

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
"Тюменский государственный нефтегазовый университет"

Институт нефти и газа

Кафедра Маркетинга и
муниципального управления

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

**по изучению дисциплины "Статистика"
для студентов специальностей
06.15.00 "Маркетинг", 35.07.00 "Реклама"
очной и заочной форм обучения.**

Тюмень 2003

Утверждено редакционно-издательским советом
Государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
Тюменского государственного нефтегазового университета

Составители: к.с.н. Кинчагулова Миляуша Вайнеровна
к.с.н. Колтунова Юлия Ивановна

© Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
"Тюменский государственный нефтегазовый университет"

2003 г.

Введение

Из различной справочной и специальной литературы можно подчеркнуть, что термин "статистика" употребляется в трех значениях. Во-первых, под статистикой понимают особую отрасль практической деятельности людей, направленную на сбор, обработку и анализ данных, характеризующих социально-экономическое развитие общества, различных его сфер и институтов. Во-вторых, статистикой называют науку, разрабатывающую теоретические положения и методы, используемые статистической практикой. В третьих, статистикой часто называют статистические сведения, представляемые в отчетности предприятий, организаций, министерств, ведомств, а также публикуемые в сборниках, справочниках, периодике, которые представляют собой результат статистической работы

Таким образом, статистика - это сфера научной и практической деятельности, целью которой является получение, накопление, обработка, анализ и публикация сведений, позволяющих понять характер, тенденции и закономерности развития различных сфер общества (экономической, социальной, культурной и т.д.), а также общества в целом, на основе изучения и обобщения количественных закономерностей соответствующих данных в неразрывной связи с их качественным содержанием.

Целью курса является изучение методологии получения информации: отбора, измерения, фиксации и агрегирование данных. К таким специальным методам можно отнести: массовые статистические наблюдения, метод группировок, методы средних величин, индексов, балансовый метод и ряд других.

Задачами курса являются: изучение сущности общей теории статистики, основ экономической статистики, ее роли и значения в переходный период к рыночной экономике.

Учебно-методический план по курсу "Статистика".

п/п	Наименование разделов и тем курса	Всего аудит. часов	ММ, РК	
			лекции	Практич. семинар
	Предмет, метод и задачи курса.	2	2/1	-
	Источники статистической информации, группировка и сводка материалов статистических наблюдений, абсолютные и относительные величины.	4	2/1	2/1
	Средние величины, ряды динамики, индексы, показатели вариации, выборочное наблюдение.	4	2/1	2/1
	Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений.	4	2/1	2/1
	Статистические методы классификации группировки и моделирования социально-экономических явлений.	4	2/1	2/1
	Статистика товаров и услуг, производительности труда, основных фондов, оборотных фондов, себестоимости товаров и услуг.	4	2/1	2/1
	Статистическая методология национального счетоводства и макроэкономических расчетов: построения балансов для регионов и экономики в целом.	4	2/1	2/1
	Статистические методы исследования экономической конъюнктуры: Статистика товарооборота и товарных запасов.	8	4/1	4/1

	Статистика рыночной инфраструктуры.	8	4/1	4/1
0	Статистика рыночных цен.	8	2/1	6/1
1	Статистика эффективности рекламной деятельности.	4	2/1	2/1
2	Статистика деловой активности	4	2/1	2/1
3	Статистический анализ эффективности функционирования предприятий разных форм собственности.	8	4/1	4/1
4	Статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисков.	6	4/1	2/1
		72	36/14	36/12

Содержание методических указаний.

Тема 1. Предмет, метод и задачи курса.

Предмет статистической науки. Стадии статистического исследования. Понятия и категория статистической науки. Задачи статистического рынка. Система показателей статистики рынка. Основы методологии статистики рынка.

Вопросы для обсуждения.

1. Определение предмета статистики.
2. Цели и задачи курса статистики.
3. Место статистики рынка товаров (работ и услуг) в системе наук, изучающих рынок.
4. Понятия и категории статистической науки.
5. Основы методологии статистики рынка.

Литература.

1. Беляевский И.К. Статистика рынка: задачи, показатели, методология. Вестник статистики. - 1991 - №9.
2. Егоров М.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. Санкт - Петербург. "Политехника", 1998.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Пол редакцией И.К. Беляевского. М. Финансы и статистика. 1995.

Тема 2. Источники статистической информации, группировка и сводка материалов статистических наблюдений. Абсолютные и относительные величины.

Понятие о статистическом наблюдении. Программно-методологические вопросы статистического наблюдения. Основные организационные формы, виды и способы статистического наблюдения. Задачи сводки и основное ее содержание. Метод группировок. Виды группировок. Системы группировок. Организация и техника проведения сводки.

Вопросы для обсуждения.

1. Понятие о статистическом наблюдении. Роль статистического наблюдения в организации статистического исследования.
2. Основные организационные формы, виды и способы статистического наблюдения.
3. Задачи сводки и основное ее содержание.
4. Виды группировок. Системы группировок.
5. Построение и виды рядов распределения. Организация и техника проведения сводки.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Характеристика основных источников статистической информации о рынке товаров (продуктов и услуг).
2. Основные организационные формы, виды и способы статистического наблюдения.
3. Концептуальные и функциональные задачи статистики рынка.

Литература.

1. Адамов В.Е., Ильенкова С.Д. и др. Экономика и статистика фирм. - М.: Финансы и статистика, 1997.
2. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.
3. Статистика рынка товаров и услуг. под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 3. Средние величины, ряды динамики, индексы, показатели вариации.

