

СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА

Егорова С.Е., к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита

Псковский государственный политехнический институт

Учитывая, что в настоящее время в России динамично развивается потребительский рынок, расширяется ассортимент товаров, складывается жесткая конкуренция между товарами отечественного и зарубежного производства, можно говорить о важной роли маркетингового анализа в принятии управленческих решений. Очевидно, что для качественного обоснования принимаемых решений субъектам рыночных отношений необходима достоверная информация о текущем состоянии конъюнктуры рынка.

Вместе с тем конъюнктура – сложное и быстро меняющееся явление. Она складывается из множества единичных элементов и действий, развитие которых подчиняется вероятностным законам, и характеризуется определенным кругом качественных и количественных признаков, поддающихся измерению и оценке. Эти особенности конъюнктуры делают результативным широкое использование соответствующей статистической информации, т.к. в рыночной экономике органы официальной статистики выполняют роль посредника между респондентами (предприятиями, частными лицами, государственными органами и др.) и потребителями статистических данных (рис. 1).



Рис. 1. Посредническая роль официальной статистики

Из общепринятого хода статистических работ вытекает, что по каналам 1 и 2 (рис. 1) осуществляется передача следующей информации:

1. «микроданных», т.е. данных об одном отдельном лице, предприятии или просто об «отчетной единице», об их экономическом состоянии;
2. «макроданных», т.е. агрегированных данных, таблиц, графических изображений и показателей, которые относятся к большому числу «отчетных единиц».

В условиях рыночной экономики «микроданные» держатся в тайне, а «макроданные» являются доступными для каждого. Но именно «макроданные» используются для количественных и качественных оценок состояния рынка, необходимых для принятия маркетинговых решений.

Поскольку рынок по своей сути склонен к стихийности, следовательно, его параметры подвержены колебаниям, как случайным, так и постоянно проявляющимся (циклическим и сезонным). Рынок очень гибок в своем развитии, чутко реагирует на многие социально-экономические воздействия, более того, весьма зависим от политических и психологических влияний, слу-

хов, паники и т.п. Размах и длительность этих колебаний обусловлены комплексом и сочетанием разнообразных факторов и сил окружающей среды.

В табл. 1 дана характеристика основных критериев официальной статистики. Исходя из данной характеристики можно сделать вывод, что именно статистическая информация является основной информационной базой в комплексной оценке состояния рынка прежде всего с позиции маркетинговых действий предприятия, т.е. благоприятной ли является конъюнктура для осуществления поставленных целей.

Таблица 1

ХАРАКТЕРИСТИКА ОФИЦИАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Критерий	Содержание
Цели и задачи	Формирование информационной инфраструктуры, представленной нейтральными и объективными данными
Положение, занимаемое статистикой, в государстве, экономике и обществе	Независимость в вопросах статистической методологии, стремление к обеспечению ее приемлемости для респондентов и к использованию итогов широкой общественностью
Секретность данных и публикации	Конфиденциальный характер «микроданных», но при этом возможно широкое опубликование «макроданных»
Основные применяемые методы	Наряду со сплошными обследованиями проведение большого числа выборочных
Наиболее приоритетные области работ	Из-за преобладания частного образа жизни и конкуренции тематика работ многообразна. Важное значение имеет статистика цен, данные, относящиеся к деньгам и финансам
Критерии эффективности	Внимание, с которым общественность принимает публикации, детальная информация об итогах методов, возможность использования для анализа конъюнктуры и для международных сопоставлений
Организация обследования	Статистические органы должны заботиться о приемлемости для опрашиваемых своих обследований и имеют ограниченные возможности оказания влияния на дисциплинированность респондентов
Отношение к статистическим данным	Статистические данные всегда подлежат опубликованию и должны быть доступны для общественности. Обработка статистических данных производится многими конкурентами

Учитывая важность использования статистической информации в прогнозном маркетинговом анализе, возникает проблема насколько полной и достоверной является эта информация в современных условиях. Поэтому далее дадим характеристику основных статистических методов сбора и анализа информации о состоянии рынка.

По определению Ф. Котлера [1]: «В бизнесе термин «рынок» используется для обозначения группы потребителей, объединенных по какому-то признаку». Таким образом, важнейшим блоком макроэкономических показателей, определяющих конъюнктуру рынка, является система показателей социально-демографической статистики, которые позволяют:

- определить численность населения и его распределение;
- изучить состав населения (по полу, возрасту, образованию и пр.);
- изучить естественное движение населения (рождаемость, смертность);
- изучить миграцию населения;

- изучить социальные характеристики населения.

