

Тема 8. Дослідження динаміки та стійкості розвитку ринку

1. Аналіз динаміки, стійкості та коливання ринку: основні поняття та завдання.
2. Прогнозування ринку та основні методи прогнозування розвитку ринку.
3. Оцінки та аналіз циклічності й сезонності ринку.
4. Аналіз факторів, що обумовлюють стан і розвиток ринку.

1. Аналіз динаміки, стійкості та коливання ринку: основні поняття та завдання

Динаміка ринку — процес зміни в часі обсягу, структури та рівня продажу товарів, товарообороту, рентабельності й кількості торгових підприємств.

Тенденція розвитку ринку — поняття, що характеризує напрям і швидкість його зміни в часі.

Виявом тенденції ринку є **тренд**, або зміна, що відбиває загальний напрямок динамічного розвитку, звільнене від випадкових коливань. Тренд може бути виявлений за допомогою різних статистичних моделей. Найчастіше використовуються графічний метод (технічний спосіб) і математичні рівняння тренду (аналітичне вирівнювання/згладжування).

Вихідною інформацією про розвиток і зміну ринку служать **динамічні ряди**, які представляють собою характеристики показників, послідовно розміщені в хронологічному порядку, що відображають зміну досліджуваного явища в часі. Основним показником динаміки в аналізі розвитку ринку є **темпи зростання**, а також **темпи приросту**.

Темп зростання — це відношення обсягу або рівня досліджуваного явища (наприклад, товарообігу) поточного періоду до відповідного показника базисного (минулого) періоду:

$$T = y_1/y_0, (1)$$

де T — темп зростання (в коефіцієнтах або відсотках); y_0 і y_1 — відповідно рівні базисного і поточного періодів.

Різниця між темпом зростання та 1 (100 %) є **темпом приросту**.

Існує два типи темпів зростання:

- базисні темпи зростання, тобто зіставлення кожного рівня до початкового рівня динамічного ряду;

- ланцюгові темпи зростання, тобто зіставлення кожного наступного рівня до попереднього.

Темп зростання відповідає на питання, наскільки швидко чи повільно змінюється ринок, а абсолютний приріст показує, який абсолютний розмір цієї зміни.

Абсолютний приріст показує різницю між обсягом/рівнем ринку поточного і базисного періодів:

$$\Delta = y_1 - y_0. (2)$$

В аналізі ринку використовується такий важливий показник, як **абсолютне значення одного відсотка приросту**, який дорівнює 1/100 базисного рівня. Він показує, наскільки «вагомий» приріст обсягу або рівень ринку. Тому цей показник можна розглядати як якісну характеристику ринку.

У системі дослідження характеристик динаміки ринку особливе місце займають динамічні індекси, що виконують низку важливих функцій:

- по-перше, індекси дозволяють відобразити загальну зміну ринку, що складається із сукупності окремих елементів (окремих показників динаміки);

- по-друге, дають можливість показати зміну кожного окремого елемента;

- по-третє, сприяють виявленню впливу структурного фактора на динаміку ринкової діяльності.

Індексом (динамічним) називається узагальнюючий показник, що характеризує зміну величини, що складається із сукупності ринкових елементів, які безпосередньо не підлягають підсумовуванню. Індекс має властивості й риси як середніх величин, так і відносних величин. Індекс дозволяє виміряти динаміку таких ринкових явищ і процесів: продажу товарів і послуг, цін, витрат, прибутку, числа та розміру підприємств (рис. 1).