Понятие о статистической средней. Основные свойства статистических средних. Основные правила и принципы применения средних. Важнейшие показатели динамики. Важнейшие приемы анализа рядов динамики. Сущность индексов, их виды и способы расчета. Ценные и базисные индексы. Способы расчета общих индексов. Показатели вариации. Вариация альтернативного признака. Меры вариации.

Вопросы для обсуждения.

1. Понятие и статистической средней. Виды средних величин.
2. Ряды динамики и их виды, важнейшие показатели динамики.
3. Сущность индексов, их виды и способы расчета. Понятие и показатели вариации. Меры вариации.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Основные принципы и правила применения средних величин.
2. Понятие, показатели и меры вариации.
3. Ряды динамики и их виды. Уровень ряда и другие показатели.
4. Сущность индексов, их виды и способы расчета.

Литература.

1. Аллен Р. Экономические индексы: Пер с англ. - М.: Статистика, 1980.
2. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.
3. Ковалевский Г.В. Индексный метод в экономике. - М.: Финансы и статистика, 1989.г

Тема 4. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений.

Показатели и приемы анализа взаимосвязи общественных явлений. Виды и формы взаимосвязи между явлениями. Способы выявления и характеристики взаимосвязей. Способ сопоставления параллельных рядов. Балансовый метод. метод аналитических группировок. Корреляционные отношения.

Вопросы для обсуждения.

1. Показатели и приемы анализа взаимосвязи социально-экономических явлений.
2. Способ сопоставления параллельных рядов.
3. Балансовый метод.
4. Метод аналитических группировок.
5. Корреляционное отношение.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Статистические методы выявления наличия корреляционной связи между признаками.
2. Применения балансового метода при статистическом изучении взаимосвязи социально-экономических явлений.
3. Показатели и приемы анализа взаимосвязи общественных явлений.

Литература.

1. Адамов В.Е., Ильенкова С.Д. и др. Экономика и статистика фирм. - М.: Финансы и статистика, 1997.
2. Гильбо Е.В. Итоги перестройки и радикальных реформ и их отражение в статистике: проблемы сопоставимости показателей. - М., 1995.
3. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.

Тема 5. Статистические методы классификации, группировки и моделирования социально-экономических явлений.

Статистические методы классификации рыночных партнеров. Концептуальная цель и функциональные задачи статистики рынка товаров (продуктов и услуг). применение количественных и качественных группировок статистики социально-экономических явлений. Статистическое моделирование закономерностей рынка товаров (продуктов и услуг).

Вопросы для обсуждения.

1. Концептуальная цель и функциональные задачи статистики рынка товаров (продуктов и услуг).
2. Статистические методы классификации рыночных партнеров.
3. Статистическое моделирование закономерностей рынка товаров (продуктов и услуг).

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Применение количественных и качественных группировок статистики социально-экономических явлений.
2. Статистическое моделирование закономерностей рынка товаров (продуктов и услуг).
3. Статистические методы классификации рыночных партнеров.

Литература.

1. Беляевский И.К. Статистика рынка: задачи, показатели, методология. Вестник статистики, 1991, №9.
2. Бизнес. Коммерция. Рынок: Словарь-справочник. - М.: Информ-печать, 1993.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 6. Статистика товаров и услуг, производительности труда, основных фондов, оборотных фондов, себестоимости товаров и услуг.

Задачи статистики рынка товаров и услуг. Система показателей: статистики рынка товаров и услуг. информационная база статистики рынка

товаров и услуг. анализ наличия и использования трудового контингента рыночной сферы. Статистика производительности труда. Статистические методы измерения влияния факторов роста производительности труда. Статистика наличия состояния и движения основных фондов. Статистические показатели использования основных средств. Виды и источники образования оборотных фондов. Статистика наличия и оборачиваемости капитала. Статистика себестоимости товаров и услуг. основные показатели себестоимости товаров и услуг.

Вопросы для обсуждения

1. Система показателей статистики рынка товаров и услуг.
2. Статистика производительности труда.
3. Статистика наличия, состояния, движения, использования основных фондов.
4. Статистика источников образования, наличия и оборачиваемости оборотных фондов.
5. Статистика себестоимости товаров и услуг.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Статистика производительности труда. Статистические методы измерения влияния факторов роста производительности труда.
2. Статистика наличия, состояния, движения, использования основных фондов.
3. Статистика источников образования, наличия и оборачиваемости оборотных фондов.
4. Статистика себестоимости товаров и услуг.

Литература.

1. Адамов В.Е., Ильенкова С.Д. и др. Экономика и статистика фирм. - М.: Финансы и статистика, 1997.
2. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 7. Статистическая методология национального счетоводства и макроэкономических расчетов, построения балансов для регионов и экономики в целом.

Система национальных счетов (СНС). Секторы системы национальных счетов. Сводные национальные счета внутренней экономики. Система макроэкономических показателей и показателей функционирования рынка в сводных национальных счетах. Методология построения балансов для регионов и экономики в целом.

Вопросы для обсуждения.

1. Статическая методология национального счетоводства.
2. Статистическая методология макроэкономических расчетов.
3. Методология построения балансов для регионов и экономики в целом.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Система национальных счетов. Сводные национальные счета внутренней экономики.
2. Система макроэкономических показателей и показателей функционирования рынка в сводных национальных счетах.
3. Методология построения балансов для регионов и экономики в целом.

Литература.

1. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.
2. Зудилин А.П. Учись читать бухгалтерскую отчетность партнера и конкурента. - М.: РУДН, 1993.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 8. Статистические методы исследования экономической конъюнктуры. Статистика товарооборота и товарных запасов.