Основными источниками статистики населения являются текущие и единовременные наблюдения в виде сплошных или выборочных переписей.

Данные социально-демографической статистики характеризуют масштаб и структуру потребительского рынка.

Характеристика платежного спроса непосредственно связана с оценкой доходов и расходов.

Вместе с тем с определением понятия дохода существуют некоторые проблемы. Понятие «доход» в большинстве случаев определяется как сумма, которую домашнее хозяйство могло бы потратить, не уменьшая тем самым реальную стоимость своего имущества. Это понятие, впервые так определенное Дж. Хиксом, не вполне пригодно для статистических целей, поскольку не существует взаимосвязанной системы расчетов имущественного положения (баланса активов и пассивов), отсутствует расчет влияния инфляции на активы (реальная стоимость активов). Кроме того, результаты такого расчета никогда не были бы бесспорными, поскольку прибыль определяется исходя из оценки общей величины ожидаемых доходов, а понятие доходов в пограничных случаях не является достаточно точным. Например, в определении не указываются различия между текущими операциями и операциями, изменяющими величину активов.

Проблематичными и дискуссионными являются и вопросы о том: следует ли рассматривать как доход изменение имущественного положения (прироста активов), не вызванное изменением доходов, и является ли доходом натуральная оплата (например, в виде предоставления продовольственных товаров), не ведущая, как правило, к образованию материально-вещественных активов. Вместо потенциально возможных расходов можно было бы изучать регулярные фактические доходы. Однако, являются ли доходами, такие потоки как, например, нераспределенная прибыль или компенсации, пособия и т.п.?

К доходам можно было бы относить только те суммы, которые в текущем порядке регулярно выплачиваются домашним хозяйствам и которые тем самым непосредственно влияют на платежный спрос. Это определение дохода связано с изменением «массовой покупательной способности». В таком случае потребление продукции из собственного производства, натуральная оплата и стоимость проживания в собственном доме не считались бы доходом, т.к. эти статьи лишь косвенно влияют на спрос. В соответствии с этим подходом, доходами считались бы такие платежи, которые носят текущий характер и касаются распределения в денежной форме и домашних хозяйств. В данном случае охватываются прежде всего так называемые факторные доходы, с которыми оперирует национальное счетоводство, и представляющие собой только потоки платежей за использование факторов производства.

Что касается нераспределенной прибыли, то здесь не происходит ни выплата средств, ни платежные операции. Если они все-таки рассматриваются как факторный доход, то это объясняется отождествлением доходов с добавленной стоимостью. Понятие доходов, лежащее в основе исчисления национального дохода, предусматривает только выплату факторных доходов от текущего производства. Доходом является оценка результата

производственной деятельности на рынке. Не включается в доход изменение стоимости имеющихся активов (например, в случае инфляции), даже в том случае, если оно было реализовано. С другой стороны, включаются такие потоки, которые связаны с производством, но не осуществляются в форме выплаты денежных доходов (например, при потреблении продукции собственного производства, натуральной оплате и др.). В расчет доходов, однако, не включаются поступления в натуральной форме от некоторых видов деятельности домашних хозяйств, значительных по их объему (например, деятельность домохозяйек). Такая зависимость определения дохода от концепции производства во многом определяет границу между доходом от производственной деятельности и доходом, полученным в результате перераспределения.

Т.к. доход представляет собой связующее звено между производством товаров и их использованием, можно также определить понятие дохода исходя из счета распределения. В этом случае, доходами являются все требования домашних хозяйств на товары и услуги, образующие национальный продукт, даже в том случае, если потребление осуществляется без индивидуальных платежей.

Проблемы разграничения понятий должны решаться исходя из поставленной цели обследования доходов и с учетом наличия информации. В практике статистических обследований доходов решаются следующие вопросы:

1. Какой круг получателей дохода подлежит изучению.
2. Какие источники доходов следует включить.
3. Как следует трактовать отдельные виды поступлений и вознаграждений.
4. На кого направлено обследование и на какие виды записей, документов и т.п. оно должно быть ориентировано (проблема, связанная с видом обследования).

В отношении круга получателей доходов следует различать индивидуальные доходы и доходы домашних хозяйств. Что является более информативным зависит также от пунктов 2 и 3. Доход может представить интерес с точки зрения изучения:

- благосостояния, возможностей потребления, поведения потребителей (с точки зрения изучения возможности распорядиться доходом) или же
- спроса и предложения результатов использования факторов производства (с точки зрения результатов экономической деятельности): в качестве оплаты труда в части предложения или затрат на рабочую силу в части спроса.

