

## Тема 6. Дослідження кон'юнктури ринку

1. Кон'юнктура ринку та класифікація її видів. Сутність і завдання кон'юнктурних досліджень.

2. Послідовність дослідження кон'юнктури ринку.

3. Характеристика кон'юнктурних показників.

4. Прогнозування кон'юнктури ринку.

1. Кон'юнктура ринку та класифікація її видів. Сутність і завдання кон'юнктурних досліджень

**Кон'юнктура ринку** – це реальна економічна ситуація, яку характеризують співвідношення між попитом та пропозицією, рівень і динаміка цін, товарних запасів, а також інші показники та чинники (історичні, національні, природно-кліматичні, територіальні, політичні, соціально-економічні тощо). **Кон'юнктурні дослідження** – це визначена система дій, заходів науково-дослідної діяльності, спрямованих на одержання достовірних інформаційних матеріалів про стан кон'юнктури галузевого, товарного чи регіонального ринку про співвідношення попиту і пропозиції товарів та послуг, ступінь масовості попиту, відповідність обсягів, структури і якості товарної продукції обсягам, структурі й попиту, відповідність матеріально-технічної бази торгівлі потребам розвитку ринку тощо.

**Кон'юнктура характеризується:**

- постійною мінливістю, значними коливаннями;
- суперечливим характером, оскільки різні кон'юнктурні показники в один і той самий час відображають протилежні тенденції;
- нерівномірністю, що проявляється, коли динаміка розвитку різних показників має однаковий напрям, але не співпадають їх темпи;
- єдністю протилежностей.

**Види кон'юнктури:**

1. **Знижувальна кон'юнктура** відображається у затоваренні ринку продуктами, скороченні кількості угод, зниженні ринкових цін, тобто перевищенні пропозиції над попитом, що притаманне фазі кризи.

2. **Низька (слабка) кон'юнктура** характеризується пасивністю суб'єктів ринку, низькими стабільними цінами, що відповідає фазі депресії.

3. **Підвищеній кон'юнктурі** властиві виснаження товарних запасів, товарний дефіцит, що обумовлено перевищенням попиту над пропозицією. Така кон'юнктура відповідає фазі пожвавлення.

4. **Висока (стабільна) кон'юнктура** характеризується найбільшою активністю суб'єктів ринку, відносно стабільними високими цінами, що здебільшого є характерним у період підйому економіки.

2. **Послідовність дослідження кон'юнктури ринку**

Дослідження кон'юнктури ринку виконується в такій послідовності:

1. **Дослідження основних рис і особливостей ринку.** Для цілей кон'юнктурних досліджень ринки поділяють за різними ознаками (див. лекцію 1). Кількість різних типів ринку обумовлює і різноманітність оцінних показників і методів їх дослідження.

2. **Вибір (розроблення) методів вивчення кон'юнктури.** Методи кон'юнктурних досліджень поділяють на такі групи:

- методи економічного загальносистемного аналізу: порівняння, візуально-графічні, балансовий, формально-логічний (експертних оцінок, якісні і кількісні рейтинги тощо);
- економіко-математичні методи: загально математичні методи розрахунку економічних показників, методи математичного моделювання;
- економіко-статистичні та методи математичної статистики: аналіз динаміки кон'юнктури (метод відносних величин, метод середніх величин, індексний метод, аналіз рядів динаміки, аналіз часових коливань, зведення і групування, вибіркоче спостереження), регресійно-кореляційний аналіз, експертні методи.

3. **Збір і накопичення кон'юнктурної інформації.** Збір і накопичення інформації проводиться методами ринкових маркетингових досліджень.

4. **Аналіз кон'юнктури виконується за такими напрямками:**

- аналіз динаміки та циклічності економічних процесів;
- аналіз загальногосподарської кон'юнктури;
- аналіз рівня і динаміки цін, а також цінових показників кон'юнктури;
- дослідження попиту і пропозиції;
- дослідження особливостей поведінки суб'єктів ринку;
- оцінка потенціалу та основних пропорцій ринку;
- оцінка підприємницького ризику.

**5. Прогнозування кон'юнктури.** Прогнозування кон'юнктури здійснюється за допомогою загальноприйнятих методів маркетингового прогнозування (див. питання 4).