Понятие и сущность конъюнктуры рынка. Система показателей конъюнктуры рынка. Источники конъюнктурной информации. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Расчет и анализ потенциала рынка. Анализ пропорциональности развития рынка. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения. Прогнозные оценки рыночной конъюнктуры. Сущность и понятие товародвижения и товарооборота. Система показателей статистики товарооборота и товарных запасов. Анализ динамики товарооборота. региональный анализ товарооборота и товарных запасов. Методы оценки оптимальности товарных запасов.

Вопросы для обсуждения.

1. Понятие и сущность конъюнктуры рынка.
2. Статистические методы исследования экономической конъюнктуры.
3. Источники конъюнктурной информации.
4. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения.
5. Система показателей статистики товарооборота и товарных запасов.
6. Методы оценки оптимальности товарных запасов.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Система показателей конъюнктуры рынка.
2. Анализ пропорциональности развития рынка.
3. Сущность и понятия товародвижения, товарооборота и товарных запасов.
4. Региональный анализ товарооборота и товарных запасов.

Литература.

1. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.
2. Маршава К., Симчера В. О развитии статистики рыночной конъюнктуры. Вестник статистики. 1991, №5.
3. Пугачева А.А., Смирнов К.А. Статистика материально-технического снабжения и сбыта: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 1994.
4. Статистика рынка товаров и услуг. Под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 9. Статистика рыночной инфраструктуры.

Понятие и сущность рыночной инфраструктуры. Задачи статистики рыночной инфраструктуры. Система показателей статистики рыночной инфраструктуры. Оценка и анализ численности, структуры и динамики предприятий рыночной сферы. Анализ организованных форм и технической оснащенности предприятий рыночной сферы.

Анализ размещения предприятий рыночной сферы. Анализ обеспеченности покупателей предприятиями розничной торговли и бытовых услуг. анализ наличия и использования трудового контингента рыночной сферы.

Вопросы для обсуждения.

1. Понятие и сущность рыночной инфраструктуры.
2. Оценка и анализ численности, структуры и динамики предприятий рыночной сферы.
3. Анализ организационных форм и технической оснащенности предприятий рыночной сферы.
4. Анализ обеспеченности покупателей предприятиями розничной торговли и бытовых услуг.
5. Анализ наличия и использования трудового контингента рыночной сферы.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Задачи статистики рыночной инфраструктуры.
2. Анализ размещения предприятий рыночной сферы.
3. Анализ обеспеченности покупателей предприятиями рыночной торговли и бытовых услуг.

Литература.

1. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Учебник. - М.: Экономика, 1990.
2. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 10. Статистика рыночных цен.

Понятие и сущность цен и инфляции. Задачи статистики цен. Система показателей статистики цен. Принципы и методы регистрации цен. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен. Методы расчета и анализа колеблемости и соотношения цен. Методы расчета и анализа индексов цен. Методы оценки уровня и динамики инфляции.

Вопросы для обсуждения.

1. Понятие и сущность цен и инфляции.
2. Система показателей статистики цен.
3. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен.
4. Методы расчета и анализа индексов цен.
5. Методы оценки уровня и динамики инфляции.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Понятие и сущность цен и инфляции. Задачи статистики цен.
2. Система показателей статистики цен. Принципы и методы регистрации цен.
3. Методы расчета и анализа колеблемости и соотношения цен.

Литература.

1. Ефимова М.Р., Рябцева В.М. Общая теория статистики. - М.: Финансы и статистика, 1991.
2. Егоров А.И., Егорова Е.А., Савруков Н.Т. Статистика. - Санкт-Петербург, "Политехника", 1998.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.
4. Торвей Л. Индексы потребительских цен. Пер. англ. - М.: Международные отношения, 1993.

Тема 11. Статистика эффективности рекламной деятельности.

Цели и задачи маркетингового исследования. Основы методологии.

Организация маркетингового исследования и источники маркетинговой информации. Информационно-статистическое обеспечение

разработки стратегии маркетинга. Статистическое моделирование закономерностей потребительского рынка в маркетинге. Статистика в рекламном деле. Структура бюджетной рекламы. Статистика эффективности рекламной деятельности.

Вопросы для обсуждения.

1. Организация маркетингового исследования и источники маркетинговой информации.
2. Статистическое моделирование закономерностей потребительского рынка в маркетинге.
3. Статистика в рекламном деле.
4. Структура бюджетной рекламы.
5. Статистика эффективности рекламной деятельности.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Цели и задачи маркетингового исследования. Основы методологии.
2. Статистика в рекламном деле. Структура бюджета в рекламе.
3. Статистика эффективности рекламной деятельности.

Литература.

1. Балабанова Л.В. Оптовая торговля. Маркетинг и коммерция. - М.: Экономика, 1990.
2. Букерель Ф. Изучение рынков. Академия рынков. Маркетинг. Пер. с фр. - М.: Экономика, 1993.
3. Статистика рынка товаров и услуг. под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 12. Статистика деловой активности рынка товаров и услуг.

Понятие и сущность товарной биржи и биржевой деятельности. Задачи биржевой статистики. Система показателей биржевой статистики. Котировка биржевых цен. Методика расчета индексов товарной биржи. Методы анализа биржевой конъюнктуры.

Вопросы для обсуждения.