Различают четыре источника доходов от занятости и с капитала:

1. Доходы от наемного труда.
2. Доходы от предпринимательской деятельности.
3. Доходы с капитала.
4. Доходы в виде трансфертов.

Что касается вида обследования, то в статистике доходов чаще всего используют:

1. Метод опроса предприятий о сумме оплаты труда.
2. Индивидуальный метод: получателей доходов опрашивают о величине получаемых доходов.
3. Анализ тарифных договоров (статистика тарифной заработной платы является специальной отраслью статистики цен в области рынка труда).
4. Сводную статистику доходов: общие и средние доходы, получаемые группой лиц или поступающие из определенного источника доходов. Оцениваются на основе статистики структуры затрат, балансовой статистики, статистики реализации продукции и других отраслей статистики, которые непосредственно не относятся к статистике доходов.

В настоящее время одним из основных источников информации, характеризующих объем и структуру доходов, который формируют органы официальной статистики, является баланс денежных доходов и расходов населения (в дальнейшем Баланс). Общая схема формирования доходной части Баланса представлена в табл. 2.

Из табл. 2 видно, что Баланс позволяет изучить общую динамику и структуру доходов населения в разрезе

их отдельных видов (табл. 3). Вместе с тем, учитывая, что в настоящее время имеет место сокрытие от налогообложения части доходов населения, получаемых от индивидуальной предпринимательской деятельности, заработной платы, выплачиваемой в коммерческих структурах в виде покупки работникам жилья, садовых участков, предметов длительного пользования и др., возникает вопрос о надежности статистической информации, отражаемой в Балансе.

Таблица 2

ХАРАКТЕРИСТИКА ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БАЛАНСА ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Наименование статьи	Содержание статьи	Источники информации
1. Доходы от предпринимательской деятельности	а). От оказания услуг физическими лицами и некорпоративными предприятиями, занимающимися предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. б). От оказания услуг предпринимателями, осуществляющими грузовые перевозки. в). От продажи товаров. г). От продажи сельхозпродуктов и сырья предприятиям и организациям	Данные ф.1-услуги «Сведения об объеме платных услуг населению». Данные обследования предпринимателей. Данные ф.П-1 «Оборот розничной торговли и оборот общественного питания». Отчет о кассовых оборотах учреждений Банка России и кредитных организаций РФ
2. Оплата труда наемных работников	а). Начисленные предприятием суммы оплаты труда в денежной и натуральной формах за отработанное и неотработанное время, стимулирующие доплаты и надбавки, компенсационные выплаты, связанные с режимом работы и условиями труда, премии и единовременные поощрительные выплаты, а также выплаты на питание, жилье, топливо, носящие регулярный характер, согласно инструкции Госкомстата России №116 от 24.11.2000 «О составе фонда заработной платы и выплат социального характера» б). Изменение просроченной задолженности по заработной плате в). Денежное довольствие военнослужащих	Данные сводной таблицы №2 «Сведения о численности и заработной плате работников» отдела статистики труда и формы №1-ВЭС об оплате труда работников совместных и иностранных предприятий. Данные ф.3-ф «Сведения о просроченной задолженности по заработной плате». Данные казначейства и финансовых органов
3. Доходы наемных работников от предприятий и организаций, кроме оплаты труда	а). Выплаты социального характера. б). Выдачи на расходы, не относящиеся к фонду заработной платы и выплатам социального характера. в). Выплаты социального характера военнослужащим	Данные ф.3-ф (см. выше). Отчет о кассовых оборотах учреждений Банка России и кредитных организаций РФ. Данные казначейства и финансовых органов
4. Социальные выплаты	а). Пенсии, пособия и социальная помощь. б). Стипендии. в). Страховые возмещения. г). Выигрыши по лотереям	Данные об исполнении Федерального и местного бюджетов, бюджета Фонда социального страхования, Пенсионного фонда, Государственного фонда занятости, Федеральной миграционной службы. Отчет о кассовых оборотах учреждений Банка России и кредитных организаций РФ. Данные ф.1-с «Выплаты страховых возмещений и страховых сумм по регионам РФ», ф.6 ФСС. Данные Сбербанка и других соответствующих организаций, осуществляющих выпуск и размещение лотерейных билетов
5. Доходы от собственности	а). Дивиденды. б). Проценты, уплаченные кредитными организациями по привлеченным средствам. в). Выплаты по государственным и др. ценным бумагам. г). Доходы от продажи недвижимости на вторичном рынке	Финансовая отчетность предприятий (ф.4) или данные по налогу на доходы физических лиц Данные формы №2 коммерческих банков. Отчет о кассовых оборотах учреждений Банка России и кредитных организаций РФ. Данные ф.1-услуги (недвижимость) «Сведения об оказании посреднических услуг в сделках с недвижимостью», ф.3-зем «Сведения о сделках с землей»
6. Доходы от продажи иностранной валюты	Продано населением иностранной валюты	Данные формы №1-н «Отчет банка о движении наличной иностранной валюты и платежных документов в иностранной валюте»
7. Другие доходы	Поступления от продажи вещей, металлолома и др., а также другие доходы, не учтенные в предшествующих статьях(заработная плата, укрываемая от налогообложения и др.)	В настоящее время независимую оценку размеров таких доходов осуществить крайне сложно, что связано прежде всего с отсутствием надежной информации

