

Зрег.

УКООПСПЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ



ПОКАЗНИКИ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ З КУРСУ "КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ"

**для самостійного вивчення студентами економічних
спеціальностей**

ЛЬВІВ
Видавництво Львівської комерційної академії
2004

УКООПСІЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

ПОКАЗНИКИ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ З КУРСУ “КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ”

для самостійного вивчення студентами економічних спеціальностей

ЛЬВІВ

Видавництво Львівської комерційної академії

2004

Уклала: к.е.н., доц. Іванова Л.О.

Рецензенти: ст. викл. Федорчук А.І.,
ас. Орел Л.М.

Відповідальний за випуск: д.е.н., проф. Дайновський Ю.А.

Рекомендовано до друку кафедрою маркетингу

Протокол №4 від 25.11.2003р.

© Іванова Л.О.,

2004

1. ЗАВДАННЯ ВИВЧЕННЯ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Вивчення ринкової ситуації охоплює низку завдань, орієнтованих і спрямованих, насамперед, на всебічну, взаємопов'язану характеристику стану ринку загалом і в розрізі його окремих елементів і складових частин.

Завдання вивчення ринкової ситуації:

1. Збір і обробка кон'юнктурної інформації.
2. Типологія ринкової ситуації.
3. Характеристика масштабу (обсягу) ринку.
4. Оцінка і аналіз збалансованості ринку та його основних пропорцій.
5. Вивчення, аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку і його динамічної стійкості.
6. Оцінка коливання, сезонності і циклічності розвитку ринку.
7. Оцінка і аналіз регіональних відмінностей ринку.
8. Оцінка і аналіз ділової активності.
9. Характеристика ступеня монополізації ринку та інтенсивності конкуренції, оцінки комерційного (ринкового) ризику.
10. Інтегральні та диференційовані оцінки стану ринку.

Можна виділити два рівні вивчення кон'юнктури. На першому - оціночному рівні - дається характеристика масштабів і типологія ринку, його головні пропорції, вектор і швидкість зміни основних параметрів, рівень стійкості його розвитку. Другий, більш високий, рівень кон'юнктури має на меті виявлення причинно-наслідкових зв'язків, головних умов, що визначають ринкову ситуацію. На цій основі здійснюється прогнозування ринкової кон'юнктури та формування висновку щодо перспектив розвитку ринку товарів та послуг (з позицій макро- або мікрорівня).

2. ВИМОГИ ДО ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Вивчення кон'юнктури здійснюється за допомогою комплексу економічних показників, що дозволяють:

- 1) дати кількісну характеристику якісним змінам, що відбуваються у процесі відтворення і характеризують сформовану ситуацію на ринку;
- 2) визначити значущість, напрями і тенденції розвитку кон'юнктури (тобто скласти прогноз).

Значення цих показників для характеристики стану і перспектив розвитку кон'юнктури дуже нерівнозначне.

При використанні конкретних показників необхідно мати на увазі, що частина їх дає пряму кількісну оцінку сформованої на ринку ситуації і безпосередньо відображає ті чи інші кон'юнктурні зміни, що відбуваються. Окремі показники можуть бути використані як непряме свідчення наявності процесів, що відбуваються на ринку, або тенденцій, що складаються. Такі показники прийнято називати непрямими індикаторами. До них відносяться, наприклад, дані і відомості про конкурентну боротьбу на досліджуваному ринку, її тенденції; міжнародний поділ праці; розвиток спеціалізації і науково-технічне співробітництво, рівні монополізації тощо.

У деяких випадках через обмеженість або відсутність прямих даних непрямі показники набувають особливо великого значення. Так, через недостатність інформації про динаміку цін на устаткування про неї іноді можна судити за показниками, що характеризують можливі зміни окремих елементів витрат виробництва (насамперед, цін на чорні метали, інші матеріали, ставок заробітної плати і т.ін.)

До системи кон'юнктурних показників необхідно відбирати дані, що найбільш правильно і оперативно відбивають основні зміни, напрями та темпи розвитку процесу відтворення й найменшою мірою підпадають під вплив випадковостей. Наприклад, при вивченні загальногосподарської

кон'юнктури важливим критерієм змін, що відбуваються, можуть слугувати дані про промислове виробництво як у цілому, так і в окремих галузях. Природно, що при виборі галузей мають враховуватися їх значення і питома вага у загальному промисловому виробництві.