1. Понятие и сущность товарной биржи и биржевой деятельности.
2. Задачи биржевой статистики.
3. Система показателей биржевой статистики.
4. Котировка биржевых цен.
5. Методы анализа биржевой конъюнктуры.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Задачи биржевой статистики.
2. Методика расчета индексов товарной биржи.
3. Котировка биржевых цен.

Литература.

1. Биржевой портфель. Под ред. Ю.Б. Рубина и В.И. Солдаткина. - М.: Соминтэк, 1994.
2. Статистика рынка товаров и услуг. под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 13. Статистический анализ эффективности функционирования предприятий различных форм собственности, качества товаров и услуг.

Понятие и сущность социально-экономической эффективности функционирования рынка товаров. Система показателей эффективности рыночных процессов. Статистика издержек обращения. Основные направления анализа эффективности рыночной деятельности. Методика построения системы индексов среднего уровня издержек.

Вопросы для обсуждения.

1. Предмет и задачи статистики социально-экономической эффективности рыночных процессов.
2. Система показателей экономического эффекта и экономической эффективности рыночной деятельности.
3. Статистика издержек обращения.
4. Статистика качества товаров и услуг.
5. Методика построения системы индексов среднего уровня издержек.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Понятие и сущность социально-экономической эффективности функционирования рынка товаров и услуг.
2. Статистика издержек обращения рынка товаров и услуг.
3. Статистика качества товаров и услуг.

Литература.

1. Баканов М.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. Учебник. - М.: Экономика, 1990.
2. Коммерческий портфель. Под ред. Ю.Б. Рубина, В.И. Солдаткина - М.: Солитэк, 1995.
3. Статистика рынка товаров и услуг. Под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Тема 14. Статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисков.

Статистическая характеристика рисков. Виды рисков, их классификация. Методы оценки риска. Расчет уровня риска, вероятность риска. Оценка вероятности риска с помощью статистических моделей. Оценка уровня риска с помощью стратегических матриц маркетинга. Модели оценки риска (вероятностная, скоринговая, экспертная).

Вопросы для обсуждения.

1. Статистическая характеристика рисков.
2. Расчет уровня риска, вероятность риска.
3. Оценка вероятности риска с помощью статистических моделей.
4. Оценка уровня риска с помощью стратегических матриц маркетинга.
5. Модели оценки риска.

Темы контрольных работ для студентов-заочников.

1. Методы оценки риска. Расчет уровня риска. Вероятность риска.
2. Оценка вероятности риска с помощью статистических моделей.
3. Модели оценки риска.

Литература.

1. Риски в современном бизнесе. / Грабовый П.Г. и др. - м.: АЛАНС, 1994.
2. Статистика рынка товаров и услуг. под ред. И.К. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 1995.

Темы практических занятий.

Тема 2. Источники статистической информации. Понятие о статистическом наблюдении. Основные организационные формы, виды и способы статистического наблюдения. Сводка и группировка статистических материалов. Системы группировок. Абсолютные и относительные статистические величины.

Тема 3. Средние величины. Основные принципы и правила применения средних. Средняя арифметическая простая и взвешенная. Средняя гармоническая. Мода. Медиана. Показатели вариации. Меры вариации. Ряды динамики. Уровень ряда. Темп роста и темп прироста. Индексы. Цепные и базисные индексы. Способы расчета общих индексов. Выборочное наблюдение.

Тема 4. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений. Способ сопоставления параллельных рядов. Балансовый метод. метод аналитических группировок. Корреляционные

отношения. Статистические методы классификации группировки и моделирования социально-экономических явлений.

Тема 5. Статистические методы характеристики, классификации рыночных партнеров. Применение количественных и качественных группировок статистики социально-экономических явлений. Статистическое моделирование закономерностей рынка товаров (продуктов и услуг).

Тема 6. Статистика товаров и услуг, производительности труда, основных фондов, оборотных фондов, себестоимости товаров и услуг. методы измерения производительности труда. Виды оценки основного капитала. Статистика наличия, состояния и движения основного капитала. Показатели удельного расхода и структуры оборотного капитала. Понятие, состав издержек производства и обращения. Калькуляция себестоимости.

Тема 7. Статистическая методология национального счетоводства и макроэкономических расчетов, построения балансов для регионов и экономики в целом. Система национальных счетов. Сводные национальные счета внутренней экономики. Секторы системы национальных счетов. Классификация счетов системы национального счетоводства. Система макроэкономических показателей и показателей функционирования рынка в отдельных счетах системы национального счетоводства.

Тема 8. Статистические методы исследования экономической конъюнктуры. Статистика товарооборота и товарных запасов. Система показателей конъюнктуры рынка: предложение товаров, покупательский спрос, пропорциональность рынка, деловая активность, коммерческий (рыночный) риск и др. Конъюнктурные оценки рыночной ситуации. Расчет уровня риска. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения.

Тема 9. Статистика рыночной инфраструктуры. Система показателей рыночной инфраструктуры. Оценка и анализ численности, структуры и динамики предприятий рыночной сферы. Баланс движения сети товаров и услуг. коэффициент концентрации товарооборота. Анализ влияния организационной структуры торговли на динамику ее эффективности. Анализ себестоимости покупателей предприятиями розничной торговли и бытовых услуг.

Тема 10. Статистика рыночных цен. Классификация цен. Система показателей статистика цен и ценообразования. Методика расчета и анализа уровня и структуры цен. Методы расчета и анализа колеблемости и соотношения цен. Исследование вариации цен методом статистических группировок. Расчет перекрестной эластичности цен. Методы расчета и

анализа индексов цен. Методы оценки уровня и динамики инфляции. Основные показатели инфляции.