Таблица 3

ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Статья доходов	Значение, млн. руб.		Уд. вес, %	
	2002г.	2003г.	2002г.	2003г.
Всего денежных доходов	24 000,9	31 032,3	100	100
в том числе				
доходы от предпринимательской деятельности	2 826,7	4 151,2	11,8	13,4
оплата труда наемных работников	9 386,1	1 889,2	39,1	41,5
доходы наемных работников предприятий и организаций, кроме оплаты труда	394,6	434,9	1,6	1,4
социальные выплаты	4 987,9	5 523,8	20,8	17,8
доходы от собственности	295,5	690,9	1,2	2,2
доходы от продажи иностранной валюты	761,4	1 353,5	3,2	4,4
другие доходы	5 348,7	5 988,8	22,3	19,3

Источник: Псковская губерния – №30 – 2004 г. – С. 7

Изучение доходов домашних хозяйств позволяет определить потенциальную сумму их потребительских расходов, которая может быть обеспечена без сокращения объема накопленных активов. В Балансе расходы распределены по нескольким группам. Общая схема формирования расходной части Баланса представлена в табл. 4.

По данным аналитической записки Псковского областного комитета государственной статистики в структуре расходов населения Псковской области наибольший удельный вес приходится на потребительские расходы: 62,86% в 2002 г. и 60,75% в 2003 г. В то же время, как видно из табл. 4, основным источником информации о расходах на потребительские товары являются данные торговой статистики. В настоящее время данный факт ведет к недоучету указанной статьи расходов населения, т.к. товары приобретаются домашними хозяйствами по различным каналам реализации, в том числе и через неорганизованную торговлю.

Данные Баланса являются недостаточными для стратификации населения по уровню доходов и расходов. Более детальную информацию получают по результатам выборочных бюджетных обследований домашних хозяйств. Это обследование основывается на бюджетных книжках, которые ведутся на добровольной основе. Целью обследования является получение следующих показателей:

1. Доход домашнего хозяйства и индивидуальный доход от наемного труда, пенсий и т.п.
2. Использование дохода для личного потребления (по видам товаров и услуг), обязательных платежей и разнообразных взносов, погашения долгов, накопления капитала и т.п.
3. Данные об имущественном положении (в том числе в виде потребительских товаров).

Величина дохода определяется с помощью метода самооценки. В основу оценки закладывается широкое определение дохода (включая доход в натуральном виде). Обследованию не подлежат:

1. Институциональное население (лица, находящиеся в домах престарелых и т.п.).
2. Домашние хозяйства иностранцев.
3. Домашние хозяйства с особенно высоким чистым доходом.

Таблица 4

ХАРАКТЕРИСТИКА РАСХОДНОЙ ЧАСТИ БАЛАНСА ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ

Наименование статьи	Содержание статьи	Источники информации
1. Покупка товаров и оплата услуг	а) Оборот розничной торговли и оборот общественного питания. б) Оплата услуг	Табл.Р-1год «Оборот розничной торговли и оборот общественного питания». Данные ф.1-услуги, табл.2-р,ф «Распределение общего объема платных услуг населению по видам»
2. Обязательные платежи и разнообразные взносы	а) Налоги и сборы. б) Платежи по страхованию. в) Взносы в общественные и кооперативные организации г) Проценты, уплаченные населением за кредиты. д) Приобретение лотерейных билетов	Данные финансовых органов. Ф.1-с «Поступление страховых взносов по регионам РФ». Данные соответствующих организаций. Данные ф.№2 коммерческих банков. Данные соответствующих организаций
3. Сбережения во вкладах и ценных бумагах	а) Изменение вкладов учреждениях Сбербанка. б) Изменение вкладов в действующих кредитных организациях и организациях с отозванной лицензией (кроме Сбербанка). в) Приобретение государственных и др. ценных бумаг	Отчет о кассовых оборотах учреждений Банка России и кредитных организаций РФ
4. Расходы на покупку недвижимости	а) Расходы населения на покупку жилья. б) Расходы населения на покупку земельных участков	Данные табл.Р(3) «Продажа жилищного фонда», на вторичном рынке см. статью «Доходы от собственности». Данные ф.3-зем «Сведения о сделках с землей»
5. Приобретение иностранной валюты	Куплено населением иностранной валюты	Данные формы №1-н «Отчет банка о движении наличной иностранной валюты и платежных документов в иностранной валюте»