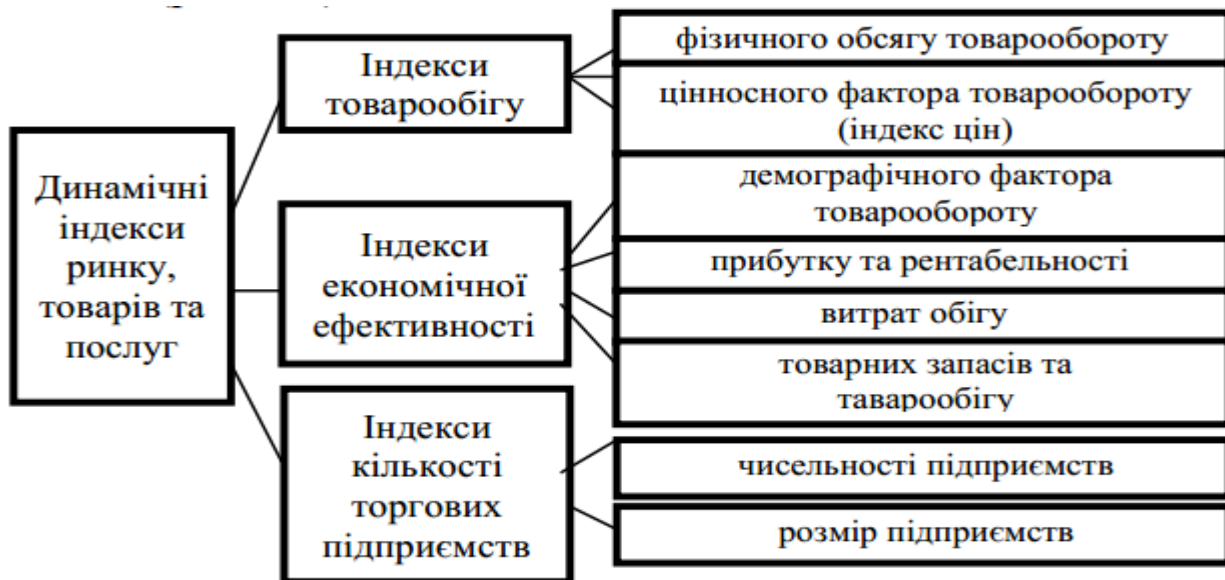


Рис. 1. Види динамічних індексів

2. Прогнозування ринку та основні методи прогнозування розвитку ринку

Прогнозування ринку – це процес науково обґрунтованого передбачення з трансформаційних змін попиту та інших параметрів ринку в майбутньому на основі вивчення причино-наслідкових зв'язків, тенденцій і закономірностей.

Найпростіший прогноз – це умоглядна оцінка цілей, яку ставить перед собою підприємець. Більш складний прогноз становить систему збалансованих показників, що містять економічні, соціально-демографічні та організаційні чинники стану та розвитку ринку.

Прогноз розвитку ринку – кількісна або якісна оцінка його майбутньої зміни.

У прогнозуванні ставляться три основні завдання:

- 1) визначення короткострокових (кон'юнктурних) і довготривалих (стратегічних) тенденцій зміни купівельного попиту/товарообігу, які можна поширити на наступний період;
- 2) виявлення і моделювання в подальшому розвитку впливу комплексу соціально-економічних і торговельно-організаційних чинників на динаміку і структуру купівельного попиту/товарообігу;
- 3) вивчення можливостей та перспектив конкурентних переваг у майбутньому розвитку ринку.

Прогнози ринку покладаються в основу розроблення оперативного та стратегічного планів маркетингу. Вони є першим вихідним етапом розроблення товару, планування збуту та продажу товарів.

Види прогнозів ринку:

- Прогноз товарної пропозиції;
- Прогноз товарно-грошового ринку;
- Прогноз соціально – демографічних факторів;
- Прогноз розвитку інфраструктури ринку;
- Прогноз фінансової діяльності ринку;
- Прогноз споживчого попиту;
- Прогноз цін та купівельної спроможності;
- Прогноз витрат на купівлю товарів;
- Прогноз інвестицій у ринкову сферу;
- Прогноз кількості та складу ринкових підприємств.

В межах прогнозування ринку звертають увагу на такі групи факторів:

- виробничі фактори, що містять плани та завдання, а також оцінки обсягу, динаміки і структури товарної пропозиції на майбутній період;
- ринкові фактори, що охоплюють товарообіг, ціни, прибуток і рентабельність у наступному періоді;
- заплановані на наступний період інвестиції, нове будівництво та розширення діючих підприємств ринкової сфери;

- соціально-демографічні фактори, включаючи прогнози чисельності та склад населення, міграційних процесів, соціальної структури населення, структури матеріальних і культурних потреб.

У практиці ринкового дослідження застосовуються такі прийоми і методи прогнозування:

- попереджувальна (сигнальна) інформація, що базується на дотриманні за параметрами ринку, поведінкою покупців і т.д.;

- методи екстраполяції: технічне (візуальне) згладжування, механічні способи згладжування динамічних рядів, трендові моделі;

- методи статистичного моделювання (парні й багатофакторні рівняння регресії);

- аналогові моделі, коли в якості прогнозу розглядаються сприятливі показники ринкової ситуації в якомусь регіоні (або країні);

- імітаційні моделі, коли замість реальних даних, використовуються побудови, створені за спеціальними програмами;

- прогнозування за експертними оцінками;

- складання прогнозних сценаріїв як динамічних альтернативних моделей майбутнього, де допускаються багатоваріантність й евристичні оцінки;

- описувальний спосіб дослідження поєднується з іншими, зокрема зі статистичними моделями.

3 Оцінка та аналіз циклічності й сезонності ринку

У процесі розвитку ринку проявляється явище циклічності.

Циклічність розвитку ринку – регулярно повторювані в часі коливання його динамічних змін і тенденцій. Ринок за певних умов розвивається не лінійно, а своєрідними хвилями. Це явище обумовлене як зовнішніми чинниками, так і глибинними внутрішніми властивостями ринку.