Тема 11. Статистика эффективности рекламной деятельности. Моделирование жизненного цикла товара. Методика расчета интегрированного стратегического индекса. Методика определения конкурентоспособности товара. Роль статистики в определении эффективности рекламы. Методика прогнозирования стоимости рекламы. Методика расчета числа лиц, охваченных рекламой. Структура бюджета рекламы. Статистика эффективности рекламой деятельности.

Тема 12. Статистика деловой активности рынка товаров и услуг. биржевые индексы деловой активности. Использование коэффициента вариации для характеристики устойчивости цен.. систем показателей биржевой статистики. Биржевая инфраструктура. Хеджирование. Котировка биржевых цен, биржевой бюллетень. Методы расчета индексов в Товарной биржи: количественный, стоимостный, индекс цен. Методы анализа биржевой конъюнктуры: фундаментальный, прикладной.

Тема 13. Статистический анализ эффективности функционирования предприятий разных форм собственности. Система показателей эффективности рыночных процессов. Статистика издержек обращения. Классификация издержек обращения по видам расходов. Относительный уровень издержек - издержкостность. Статистика качества индексов среднего уровня издержек.

Тема 14. Статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисков. Методы оценки риска: экспертные балльные оценки факторов и критериев риска; оценка вероятности риска с помощью статистических моделей ; оценка уровня риска с помощью статистических матриц маркетинга. Модели оценки риска. Шкала границ риска. Правило минимакса минимизация наибольшего риска, стратегия азарта, компромистность.

Контрольные вопросы.

1. Определение предмета статистики.
2. Цели и задачи курса статистики.
3. Место статистики рынка товаров (работ и услуг) в системе наук, изучающих рынок.
4. Понятия и категории статистической науки.
5. Основы методологии статистики рынка.
6. Понятие о статистическом наблюдении. Роль статистического наблюдения в организации статистического исследования.

7. Основные организационные формы, виды и способы статистического наблюдения.
8. Задачи сводки и основное ее содержание.
9. Виды группировок. Система группировок.
10. Построение и виды рядов распределения. Организация и техника проведения сводки.
11. Понятие о статистической средней. Виды средних величин.
12. Ряды динамики и их виды, важнейшие показатели динамики.
13. Сущность индексов, их виды и способы расчета.
14. Понятие и показатели вариации. Меры вариации.
15. Показатели и приемы анализа взаимосвязи социально-экономических явлений.
16. Способ сопоставления параллельных рядов.
17. Балансовый метод.
18. Метод аналитических группировок.
19. Корреляционное отношение.
20. Концептуальная цель и функциональные задачи статистики рынка товаров (продуктов и услуг).
21. Статистические методы классификации рыночных партнеров.
22. Статистическое моделирование закономерностей рынка товаров (продуктов и услуг).
23. Система показателей статистики рынка товаров и услуг.
24. Статистика производительности труда.
25. Статистика наличия, состояния, движения, использования основных фондов.
26. Статистика источников образования, наличия и оборачиваемости оборотных фондов.
27. Статистика себестоимости товаров и услуг.
28. Статистическая методология национального счетоводства.
29. Статистическая методология макроэкономических расчетов.
30. Методология построения балансов для регионов и экономики в целом.
31. Понятие и сущность конъюнктуры рынка.
32. Статистические методы исследования экономической конъюнктуры.
33. Источники конъюнктурной информации.
34. Статистические методы измерения эластичности спроса и предложения.
35. Система показателей статистического товарооборота и товарных запасов.
36. Методы оценки оптимальности товарных запасов.
37. Понятие и сущность рыночной инфраструктуры.
38. Оценка и анализ численности, структуры и динамики предприятий рыночной сферы.
39. Анализ организационных форм и технической оснащенности предприятий рыночной сферы.

40. Анализ обеспеченности покупателей предприятиями розничной торговли и бытовых услуг.
41. Анализ наличия и использование трудового контингента рыночной сферы.
42. Понятие и сущность цен и инфляции.
43. Система показателей статистики цен.
44. Методы расчета и анализа уровня и структуры цен.
45. Методы расчета и анализа индекса цен.
46. Методы оценки уровня и динамики инфляции.
47. Организация маркетингового исследования и источники маркетинговой информации.
48. Статистическое моделирование закономерностей потребительского рынка в маркетинге.
49. Статистика в рекламном деле.
50. Структура бюджета рекламы.
51. Статистика эффективности рекламной деятельности.
52. Понятие и сущность товарной биржи в биржевой деятельности.
53. Задачи биржевой статистики.
54. Система показателей биржевой статистики.
55. Котировка биржевых цен.
56. Методы анализа биржевой конъюнктуры.
57. Предмет и задачи статистики социально-экономической эффективности рыночных процессов.
58. Система показателей экономического эффекта и экономической эффективности рыночной деятельности.
59. Статистика издержек обращения.
60. Статистика качества товаров и услуг.
61. Методика построения системы индексов среднего уровня издержек.
62. Статистическая характеристика рисков.
63. Расчет уровня риска, вероятность риска.
64. Оценка вероятности риска с помощью статистических моделей.
65. Оценка уровня риска с помощью стратегических матриц маркетинга.
66. Модели оценки риска.

Понятийный материал.

Тема 1. Предмет, метод и задачи курса.

Вариация - колеблемость, многообразие, изменяемость величины признака и отдельных единиц совокупности явлений. Пределы, в которых возможны различия величин количественного варьирующего признака у единиц объекта, называются границами вариации.