Значения обобщающих показателей доходов и расходов определяются для каждого домохозяйства на основании массива всех данных, полученных в ходе обследования. Консолидация основана на принципе приведения данных к единому временному периоду и производится объединением дневниковых записей за два двухнедельных периода, журнальных записей и показателей опросного листа за квартал.

В целях получения распространенных на генеральную совокупность данных проводится статистическое взвешивание итогов обследования домашних хозяйств. Реализация этого метода осуществляется посредством присвоения каждому обследованному домохозяйству статистического веса, который характеризует общее число домохозяйств, представляемых частью, попавшей в выборку. Это положение основано на гипотезе о соответствии группы обследованных домохозяйств,

объединенной по какому-либо признаку, группе домохозяйств с тем же признаком в генеральной совокупности. Веса для показателей индивидуальных бюджетов домохозяйств рассчитываются ежеквартально. Для расчета весов используется следующая информация:

1. Данные микропереписи населения.
2. Данные о численности населения по состоянию на 1 января текущего года по городскому и сельскому населению в региональном разрезе.

Итоги обследования разрабатываются ежеквартально в следующих разрезах:

1. По географическому признаку, определяемому на основании адресной части форм обследования: домохозяйства, проживающие в городской и сельской местности. Один из вариантов результатов обследования представлен в табл. 5.

Таблица 5

ПОТРЕБЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Наименование показателя	Значение					
	Все домохозяйства		Домохозяйства, проживающие в			
	2002	2003	городской местности		сельской местности	
			2002	2003	2002	2003
Хлеб и хлебные продукты	129,2	115,3	104,4	92,8	174,7	159,4
Картофель	102,8	109,7	75,8	87,2	152,4	153,8
Овощи и бахчевые	73,6	67,8	65,9	59,0	87,6	85,0
Фрукты и ягоды	27,5	25,6	27,4	24,1	27,8	28,4
Мясо и мясопродукты	51,8	57,4	50,0	52,3	55,2	67,5
Молоко и молочные продукты	257,2	250,9	218,2	210,3	283,2	272,7
Яйца, шт	200	227	190	203	218	272
Рыба и рыбные продукты	17,1	17,4	14,3	13,7	22,2	24,7
Сахар и кондитерские изделия	33,6	27,6	33,2	24,5	34,4	33,8
Масло растительное и др. жиры	11,7	11,3	11,4	10,7	12,2	12,4

(По материалам выборочного обследования домашних хозяйств Псковской области, в среднем на потребителя в год, кг)
Источник: Псковская губерния - №30 - -2004г. - С. 14.

2. По форме количественного выражения разрабатываемых показателей выделяют абсолютные показатели в среднем на 100 членов домохозяйств и в среднем на 100 домохозяйств, а также относительные данные, приводимые в процентах и рассчитанные из абсолютных. В табл. 6 приведены результаты обследования по трем товарным эквивалентам.

Таблица 6

НАЛИЧИЕ ПРЕДМЕТОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ В ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВАХ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА КОНЕЦ 2003 ГОДА (НА 100 ДОМОХОЗЯЙСТВ)

Предметы длительного пользования	Наличие предметов длительного пользования, штук	из них приобретены в период 1999-2003гг, (в% к имеющимся на конец года)		
		всего	в том числе	
			новыми	подержанными
Телевизор цветной	105	38,4	33,4	5
Персональный компьютер	5	93,9	56,1	37,8
Легковой автомобиль	23	39,2	3,5	35,7

Источник: Псковская губерния - №30 - -2004г. - С. 13.

3. В группировках по ряду социально-экономических признаков:

- а) по числу совместно проживающих лиц;
- б) по числу детей в возрасте до 16 лет;
- в) по уровню благосостояния домохозяйств.

