изучение рынка (конкретного) товаров и услуг.
4. Статистический анализ спроса на продукцию (указать какую).
5. Статистический анализ риска невостребованной продукции.
6. Статистический анализ рынков сбыта продукции.
7. Статистический анализ ценовой политики предприятия.
8. Статистический анализ динамики и структуры цен.
9. Статистическое исследование конъюнктуры рынка.
10. Статистический анализ товарооборота и товарных запасов.
11. Статистическое изучение рынка при разработке маркетинговой стратегии.
12. Статистические методы исследования рыночной инфраструктуры.
13. Статистические методы исследования уровня, структуры и колеблемости цен.
14. Применение индексного метода при анализе цен.
15. Статистическое исследование эффективности рекламной деятельности.
16. Статистический анализ деловой активности.
17. Статистический анализ эффективности функционирования предприятий различных форм собственности.
18. Применение статических методов прогнозирования спроса и предложения.
19. Статистический анализ численности, структуры и динамики предприятий рыночной сферы.
20. Статистический анализ организационных форм и технической оснащенности предприятий рыночной сферы.
21. Статистический анализ размещения и обеспеченности покупателей предприятиями розничной торговли и бытовых услуг.

22. Статистические методы анализа потенциала рынка и пропорциональности его развития.
23. Статистический анализ тенденций развития, колеблемости и цикличности рынка.
24. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения.
25. Статистическое изучение производительности труда.
26. Статистический анализ использования рабочего времени.
27. Статистический анализ издержек обращения.
28. Статистические методы изучения трудового потенциала фирмы.
29. Статистический анализ имущества фирмы (основные и оборотные фонды).
30. Статистический анализ качества продукции.
31. Статистическое изучение прибыли и рентабельности.
32. Статистические методы прогнозирования рыночной конъюнктуры.
33. Статистические методы оценки финансовых и бизнес - рисков.

СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (пример)

Введение

1. Теоретические основы статистического изучения товарных запасов и товарооборачиваемости
 - 1.1. Понятие и сущность товарных запасов и товарооборачиваемости
 - 1.2. Система показателей статистики товарных запасов и товарооборачиваемости
 - 1.3. Статистический анализ динамики товарооборачиваемости
2. Статистический анализ товарных запасов и товарооборачиваемости ОАО «Молочный комбинат Благовещенский»
 - 2.1. Краткая характеристика анализируемого предприятия
 - 2.2. Анализ структуры товарных запасов
 - 2.3. Оценка средних товарных запасов
 - 2.4. Анализ запасоёмкости
 - 2.5. Анализ обеспеченности товарооборота товарными запасами
 - 2.6. Анализ товарооборачиваемости и роста товарооборота
 - 2.7. Оценка оптимального размера товарных запасов
 - 2.8. Анализ динамики товарооборачиваемости

Заключение

Библиографический список

Приложение 1. Товарные запасы ОАО «Молочный комбинат
Благовещенский»

Приложение 2. Товарооборот ОАО «Молочный комбинат Благовещенский»

Приложение 3. Данные для расчета индексов средних скорости и времени
обращения совокупности товаров

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Введение	4
Задания для самостоятельной работы студентов	5
Тема 1. Предмет, задачи, методы, система показателей статистики рынка товаров и услуг	5
Тема 2. Статистические методы исследования рыночной конъюнктуры	7
Тема 3. Статистика товарооборота и товарных запасов	13
Тема 4. Статистика рыночной инфраструктуры	19
Тема 5. Статистика цен	22
Тема 6. Статистические методы принятия решений в условиях неопределенности	24
Тема 7. Прогнозирования развития рынка	26
Общие требования, порядок подготовки и защиты курсовой работы	29
Вопросы для подготовки к экзамену	31
Основная и дополнительная литература, другие информационные источники	34
Приложение 1– Тематика курсовых работ	35
Приложение 2 – Содержание курсовой работы (пример)	37

Светлана Михайловна Спорыш,
ст. преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент организации» АмГУ.

Статистика рынка товаров и услуг. Практикум.

Усл. печ. л. 2,32, уч.-изд. л. 2,5.