Показатель - обобщающая количественная характеристика социально-экономических явлений и процессов в их качественной определенности в условиях конкретного места и вариации.

Признак - свойство, характерная черта или иная особенности единиц, объектов, явлений, которые могут быть наблюдаемы или измерены.

Система показателей - совокупность показателей, всесторонне отображающих развитие общества.

Статистическая совокупность - множество объектов или явлений изучаемых статистикой, которые имеют один или несколько общих признаков и различаются между собой по другим признакам.

Тема 2. Источники статистической информации, группировка и свodka материалов статистических наблюдений, абсолютные и относительные величины.

Группировка - расчленение множество единиц объекта наблюдения на однородные группы по определенным существенным для них признакам.

Объект наблюдения - совокупность, о которой должны быть собраны нужные сведения. Единицей наблюдения называются тот составной элемент объект наблюдения, который является носителем признаков, подлежащих регистрации.

Сводка - группировка полученных при наблюдении материалов для характеристики типичных групп и подгрупп изучаемой совокупности явлений, подсчет числа единиц итогов в группах и подгруппах, а также оформление результатов этой работы в виде таблиц.

Абсолютная величина - форма статистических показателей, непосредственно связанная с вещественной, социальной, экономической, естественной основой явлений, к которым относятся показатели. Абсолютная величина - это числа именованные.

Относительная величина - величина, выражающая количественные соотношения между социально-экономическими явлениями, их признаками, являются отношениями двух абсолютных величин.

Тема 3. Средние величины, ряды динамики, индексы, показатели вариации, выборочное наблюдение.

Средние в статистике - это показатели, выражающие типичные (обычные) размеры и количественные соотношения исторически конкретных общественных явлений и процессов и их признаков.

Средняя арифметическая простая и взвешенная. Средняя гармоническая. Средняя геометрическая. Мода. Медиана.

Показатели вариации относят к числу обобщающих показателей, они измеряют вариацию в совокупности явлений. Размах вариации - это разность между максимальным и минимальным значениями признака.

Ряды динамики - ряды количественных характеристик изменений общественных явлений во времени.

Индексы - относительные показатели, выражающие изменения сложных экономических явлений, состоящих из непосредственно неиспользованных элементов.

Выборочное наблюдение - такие наблюдения, при котором обследованию подвергается часть единиц совокупности, отобранных на основе разработанных признаков, обеспечивающих получение данных, достаточных для характеристики совокупности в целом.

Тема 4. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений.

Балансовый метод - данные взаимосвязанных показателей изучаются в виде таблицы, итоги отдельных частей которой должны быть равны между собой. Балансовый метод используется для выявления связи между отраслями народного хозяйства, между производством и реализацией продукции, для характеристики региональных связей.

Метод аналитических группировок позволяет выявить наличие связи и охарактеризовать ее направление. Чтобы осуществить исследование связи с помощью методов группировки, необходимо разгруппировать единицы изучаемой совокупности по одному признаку и вычислить средние или относительные значения другого признака для каждой группы.

Корреляционные отношения - корень квадратный из отношения. Абсолютные размеры корреляционного отношения колеблются в пределах от нуля до единицы. Чем ближе корреляционное отношение приближается к единицы, тем теснее связь между изучаемым признаком.

Способ сопоставления параллельных рядов. При этом способе данные сопоставляются обычно в табличной форме, в виде параллельного расположения статистических рядов, чем достигаются наибольшая достигаются наибольшая наглядность и выразительность сравнений.

Тема 5. Статистические методы классификации, группировки и моделирования социально-экономических явлений.

Валовой внутренний продукт, созданный в предприятиях рыночной сферы, - один из главных показателей рынка в системе национальных счетов, характеризует ту стоимости конечных продуктов и услуг, которая образована в результате деятельности предприятий сбыта, закупок, торговли и услуг.

Добавленная стоимость (с сфере товарного обращения) - приращение стоимости продукта и услуги, характеризующее вклад предприятий сбыта, закупок, торговли и услуг в создании национального продукта.

Партнер (на рынке) - участник рыночного процесса: продавец или покупатель, вступивший в деловые отношения с другими участниками рынка, как правило, с намерением купить или продать товар (имеет и другой смысл - как участник совместного предприятия).

Рынок товаров (продуктов и услуг) - система отношений купли - продажи между экономически свободными продавцами и покупателями, подразделяется на рынок средств производства, рынок товаров потребительского назначения и рынок услуг.

Конъюнктура рынка или рыночная конъюнктура - это конкретная рыночная ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени.

Тема 6. Статистика товаров и услуг, производительности труда, основных фондов, оборотных фондов, себестоимости товаров и услуг.

Оборотный капитал (фонды) - это финансовые ресурсы, вложенные в рынок товаров и услуг, использование которых осуществляется либо в рамках одного воспроизводственного цикла, либо в рамках одного относительно короткого календарного периода времени (не более одного года).

Основной капитал (фонды) - это финансовые ресурсы, вложенные в рынок товаров и услуг, которые участвуют в воспроизводственной цикле многократно и переносят свою стоимость на готовый продукт частями постепенно.

Производительность труда на рынке товаров и услуг - отношение результата функционирования рынка товаров (объема товарооборота, реализации товаров и услуг) к среднегодовой численности занятых.

Себестоимость товаров и услуг (издержки обращения) определяют предприятие, осуществляющие сбытовую, снабженческую, торгово-посредническую деятельность. В общей величине издержек обращения, связанный по доведению товаров до конечных потребителей, принять в первую очередь выделять дополнительный издержки - затраты, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения (хранение, транспортировка, обработка, сортировка товаров и т.п.), и чистые издержки - затраты на операции по продаже товаров, связанные со сменой собственника товара, уплата процентов банкам за кредит, реклама и т.д.