Для построения группировок в зависимости от уровня благосостояния используется метод ранжирования индивидуальных бюджетов домашних хозяйств по возрастанию среднедушевого значения признака, положенного в основу оценки благосостояния – денежные доходы, денежные расходы, валовые доходы, располагаемые ресурсы. С использованием этого метода обследуемые домохозяйства и население в них группируются по децильным (10-процентным) группам обследуемого населения и по интервальному ряду распределения домохозяйств (населения) в зависимости от уровня благосостояния. В качестве примера можно привести данные о структуре потребительских расходов домохозяйств (табл. 7).

Таблица 7

СТРУКТУРА РАСХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Наименование статьи	1-я группа (с наименьшими располагаемыми ресурсами)		10-я группа (с наибольшими располагаемыми ресурсами)	
	2002	2003	2002	2003
Потребительские расходы, в среднем на потребителя в месяц, рублей	441	582	4 523	5 860
Процентов – всего	100	100	100	100
в том числе расходы на:				
Покупку продуктов для домашнего питания	62,2	60,6	34,2	35,7
Питание вне дома	0,9	0,8	5,8	6,6
алкогольные напитки	0,8	1,2	2,9	2,8
непродовольственные товары	17,8	19,7	41,2	40,4
оплату услуг	18,3	17,7	15,9	14,5

Источник: Псковская губерния - №30 - -2004г. - С. 8

Из табл. 7 видно, что в структуре расходов на покупки четко прослеживается действие закона Энгеля: по мере роста дохода сокращение удельного веса продуктов питания и рост удельного веса непродовольственных товаров. Возможность обеспеченных семей тратить денег больше, чем у менее обеспеченных, реализуется за счет концентрации денежных средств в такой группе. Оценка данному явлению дается в виде процентного распределения дохода по группам семей (кривая Лоренца) и коэффициента Джини.

Таким образом, в официальной статистике определяется общая величина и структура доходов и расходов населения, дается оценка их среднедушевой величины в целом и в разрезе отдельных продуктов питания, непродовольственных товаров, услуг и т.п. Сопоставление фактического уровня потребления с его рациональной и минимальной нормой позволяет оценить степень удовлетворения потребности населения в тех или иных товарах, уровень сбережений населения, уровень налоговой нагрузки. Также существует возможность оценки степени насыщенности рынка отдельными товарами и соотношением цен на них. Для количественного отражения изменений в соотношении цен на отдельные товары по регионам и различным сегментам потребительского рынка рассчитывается показатель покупательной способности денежных доходов населения,

который может быть представлен как товарный эквивалент различных видов товаров и услуг или как количество определенных наборов товаров и услуг, которые можно приобрести на среднедушевой денежный доход. В табл. 8 приведены данные, отражающие динамику покупательной способности денежных доходов населения по трем товарным эквивалентам.

Таблица 8

ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ ПСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Наименование товара	2002	2003
Говядина, кг	36,2	48,3
Молоко, л	281,9	338,9
Хлеб пшеничный, кг	219,0	241,8

Источник: Псковская губерния - №30 - -2004г.- С. 14.

Из табл. 8 видно, что в 2003г. средняя цена 1 л молока примерно в 7 раз ниже, чем 1 кг говядины. При этом покупательная способность денежных доходов населения в 2003г. по всем товарам возросла, т.е. среднедушевые доходы населения выросли в большей степени, чем цены на эти продукты питания.

Рассмотренные показатели доходов и расходов тесно связаны с блоком показателей цен. При изучении конъюнктуры потребительского рынка важно определить среднее изменение цен всей реализуемой массы товаров и услуг.

Средние цены на товары и услуги определяются как среднеарифметические взвешенные величины и применяются для формирования стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг для межрегиональных сопоставлений покупательной способности населения и стоимости других наборов товаров и услуг, исчисленных по различным нормам потребления.

При пересчете макроэкономических показателей из текущих цен в сопоставимые цены применяется индекс потребительских цен. Он исчисляется также с целью характеристики изменения потребительских расходов населения на товары и платные услуги в текущем периоде по сравнению с предыдущим периодом под влиянием изменения цен на эти товары и услуги.

Наблюдение за ценами на товары и платные услуги на потребительском рынке и расчет индекса потребительских цен включает в себя следующие этапы работы:

- отбор населенных пунктов;
- отбор базовых предприятий торговли и сферы услуг;
- отбор товаров (услуг) – представителей;
- регистрация цен;
- формирование системы весов для расчета индекса потребительских цен;
- расчет средних цен на товары и услуги;
- расчет индекса потребительских цен.

Расчет индекса потребительских цен производится на базе информации, полученной из двух источников:

- данных об изменении цен, рассчитанных на основе регистрации цен на товары и услуги на потребительском рынке, за каждый отчетный период;
- данных о структуре фактических потребительских расходов населения за предыдущий год, которые используются в качестве весов.