Класифікація складових економічних циклів:

- **депресія:** активність товарного ринку слабшає, ціни мають тенденцію до зниження;

- **пожвавлення:** в товарному виробництві й торгівлі починається зростання;

- **підйом:** темпи ділової активності на товарному ринку підвищуються, ціни продовжують зростати;

- **інфляція:** зростання виробництва й торгівлі призупиняється, ціни на товари уповільнюють зростання;

- **криза:** промислова і торговельна діяльність завмирає, договори не менш ніж на 50 % не реалізуються, поставка не оплачується, зростають товарні запаси, ціни падають.

Послідовність циклів різних ринків не обов'язково збігається, на них роблять сильний вплив соціально - економічні умови, а також політична ситуація. Цикли можуть мати різну тривалість залежно від конкретної економічної обстановки і дії комплексу інших факторів. Тривалість кожного циклу локального ринку окремого товару залежить від загальної ринкової ситуації і від конкретних умов.

Іноді у розвитку ринку виділяють три типи циклічності: внутрішньорічну, сезонну і економічну. Внутрішньорічна циклічність, що охоплює кілька років, відображає певні закономірності дії ринкового механізму, вплив і специфіку економічних та організаційних чинників, зокрема постійних коливань попиту і пропозиції, пов'язаних із насиченістю ринку.

Особливою формою внутрішньорічної циклічності є сезонність, тобто повторюваність коливань, обумовлена факторами сезону. **Сезонність ринку** – регулярна зміна циклів, обумовлена специфікою сільськогосподарського виробництва або торгівлі.

Сезонні зміни попиту та пропозиції охоплюють далеко не всі товари, але для багатьох із них характерний значний розмах сезонних коливань. Необхідно мати на увазі, що сезонність різних товарів (сільськогосподарського і промислового походження) має свої особливості. Це створює в маркетингу низку організаційно-технологічних та економічних проблем: утворення сезонних товарних запасів, нерівномірні навантаження на працівників торгівлі та торговельне обладнання, простої транспортних засобів і т. п.

Дослідження сезонних коливань здійснюється за допомогою різних прийомів та методів. Суть їх полягає у виключенні або згладжуванні випадкових коливань. Зазвичай для цього використовують **середньомісячні або середньоквартальні дані, що охоплюють певний період, зазвичай 3-5 років.** Так, наприклад, розраховують середній місячний рівень (і-го місяця) за три роки:

$$\bar{y}_i = \frac{y_{i1} + y_{i2} + y_{i3}}{3} = \frac{\sum_{i=1}^3 y_i}{3}, \quad (1)$$

де y_{i1} , y_{i2} , y_{i3} – місячні рівні (одного з місяців), взяті за три послідовні роки.

Найпростішим способом виявлення сезонних коливань слугує розрахунок **індексу сезонності** (i_{ces}), відношення кожного рівня (місячного або квартального) до відповідного рівня середній величині, обчисленої за рік або за кілька років:

$$i_{ces} = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{\bar{y}}, \quad (2)$$

де y – середній рівень, обчислений за n періодів (місяців, кварталів) усіх включених в розрахунок років;

y_i – рівень i -го періоду;

n – число i -х періодів.

4. Аналіз факторів, що обумовлюють стан і розвиток ринку

Важливим завданням дослідження ринку є вивчення факторів, що впливають на стан і зміну обсягу та структури ринку. На ринкові процеси та явища впливає цілий комплекс факторів, до яких належать як соціально-економічні, так і природні, а також організаційно-правові чинники.

Під **фактором розвитку ринку** розуміють причину, що знаходиться в певному логічному або статистико-математичному зв'язку з результатом ринкової діяльності.

До факторів, що обумовлюють стан і розвиток ринку відносять:

1) соціально-демографічні фактори: природний рух населення (народжуваність, смертність); чисельність і приріст населення, його статево-вікову і соціальну структуру; територіальне розселення і деякі міграційні процеси; розмір, склад і вік сімей; урбанізацію, співвідношення міського і сільського населення; культурний рівень, національний склад населення;

2) соціально-економічні фактори: обсяг товарної пропозиції (виробництво, експорт та імпорт), вплив темпів науково-технічного прогресу на попит і пропозицію; грошові та інші доходи; ціни, ціни на товари-субститути, інфляція; зайнятість/безробіття, професійний склад працівників тощо);

3) географічні чинники, щільність населення, природнокліматичні фактори й національні особливості;

4) психологічні та психографічні фактори: споживчі переваги, спосіб життя, вплив моди;

5) політичні умови.

Для аналізу факторів, що обумовлюють стан і розвиток ринку використовують такі методи:

- структурного аналізу;
- угруповань;
- оцінки концентрації доходів.