Слід зазначити, що економічні показники, які зустрічаються у різноманітних джерелах інформації, найчастіше відносяться до категорії високоагрегованих і звичайно свідчать про загальні тенденції (попиту, виробництва, експорту, імпорту, цін), характерні для певної товарної групи загалом (наприклад, металорізальні верстати, двигуни внутрішнього згорання, трактори тощо).

Для характеристики стану загальногосподарської кон'юнктури окремих країн або кон'юнктурних товарних ринків поряд із загальними даними про зміни у виробництві і споживанні необхідно мати у розпорядженні додаткові, менш агреговані приватні показники, які відносять безпосередньо до аналізованого виду продукції. За допомогою саме таких показників можна виявити відхилення і особливості розвитку окремих процесів. Не виключено, що ці показники засвідчуватимуть наявність інших, часто протилежних тенденцій порівняно з тенденціями, характерними для товарної групи в цілому.

Система кон'юнктурних показників має включати ті, які характеризували б процес відтворення в цілому і відображали особливості окремих фаз циклу.

3. СИСТЕМА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ ТА ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ

Ринкова ситуація характеризується, як правило, такими основними аспектами:

- 1) ступінь збалансованості ринку (співвідношення попиту і пропозиції), що намітилася, сформувалася або змінилася;
- 2) тенденції розвитку ринку;
- 3) сила і розмах конкурентної боротьби;

- 4) рівень усталеності (стійкості) або змінюваності основних параметрів ринку;
- 5) масштаби ринкових операцій і ступінь ділової активності;
- 6) рівень комерційного (ринкового) ризику.

Інструментами виміру і оцінки ринкової ситуації слугують кон'юнктурні показники та індикатори. Показники, що виступають у ролі індикаторів кон'юнктури, у залежності від поставлених цілей дослідження і особливостей розвитку ринку, можуть бути як абсолютними, так і відносними величинами.

Більшість основних економічних показників вивчення ринкової ситуації можна звести у групи, що характеризують певні сторони (особливості) стану і прояву ринкової кон'юнктури.

Взаємозв'язок системи показників кон'юнктури ринку можна проілюструвати наступною схемою (рис. 1).



Рис. 1. Система показників кон'юнктури ринку

Перший із вихідних показників кон'юнктури ринку - **пропозиція**. Пропозиція відображає різноманітний обсяг товарів (послуг), які виробник (продавець) спроможний виробити та запропонувати на продаж протягом певного періоду часу за визначеною ціною.

Пропозиція товарів і послуг досліджується в цілому та в розрізі окремих товарів, виробників, торгових посередників і регіонів. Основними показниками пропозиції є:

- 1) об'єм, структура і динаміка пропозиції;
- 2) сировинний і виробничий потенціал пропозиції (рівень виробничих можливостей), тобто спроможність виробництва забезпечити відповідний обсяг і структуру пропозиції. Йому протистоїть споживчий потенціал, що проявляється як спроможність ринку "поглинути" (тобто купити) визначену кількість товарів або послуг;
- 3) еластичність пропозиції, тобто її зміна залежно від зміни деяких умов, зокрема цін на ресурси і кінцеву продукцію. У цьому виявляється дія ринкового закону пропозиції. Звичайно чутливість виробника, його реакція на ціновий показник проявляється з деяким лагом і відбиваються не тільки у зміні обсягів самої пропозиції, але й у перерозподілі ресурсів на користь дорожчих або, навпаки, дешевших ресурсів (перехресна еластичність).

Отже, до основних детермінант пропозиції належать такі чинники:

- 1) ціна товару або послуги;
- 2) ціни на інші товари або послуги;
- 3) ціни на сировину і ресурси;
- 4) очікувані зміни ціни (інфляційні очікування продавців і покупців);
- 5) податки і дотації на сировину і продукцію;
- 6) кількість конкурентів на ринку;
- 7) особливості технології виробництва і прояви науково-технічного прогресу.

Другим показником ринкової кон'юнктури є *попит*. Попит - це потреба, забезпечена грошима і запропонована протягом визначеного періоду часу на ринку. Попит на товари і послуги вивчається в цілому і за окремими товарами і послугами, у розрізі покупців та регіонів.