Расчет индекса потребительских цен осуществляется поэтапно. Сначала определяются индивидуальные индексы цен на отдельные товары и услуги как частное от деления средних сопоставимых цен.

Далее на базе индивидуальных индексов цен по городам, участвующим в наблюдении, и территориаль-

ных весов определяются агрегатные индексы цен на отдельные товары (услуги) в целом по региону, экономическому району, федеральному округу и РФ. В качестве весов в этом случае используется удельный вес численности наличного населения обследуемой территории в общей численности населения.

Исходя из агрегатных индексов цен на отдельные виды товаров и услуг по субъекту РФ и доли расходов на их приобретение в потребительских расходах населения, определяются сводные индексы потребительских цен по отдельным товарным группам, а также индекс потребительских цен в целом по субъекту РФ. Расчет индекса потребительских цен осуществляется в соответствии с формулой Ласпейреса.

Средние цены на отдельные виды товаров и услуг складываются под влиянием многообразных ассортиментных, а также территориальных сдвигов, сезонных колебаний и других факторов. Таким образом, изменение средних цен на товары отличается по своему экономическому содержанию от индексов цен по этим товарам, прежде всего тем, что учитывает не только ценовой фактор, т.е. изменение конкретных цен, но и структурные, ассортиментные сдвиги.

Важнейшими из факторов, влияющих на структурные сдвиги, являются следующие: появление новых товаров, исчезновение старых, изменение доли отдельных товаров с различным уровнем цен, открытие (закрытие) организаций торговли или их переупаковка, территориальные сдвиги в размещении товаров с региональной дифференциацией цен, сезонные колебания цен и т. д. Учитывая вышесказанное, информация о средних ценах не всегда может быть использована для характеристики динамики цен.

Потребительский набор товаров и услуг, на основании которого осуществляется наблюдение за ценами и рассчитывается индекс потребительских цен, представляет собой единую для всех регионов РФ репрезентативную выборку групп товаров и платных услуг, наиболее часто потребляемых населением. В этот набор репрезентативно включены товары и услуги массового потребительского спроса, а также отдельные товары и услуги необязательного пользования (легковые автомобили, ювелирные изделия и т.п.). Набор состоит из трех крупных групп: продовольственные товары, непродовольственные товары и платные услуги населению. Отбор отдельных позиций производится с учетом их относительной важности для потребления населения, представительности с точки зрения отражения динамики цен на однородные товары, устойчивого наличия в продаже.

Потребительский набор товаров и услуг, по которому осуществляется наблюдение за ценами, разрабатывается органами государственной статистики. В данном наборе приводится наименование товаров и услуг (групп товаров и услуг) с указанием единиц измерения, например: сосиски, кг; масло сливочное, кг; пальто демисезонное для подростков, штука.

Аналогичная ситуация складывается и при обследовании потребления товаров и услуг, которые также представлены определенным потребительским набором.

Таким образом, органы официальной статистики предоставляют сводные общеэкономические данные для оценки экономического положения. Учитывая вышесказанное, определим область использования результатов статистических обследований в маркетинговом анализе.

Получаемая информация, во-первых, является основой для формирования наиболее существенных характеристик потребительского рынка. Прежде всего это касается возможности определения численности потребителей и их структуры. Информация о доходах и расходах позволяет выбрать наиболее привлекательный сегмент рынка, выявить взаимосвязи между уровнями потребления, доходов и цен. Для количественного отражения зависимости между динамикой доходов (или цен) и уровня потребления отдельных товаров определяются коэффициенты эластичности, которые показывают, насколько изменяется уровень потребления при изменении среднедушевого дохода (или цены). Количественная оценка характеристик потребительского рынка позволяет определить основные тенденции его развития.

Во-вторых, статистическая информация является основой для моделирования потребительского спроса и, соответственно, прогнозирования возможных изменений конъюнктуры рынка.

В то же время в условиях жесткой конкуренции хозяйствующие субъекты стремятся получить более подробную и специфическую информацию о конъюнктуре рынка, которую органы официальной статистики предоставить не могут в силу ограниченности своих функций (табл. 1).

