

Ярных Э.А.

Информационная инфраструктура и статистический анализ рынка товаров и услуг. — М.: Финансы и статистика, 2004.— 368 с.: ил.

ISBN 5-279-02748-0

Рассматриваются вопросы получения информации, необходимой для проведения маркетинговых исследований рынка товаров и услуг. Особое внимание уделяется статистическим информационным ресурсам, содержащим достоверные и актуальные данные, с помощью которых можно дать аналитическую оценку состояния рынка и разработать прогноз его динамики. Излагаются основные методы использования современных компьютерных технологий и перспективы развития электронной торговли. Представлены статистические методы анализа и прогнозирования рынка товаров и услуг, его сбалансированности, тенденций развития с учетом социально-демографических факторов и статистического анализа цен.

Для преподавателей, аспирантов, студентов экономических вузов, менеджеров и экономистов коммерческих предприятий.

Оглавление

Введение	3
Часть 1. ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ	
Глава 1. Роль коммерческой информации в развитии рынка товаров и услуг.....	7
1.1. Пути становления и развития российского рынка товаров и услуг	7
1.2. Анализ развития малого бизнеса в России	30
1.3. Роль информации в коммерческой деятельности	43
1.4. Рынок информационных продуктов и услуг	57
Глава 2. Статистический информационный ресурс - основная составляющая информационной инфраструктуры рынка товаров и услуг	73
2.1. Информационная система государственной статистики	73
2.2. Совершенствование статистической информационной инфраструктуры рынка товаров и услуг	90
2.3. Использование новых информационных технологий.....	105
2.4. Обеспечение обмена и распространения статистической информации	110
Глава 3. Совершенствование демографической составляющей информационной инфраструктуры рынка товаров и услуг	118
3.1. Методологические проблемы создания регистра населения.....	118
3.2. Информационные аспекты разработки регистра населения	135
3.3. Назначение регистра населения	152
Глава 4. Информационная инфраструктура рынка товаров и услуг коммерческого типа	157
4.1. Принципы организации систем коммерческой информации.....	157
4.2. Проблемы развития электронной торговли и ее статистического учета	181

Часть II. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ

Глава 5. Методология статистического анализа рынка товаров и услуг	207
5.1. Статистические методы анализа рынка товаров и услуг	207
5.2. Статистическая оценка сбалансированности рынка	217
5.2.1. Анализ товарного предложения	217
5.2.2. Статистический анализ потребительского потенциала рынка товаров и услуг	222
5.2.3. Анализ сбалансированности рынка	228
5.3. Анализ тенденций развития рынка товаров и услуг	233
5.4. Измерение устойчивости развития рынка товаров и услуг	242
Глава 6. Статистический анализ цен на рынке товаров и услуг	255
6.1. Сущность цен и их классификация	255
6.2. Статистический анализ коммерческих цен на рынке товаров и услуг	260
6.3. Учет инфляционного роста цен	279
Глава 7. Статистическая оценка влияния социально-демографических факторов на потребительский спрос и предложение на рынке товаров и услуг	289
7.1. Анализ влияния социально-демографических факторов на потребительскую емкость рынка	289
7.2. Анализ уровня потребительского спроса от доходов населения	304
7.3. Эластичность потребительского спроса населения от дохода и цен	317
7.4. Прогнозирование потребительского спроса и предложения на рынке товаров и услуг	336
Заключение	358
Литература	360