### 3. Характеристика кон'юнктурних показників

Кон'юнктуру будь-якого ринку вивчають за допомогою системи економічних показників, що дають кількісну характеристику якісним змінам та дозволяють скласти прогноз.

*До системи показників*, що характеризують кон'юнктуру, слід включати ті показники, які адекватно та оперативно відображають основні напрямки, зміни, тенденції та темпи розвитку кон'юнктури ринку та найменше знаходяться під впливом випадкових, неконтрольованих та важкопередбачуваних чинників.

Виокремлюють *макроекономічні* та *мікроекономічні* показники кон'юнктури.

*Макроекономічні показники умовно* поділяють на три групи:

**1. Потоківі показники** – відображають передачу цінностей одними суб'єктами економічної діяльності іншим. Вони вимірюються за певний проміжок часу (між двома часовими точками).

**2. Показники запасів** – це економічні змінні, що відображають нагромадження та використання цінностей економічними суб'єктами. Вони визначаються на певну дату.

**3. Показники економічної кон'юнктури** – це змінні, пов'язані з коливанням ділової активності.

**Мікроекономічні показники** відображають діяльність окремих суб'єктів господарювання та їх вплив на кон'юнктуру ринку.

Залежно від рівня досліджень економіку країни в цілому, окремий галузевий чи товарний ринок можна виділити в **загальноекономічну кон'юнктуру, кон'юнктуру галузевого ринку та кон'юнктуру товарного ринку**. Зважаючи на індикатори кон'юнктури економіки, які характеризують їх параметри для загальноекономічної кон'юнктури чи галузевої або товарної кон'юнктури, розрізняють макроекономічні та мікроекономічні характеристики (рис. 1).