Тема 7. Статистическая методология национального счетоводства и макроэкономических расчетов, построения балансов регионов и экономики в целом.

Внутрифирменная отчетность в статистике рынка - отчетность по тем или иным параметрам рыночной деятельности, которую фирма, занимающаяся сбытом, торговли и оказанием услуг, устанавливает своим предприятиям для собственных нужд используются в маркетинге.

Информационный налог - понятие, согласно которому все субъекты рыночной деятельности (юридические лица) обязаны в соответствии с законодательными актами безвозмездно представлять государственным органам определенную информацию, в том числе статистическую, в установленном объеме и в указанные сроки.

Национальные счета (система национальных счетов) - система взаимосвязанных статистических показателей, построенная в виде набора счетов и таблиц, в ряде которых отражаются рыночные явления и процессы. Основные национальные счета сферы товарного обращения: счет производства, счет образования доходов, счет распределения доходов, счет использования доходов, счет капитальных затрат, счет внешнеэкономических связей.

Рыночный анализ товарооборота - это изучение состояния и развития товарооборота каждого отдельного региона; характеристика межрегиональных товарных связей; исследование межрегиональных различий объема, уровня, структуры и динамики товарооборота.

Территориальный индекс товарооборота - относительный показатель, позволяющий сравнивать товароборот различных регионов, как правило, исчисляется на душу населения в сопоставимых (стандартных) ценах.

Тема 8. Статистические методы исследования экономической конъюнктуры. Статистика товарооборота и товарных запасов.

Градуировка состояния рынка - качественные оценки рыночной ситуации; используются атрибутивные и альтернативные характеристики типа: развивающийся рынок, стабильный, вялый и т.п., приятная или неблагоприятная конъюнктура рынка.

Индексы деловой активности - комплекс показателей динамики основных рыночных характеристик: индексов цен, индексов продажи, биржевых индексов, индексов заказов и сделок, индексов прибыли и т.д.

Коэффициент эластичности - статистический показатель, измеряющий процентное изменение результативного признака при увеличении факторного признака на один процент; различаются следующие виды коэффициентов эластичности: эмпирический, теоретический и перекрестной эластичности. Эластичность спроса и предложения - реакция рынка на увеличение факторного признака (цены, дохода, других факторов).

Баланс товаров (продуктов) - система показателей, связывающих формирование товарных ресурсов (товарного предложения и их использование; в то же время метод анализа товарных связей продавцов и покупателей на оптовом рынке.

Товарооборот - 1) процесс обмена товара на деньги, совокупность единичных актов купли - продажи; 2) стоимость проданных товаров, эквивалентная денежная выручка продавца и расходам покупателя на приобретение товаров; 3) косвенная характеристика удовлетворения покупательского спроса.

Тема 9. Статистика рыночной инфраструктуры.

Инфраструктура рынка - совокупность вспомогательных подотраслей и средств, организационно и материально обеспечивающих рыночную деятельность.

Материально-технический потенциал рынка - совокупность материальных элементов (зданий, сооружений, оборудования, информационных средств, транспорта и т.п.), а также научно-обоснованных методов их эффективного использования в целях обеспечения рыночной деятельности.

Обеспеченность населения торговыми предприятиями (плотность торговой сети) - экономический и социальный показатель качества торгового обслуживания; исчисляется как число торговых предприятий (предприятий массового питания и услуг) или их площадь (число мест для посетителей) на 10 тыс. чел. населения.

Торговая единица (единица сферы услуг) - территориально обособленное помещение (здание или его часть), соответствующим образом оборудованное, выполняющее функции приема, хранения, подготовки к продаже и продажи товаров (обслуживания клиентов).

Тема 10. Статистика рыночных цен.

Взаимозависимые товары - субститы (удовлетворение одну и ту же потребность), комплектующие или сопутствующие товары. Например, для х-модели автомобиля является у-модель, комплектующими товарами - запасные или сменные части, сопутствующими - бензин, масла и т.д.

Индекс потребительских цен - показатель, отражающий динамику цен на потребительские товары (продукты) и услуги; строится по ценам товаров - представителей, входящих в потребительскую корзину; обычно имеет форму индекса Ласпейреса.

Инфляция - повышение общего уровня цен и обеспечения денег, вызванное нарушением равновесия между денежной массой и товарным покрытием.

Средняя цена - обобщающий показатель уровня цен; исчисляется во времени и в пространстве. А также по однородным группам товаров. Цена - многофункциональное экономическое явление, ведущая рыночная категория. Цена - сумма денег, уплачиваемая за единицу товара, эквивалент обмена товара на деньги.

Уровень цен - обобщающий, или средний, показатель, характеризующий состояние цен за какой-то период времени, по определенной территории, по совокупности предприятий (субрынков), по набору товаров или товарных видов с близкими потребительскими качествами, по социальным группам потребителей; определяется как индивидуальная цена, средняя цена или отношение цены к среднему доходу потребителей.

Тема 11. Статистика эффективности рекламной деятельности.

Индекс конкурентоспособности интегрированный - характеризует общий уровень конкурентоспособности, исчисляется как отношение параметрического индекса конкурентоспособности к индексу экономических факторов конкурентоспособности; если он более единицы, то товар конкурентоспособен.

Норма обращения в рекламе - среднее число людей, находящихся под влиянием одного средства массовой информации. Норма полного проникновения рекламы - отношение нормы обращения общей численности населения.

