

Т.О. Самойленко, студентка,
Харківський національний економічний університет
м. Харків, Україна
samoilenkotania@mail.ru
науковий керівник к.е.н., доц. Серова І.А.

ЗАГАЛЬНА СХЕМА ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮКТУРИ РИНКУ

В сучасних умовах господарювання однією з головних задач розвитку економіки України є вивчення кон'юктури ринку.

Метою аналітичної оцінки кон'юктури є визначення характеру і ступіні збалансованості через співвідношення попиту та пропозиції.

Традиційні методи аналізу даного процесу передбачають: проведення дієвої оцінки особливостей стану досліджуваного ринку та виявлення поведінки його суб'єктів; оцінки та аналізу потенціалу й основних пропорцій ринку; виявлення тенденцій його розвитку, сезонності, циклічності та побудову прогнозу. Але в економічній літературі питанням інформаційно – аналітичного забезпечення приділяється мало уваги, тому буде доцільним визначення певної послідовності здійснення аналізу кон'юктури, що дасть змогу сформувати базове теоретичне підґрунтя дослідження. Така послідовність матиме наступний вид:

дослідження основних рис та особливостей ринку — оцінка динаміки розвитку структурних елементів кон'юктури — розробка системи показників кон'юктури — збір і накопичення кон'юктурної інформації — моніторинг чинників, які впливають на кон'юктуру ринку — вибір методів прогнозування і прогноз кон'юктури.

Оскільки окремий тип ринку і буде визначати в подальшому методи його дослідження та коло показників для аналізу, правомірною є класифікація ринків за різними ознаками в залежності від цілей кон'юктурних досліджень й відокремлення його особливостей.

Оцінка динаміки розвитку структурних елементів кон'юктури передбачає використання таких основних індикаторів ринкової ситуації як попит, пропозиція і ціна.

Оцінювання рівня розвитку ринку базується на системі показників, що в залежності від певного типу ринку потребує уточнення (доповнення) та зміни принципу їх агрегації.

Показники виробництва; рівня монополізації; цінові та кількісні показники пропорціональності ринку; показники попиту на товар та показники тенденцій розвитку ринку його стійкості та циклічності є найважливішими індикаторами ринкової ситуації й віддбивають основні аспекти функціонування ринкового механізму, що дозволяє не лише з достатньою точністю визначити сучасний стан і перспективи розвитку кон'юктури товарного ринку, а й суттєво зменшити витрати часу на збір другорядної інформації та дослідницькі процедури в умовах стихійності та динамічності його розвитку. Особливістю показників кон'юктури є використання їх в якості параметрів статистичних моделей, що відображають тенденції і циклічність ринку.

Збір та накопичення кон'юктурної інформації є одним із найбільш важливих і трудомістких етапів аналізу. Тому інформаційна база кон'юктурного аналізу повинна:

- мати організовану структуру, що дозволяла б періодично отримувати інформацію про різні події, котрі відбуваються на ринку;
- оновлюватись з певною періодичністю;
- мати добре налагоджену аналітичну систему маркетингу, яка б охоплювала прогресивні засоби аналізу даних і проблемних ситуацій.

Вплив чинників на елементи структури ринку визначає їх моніторинг. Якщо макро-чинниками є національний дохід, чистий національний дохід, показники виробництва за групами галузей, показники товарного обороту, показники споживання, то мікро-чинниками - показники виробництва і споживання продукції на ринку, нові виробничі потужності.

Результативною частиною кон'юнктурних досліджень прийнято вважати прогнозування. На сьогоднішній день проблема прогнозування кон'юнктури будь-якого ринку в Україні, внаслідок швидких змін зовнішнього середовища, стала особливо складною. Прогнозні зміни кон'юнктури неодинакові на різних товарних ринках. Тому у системі кон'юнктурних прогнозів є необхідним: облік відмінностей економічного і соціального розвитку регіонів, спеціалізація і структура виробництва, рівень державної підтримки.

Система таких відмінностей притаманна й продовольчому ринку: високі рівні ризику виробництва і ненадійність довгострокових прогнозів; сильні сезонні коливання кон'юнктури; сильна регіональна диференціація виробництва і вжитку.

Стан ринку на даний момент часу завжди пов'язаний із ситуацією попереднього відрізка часу. Розвиток будь-якого ринку має стохастичний характер, відбувається під постійним впливом багатьох факторів, що й зумовлює наявність постійних коливань та відхилень від основної тенденції. Коливальні процеси поділяються на необоротні, які відбуваються в одному напрямку, і оборотні, які повторюються через певний проміжок часу або через певну амплітуду коливань.

Залежно від довжини циклу будуться різні моделі кон'юнктури: двофазні (підйом — спад або рецесія), трифазні (прискорення — стабілізація — рецесія), чотирифазні (депресія — пожвавлення — підйом — спад)[2].

Розкриття механізму середніх циклів коливань зводиться, в основному, до пояснення того, яким чином взаємодіють динаміка обсягів виробництва, рівень прибутковості та інноваційної діяльності. Розкриття механізму малих циклів кон'юнктури, має пояснити взаємодію динаміки цін споживчого та оптового ринків.

На рівні малих циклів із внутрішньорічними коливаннями в міжнародній практиці пропонується часовий ряд показників кон'юнктури подавати у двох виглядах: показник за фактичними рівнями та показник, який звільнено від сезонності і випадкових коливань [1].

Вивчення коливань показників кон'юнктури має значення для оцінювання стійкості ряду динаміки, виявлення тренду, сезонних коливань і обґрунтування вибору методів прогнозування.

Схема вибору трендової моделі при прогнозуванні розвитку ринку, залежно від основних тенденцій попиту має наступний вид:

своєчасне оновлення асортименту товару та збереження тенденція зростання — попит задоволено й рівномірно зростає — пряма;

рівень забезпеченості близький до нормативу й зберігаються тенденції уповільнення — попит задоволено але зменшуються його темпи приросту — логарифмічна функція;

витіснення товару й збереження тенденцій в майбутньому — попит задоволено але знижується — гіпербола;

ринок не є насиченим й зберігаються високі темпи зростання — попит незадоволений й має однакові темпи зростання — показова функція;

ринок не є насиченим, товар є дефіцитним, продажі мають високі темпи — попит в більшості не задоволено — парабола.

Таким чином, особливостями інформаційно-аналітичного забезпечення кон'юнктури ринку є: суперечність різних кон'юнктурних показників, що свідчать про наявність протилежних тенденцій; сильний взаємозв'язок всіх чинників, що формують кон'юнктуру; нерівномірністю прогнозів; динамічність кон'юнктури.

Список літератури: 1. Статистика рынка товаров и услуг: Учебник/И. К. Беляевский, Г. Д. Кулагина, А. В. Коротко и др.; Под ред. И. К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 432 с. **2.** Рождественська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 419 с.