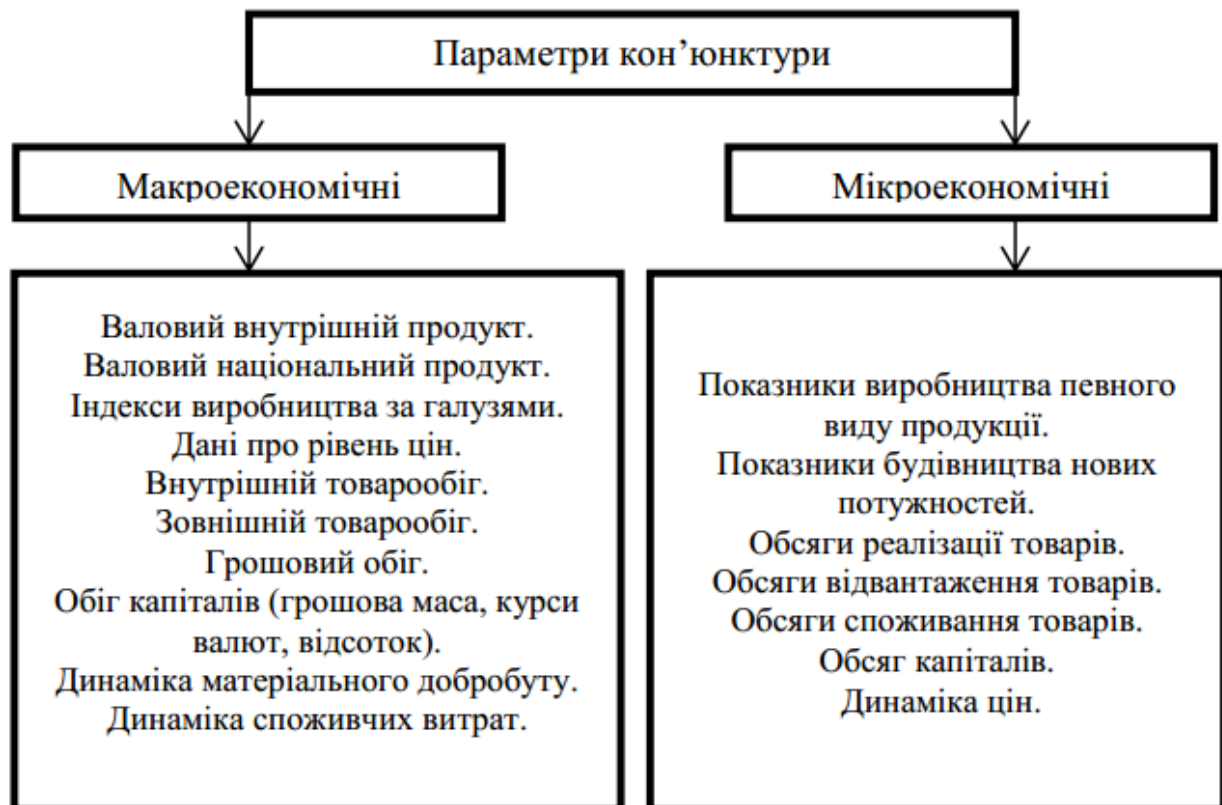


Рисунок 1. Індикатори кон'юнктури економіки

Більшість основних економічних показників сфери (процесу) відтворення й дослідження кон'юнктури можна звести в групи, що характеризують ті або інші сторони (особливості) стану й прояву ринкової кон'юнктури.

**1. Стабільність, циклічність і динаміка розвитку ринку:** середні показники кон'юнктури, показники варіації кон'юнктури, показники форми кон'юнктурної хвилі, показники динаміки кон'юнктури (темпи росту й параметри тренду, функції тренду), параметри моделей сезонності та циклічності розвитку.

**2. Ринкова пропозиція:** обсяг, структура й динаміка пропозиції; функціональні можливості пропозиції; еластичність пропозиції.

**3. Ринковий попит:** обсяг, структура й динаміка попиту; показники сегментації та диференціації попиту; функціональні можливості попиту (місткість ринку); еластичність попиту.

**4. Пропорційність ринку:** показники співвідношення попиту та пропозиції (обсяги й ціна рівноваги); структури ринку (показники виробництва основних виробників, структура споживання, структура товарообігу і т. д.); розподіл ринку між основними виробниками, торговельними посередниками і торгівлею; територіальна структура ринку; співвідношення з іншими ринками; показники масштабу ринку, рівень монополізації і конкуренції.

**5. Ділова активність і комерційний ризик:** обсяг, число, частота й динаміка угод; індекси ділової активності, макроекономічні показники та індекси економічного барометра; показники виробничих (торговельних) можливостей пропозиції; показники збутових можливостей пропозиції (портфель замовлень, його склад, заповнювання і динаміка); рівень комерційного ризику (інвестиційний ризик, ризик прийняття рішень, ризик кон'юнктурних коливань, непередбачений ризик).

**6. Масштаб ринку.**

**7. Регіональні особливості ринку.**

#### **4. Прогнозування кон'юнктури ринку**

**Прогнозування** – це науково обґрунтоване передбачення ймовірного стану економічної системи та відповідних показників цієї системи в майбутньому на основі вивчення причинно-наслідкових зв'язків, тенденцій і закономірностей.

Прогнози ринкової кон'юнктури розрізняються **за термінами передбачення** на:

- оперативні (на декаду, місяць, квартал, півріччя);
- короткострокові (на рік);
- середньострокові (до 5 років);
- довгострокові (від 5 років і більше).

**Залежно від об'єкта дослідження** прогноз може бути:

- глобальним;
- регіональним;
- локальним.

Існують різні прийоми та методи прогнозування. Найчастіше в прогнозуванні використовують такі:

**1. Аналогові моделі,** коли як прогноз розглядають сприятливі показники ринкової ситуації в якому-небудь регіоні чи країні.

**2. Нормативний метод прогнозування,** що базується на використанні відповідних норм (наприклад, фізіологічних норм споживання продуктів харчування, норм забезпеченості сімей товарами культурно-побутового призначення).

**3. Метод експертних оцінок** використовується переважно у довгострокових прогнозах або за відсутності достатньо надійної інформації.

**4. Метод екстраполяції:** технічне, механічне згладжування динамічних рядів, трендові моделі. Метод екстраполяції базується на вивченні минулих і нинішніх закономірностей розвитку економічного явища і поширення цих закономірностей на майбутнє.

**5. Математичне моделювання** процесів є описуванням цих процесів за допомогою математичних формул, рівнянь та нерівностей.

Важливим моментом прогнозування є перевірка надійності й точності прогнозу. Існує, наприклад, **метод інверсної верифікації шляхом ретроспективного прогнозування.** Це означає, що правильність прогнозованої моделі перевіряється складанням прогнозу на період, який уже пройшов, шляхом зіставлення прогнозованих даних з фактичними.