

2. Metode napovedovanja ekonomskih in poslovnih pojavov

S tem, ko smo v prejšnjem poglavju definirali tri osnovne strategije napovedovanja ekonomskih in poslovnih pojavov, smo v bistvu tudi opozorili na tri velike skupine metod. Različna literatura različno razvršča metode napovedovanja v posamezne skupine, vendar so vse klasifikacije takšne, da je iz njih jasno vidna delitev po strategijah. Sledili bomo [8] in opisali naslednje štiri skupine metod:

- 1) "naivne" metode
- 2) barometerske metode
- 3) metode, ki temelje na konfrontaciji mnenj (Opinion Polling)
- 4) ekonometrijske metode

1) "Naivne" metode

Pod tem skupnim imenom navaja literatura vrsto preprostih in "neznanstvenih" projekcij, ki temelje na domnevah, ugibanju ali pa na enostavni ekstrapolaciji na osnovi podatkov o zgodovini pojava. Skupna lastnost teh metod je, da ne iščejo osnove v ekonomski teoriji, temveč so mehanične, in temelje zgolj na obdelavah statističnih podatkov.

Primer takšne metode je "metoda naštevanja faktorjev" (Factor Listing Method). Ta je izrazito subjektivna; sestoji od naštevanja faktorjev, ki bodo ugodno ali neugodno vplivali na nadaljnje gibanje obravnavanega procesa. Na osnovi tako ugotovljenih "plusov" in "minusov" izvede prognostik zaključek o tem, ali bodo pogoji (v celoti vzeto) v prihodnjem obdobju boljši, enaki ali slabši od sedanjih in na osnovi tega zaključka sklepa o smeri razvoja obravnavanega procesa.

Literatura uvršča med "naivne" metode tudi analizo časovnih vrst. Pri tem ji priznava "znanstvenost" v fazi analize, ne pa tudi v fazi napovedovanja. Kljub kritikam in dokaj neslavnemu "tretmanu" metode in uvrščanja med "naivne" pa je res, da je ekstrapolacija trenda kot metoda napovedovanja, ki je zrasla iz analize časovnih vrst, ena najbolj razširjenih metod napovedovanja ekonomskih in poslovnih pojavov. Eden glavnih razlogov je v dejstvu, da kažejo časovne vrste eko-