Реклама - орудие маркетингового продвижения товара на рынок, совокупность специальных средств привлечения внимания покупателей к товару, способ стимулирования спроса; различаются следующие виды рекламы: информационная, побудительная, сравнительная, напоминающая.

Тестирование товара - форма полевых испытаний продукта на потребительском рынке с целью выявления его маркетинговых характеристик.

Тестирование рекламы - изучение охвата потребителей средствами рекламы, осуществляется с помощью опросов и анкетирования, а также технических средств (телефонной связи, датчиков к телеаппаратуре и т.д.). эффективность рекламы - прирост продаж (сбыта) товаров на 1 рубль средств, затраченных на рекламу.

Тема 12. Статистика деловой активности рынка товаров и услуг.

Биржевая статистика - отрасль статистики рынка, изучающая количественную сторону биржевой инфраструктуры и биржевой деятельности. Предметом биржевой статистики являются следующие экономические категории, явления и процессы: биржевая конъюнктура,

движение товарной массы, ценообразование, уровень и динамика цен, доходы и потери продавцов и покупателей, действие биржи на рынок товаров, биржевая инфраструктура.

Брокер - биржевой посредник, выполняющий на бирже приказ клиента по покупке или продаже товара или контракта. Как правило, ведет торговлю по поручению за счет своих клиентов.

Официальная котировка на товарных биржах представляет собой единую цену, устанавливаемую по каждому товару каждой биржевой день на основании информации о ценах заключения сделок, размере партии, условия поставок и других условиях. Официальная котировка осуществляется путем усреднения цен, зафиксированных на заключительном этапе биржевого дня.

Хеджирование - форма страхования от ценовых рисков, обычно осуществляется в результате покупки или продажи фьючерского контракта. Обычно продавец реального товара (фермер продает зерно), чтобы гарантировать себе настоящую кассовую цену в будущем, приобретает фьючерский контракт на продажу товара. Если кассовая или срочная цена изменяются в одном направлении и базис (размер между ними) не изменяется, то хеджирование будет идеальным, когда продавец не проигрывает но и не выигрывает. Покупатель (продовольственная компания покупает зерно) для хеджирования приобретает фьючерский контракт на покупку.

Тема 13. Статистический анализ эффективности предприятий разных форм собственности, качества товаров и услуг.

Издержки обращения - выражение в денежной форме текущие затраты живого и овеществленного труда, связанные с осуществлением процесса товарного обращения, с функционированием рынка товаров.

Обобщающие показатели эффективности - показатели эффективности использования затрат живого и овеществленного труда, рассчитываемые как отношение показателя результатов к сводному показателю объема ресурсов или затрат.

Производительность труда - отношение результата функционирования рынка товаров (объема товарооборота, реализации товаров и услуг) к среднегодовой численности занятых.

Рентабельность - основной показатель экономической эффективности торговли (сбыта, услуг); исчисляется как относительный уровень прибыли к товарообороту, издержкам обращения и т.д.

Фондовооруженность - средняя стоимость основных фондов среды товарного обращения на одного занятого в этой сфере.

Фондоёмкость - показатель, обратный уровню фондоотдачи.

Фондоотдача - объем результата функционирования рынка товаров на единицу среднегодовой стоимости его основных фондов.

Тема 14. Статистические методы оценки финансовых, страховых и бизнес рисов.

Баланс спроса - метод определения совокупной характеристики объема спроса. Используется балансовая форма: денежные средства, предназначенные для покупки товаров, сопоставляются с товарными ресурсами (в стоимостном измерении). Разница со знаком "плюс" показывает, что предложение превышает спрос, угрожает кризис сбыта; разница со знаком "минус" - что спрос превышает предложение; величина превышает денежных средств над ресурсами отражает величину дефицита.

Модель оценки риска (вероятностная) - определение вероятности наступления риска с помощью методов математической статистики (в том числе метода статистических решений).

Модель оценки риска (скоринговая) - определение вероятности банкротства формы с помощью системы баллов, оценивающих финансово-экономическое состояние фирмы, расчета среднего балла и его сравнения с нормативом (выведенного экспертным путем).

Модель оценки риска (экспертная) - балльная оценка каждого фактора (критерия) риска и расчет среднего арифметического показателя, взвешенного по вкладу каждого фактора в наступлении риска.

Риск (коммерческий или рыночный) - опасность потерпеть поражение на рынке: не продать товар, не получить запланированную прибыль, потерпеть избытки, быть вытесненным с рынка и т.д.; оценивается с помощью экспертных, статистических и других методов.

Экспертных оценок методы - способ наблюдения, при котром оценки явлений и процессов делаются на основе мнений специально подобранных специалистов - экспертов.

Методические указания
по изучению дисциплины "Статистика"
для студентов специальностей
06.15.00 "Маркетинг", 35.07.00 "Реклама"
очной и заочной форм обучения.

Составители: к.с.н. Кинчагулова Миляуша Вайнеровна
к.с.н. Колтунова Юлия Ивановна

Подписано к печати

Заказ № _____

Формат 60/90 1/16

Отпечатано на RISO GR 3750

Бум. писч. №1

Уч. изд. л.

Усл. печ. л.

Тираж

экз.

Издательство "Нефтегазовый университет"

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

"Тюменский государственный нефтегазовый университет"

625000, г. Тюмень, ул. Володарского, 38

Отдел оперативной полиграфии издательства "Нефтегазовый университет"

625000, г. Тюмень, ул. Володарского, 38