Питер Р. Диксон [2], используя мнения менеджеров 300 компаний, показывает, что для них наиболее ценным источником информации о рыночной ситуации являются мнения продавцов и только затем следуют данные статистики. Это объясняется тем, что результатами статистического обследования являются средние значения показателей, которые позволяют выявить общие закономерности, не учитывающие специфику отдельных хозяйствующих субъектов, явлений и процессов. Например, возвращаясь к перечню товаров и услуг, используемых в статистике цен и расходов, следует отметить отсутствие информации в разрезе отдельных производителей, товарных марок и т.п. Группировки расходов населения проводятся в разрезе товарных групп без выделения структуры потребления внутри группы.

Аналогичная ситуация наблюдается и при расчете емкости рынка по определенной товарной группе или товару. Расчет емкости рынка для определенного товара проводится по следующей формуле (в физических единицах или по стоимости):

$$C = P - R - E + I + D - M - E_o + I_o, \quad (1)$$

где

C – емкость рынка;

P – национальное производство данного товара;

R – остаток товарных запасов на складах предприятий-изготовителей;

E – экспорт;

I – импорт;

D – снижение (M – увеличение) запасов товара у продавцов и потребителей;

E_o – косвенный экспорт;

I_o – косвенный импорт.

Из формулы (1) невозможно определить структуру предложения и соответственно потребительские свойства товара.

Также заметим, что существует проблема точности статистических данных. Она объясняется следующими причинами.

Результаты статистических исследований частично получают посредством обработки данных, собранных на добровольной основе. Статистическими обследованиями, проводимыми на добровольной основе являются, например, выборочное обследование доходов и расходов и текущие бюджетные обследования домашних хозяйств. Бывает, хотя и не всегда, что ввиду добровольного характера этих обследований их результаты оказываются менее достоверными и нерепрезентативными. В этом случае основная проблема состоит в том, что группа отказавшихся предоставлять данные может быть отлична по своей структуре от состава участвовавших в обследовании, в результате чего очень трудно определить степень репрезентативности результата обследования. Так, например, не исключена возможность, что в выборочных обследованиях доходов и расходов участвуют только такие домашние хозяйства, которые и без того уже тщательно записывают свои расходы и, в среднем, более экономны, чем все домашние хозяйства в целом.

С другой стороны, обязательно предоставляемые сведения органам официальной статистики в соответствующих формах статистической отчетности уже изначально являются достаточно обобщенными и, как правило, проверяются только путем сопоставления показателей этих форм. Например, в форме № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг» в разделе 3 отражаются объемы продукции и услуг по видам деятельности согласно приложениям 2 и 3 Порядка заполнения и представления унифицированных форм федерального государственного статистического наблюдения, утвержденного постановлением Госкомстата России от 01. 12. 2003г. №105. Перечень товаров и услуг в этих приложениях является укрупненным (например, изделия швейные, обувь кожаная). При этом организации розничной торговли измеряют объемы продаж в тыс. рублей, а оптовой торговле в натуральных и условно-натуральных единицах. Можно предположить, что требуемые в этом разделе показатели предприятия определяют достаточно условно. При этом предоставляемые данные не позволяют определить структуру продаж внутри выделенных групп.

Второй пример можно привести по форме № П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», в которой отражается фонд заработной платы работников списочного состава. Данный показатель является достоверным только в том случае, если вся выплачиваемая заработная плата является официальной, что является весьма сомнительным.

Вместе с тем, несмотря на существующие недостатки, в заключении отметим, что данные статистических исследований необходимы для оценки закономерностей состояния и развития рынка, позволяющих ответить на вопросы: каковы были объем, структура и уровень спроса в истекшем периоде, какие факторы определили данное состояние спроса, каковы вектор и скорость их изменения в последующие годы (табл. 9).

Даже несмотря на то что статистические данные редко помогают полностью решить конкретную проблему, они:

1. Помогают прояснить исследуемую проблему.

2. Подсказывают более совершенные методы изучения проблемы.
3. Предоставляют исходный уровень, относительно которого исходные данные могут интерпретироваться с большей эффективностью.

Таблица 9

ПЕРЕЧЕНЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА, КОТОРЫЕ МОГУТ ОЦЕНИВАТЬСЯ ПО ДАННЫМ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Наименование показателя	Способ оценки
Масштаб рынка	По количеству потребителей
Структура рынка	В разрезе потребителей: <ul style="list-style-type: none"> • по полу и возрасту; • по социальному положению; • по составу семьи; • по соотношению городского и сельского населения; • по образованию
Величина и структура спроса	по товарным группам
Величина и структура предложения	
Динамика цен	
Эластичность спроса и предложения	

Литература

1. См. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга / Пер. с англ.-СПб.: Издательский дом «Вильямс», 1998. С. 29.
2. См. Диксон П. Управление маркетингом / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. С. 93.

Егорова Светлана Евгеньевна