Попит - надзвичайно гнучке явище, він чуйно реагує на різні впливи. До детермінант попиту, в першу чергу, відносяться цінові чинники, включаючи також інфляційні очікування споживачів, а також їхні цінові

переваги. Закон попиту (який економічна теорія виражає графічною моделлю, що відповідає гіперболічній кривій) описує залежність попиту від зміни ціни за інших рівних умов. Якщо ціна зростає, то попит пред'являється на все меншу кількість товару.

Ціна - складовий елемент ринкового механізму. Ринок робить ціни гнучкими, що чутливо реагують на зміну різних чинників. Оцінка рівня цін передбачає:

- 1) констатацію стану цін на момент або за відрізок часу;
- 2) диференціацію рівня цін ("високий", "низький" тощо за низкою визначальних ознак);
- 3) характеристику структури ціни, зв'язок структурних елементів. Пропорції між елементами ціни складаються під впливом ринкових закономірностей, залежать від кон'юнктури ринку, одночасно регулюються державою через податкову політику і адміністративне регулювання цін;
- 4) характеристику закономірностей поведіння ринкових цін: взаємний вплив рівнів цін різних товарів, рівня цін і якості товару, залежність рівня цін від різних чинників, коливання цін у просторі і часі та інше.

Найважливішими є показники динаміки цін (особливо індекси), а також прогнозні оцінки цін з урахуванням прогнозу умов і чинників, що впливають на ціни.

До винятково важливих характеристик стану ринку відносяться показники **пропорційності ринку**.

Пропорційністю розвитку ринку називається оптимальне співвідношення між різними елементами ринку для його нормального поступального розвитку. Будь-які диспропорції та деформації окремих складових частин ринку ведуть до кризових форм розвитку, загрудняють і викривляють ринкові відносини, роблять ринок недостатньо ефективним.

Вивчення макро- і мікропропорцій ринку є важливим і актуальним завданням при оцінці ринкової кон'юнктури. Оцінка ринкової кон'юнктури також передбачає тенденції змін в пропорціях, аналіз структурних зрушень і регіональні відмінності пропорцій ринку.

Пропорційність ринку залежить як від попиту, так і від пропозиції. Основними показниками пропорційності ринку є:

- 1) співвідношення попиту і пропозиції;
- 2) товарна структура товарообігу;
- 3) співвідношення ринків засобів виробництва та товарів і послуг;
- 4) розподіл питомої ваги ринку між виробниками, оптовими і роздрібними продавцями;
- 5) структура продавців за формами власності;
- 6) структура покупців;
- 7) територіальна структура ринку.

Для дослідження пропорційності розвитку ринку використовують:

- балансовий метод;
- відносні величини структури і координації (коефіцієнти співвідношень, питомої ваги, частки);
- компаративні темпи росту (індекси);
- індекси структурних зрушень;
- середні квадратичні або середні лінійні відхилення;
- певною мірою пропорції відображаються коефіцієнтами еластичності, що показують зміни результативного показника (одного з параметрів ринку) при збільшенні (зменшенні) факторної ознаки на один процент.

Аналіз пропорційності розвитку ринку здійснюється як в статичі, так і в динаміці, широко використовуючи при цьому індексний та графічний (стовпчикові та секторні діаграми) методи дослідження.

Компаративний ІНАЄКС (порівняльний) дозволяє порівнювати динамічні пропорції. Він представляє собою відношення індексів двох явищ або частин досліджуваної сукупності. За своєю суттю компаративний індекс є одним із варіантів розрахунку коефіцієнтів випередження, наприклад відношення індекса роздрібного товарообороту до індексу грошових доходів населення.

Найважливішим показником пропорційності ринку товарів та послуг є співвідношення попиту і пропозиції та його структурні зрушення. Співставити попит і пропозицію всієї сукупності товарів та послуг дає можливість балансу попиту і пропозиції (див. табл. 1).

Схема балансу попиту і пропозиції

Купівельні фонди	Товарні ресурси
Грошові доходи населення, отримані зі всіх джерел, за винятком обов'язкових платежів та частини приросту збережень, призначених на соціальні та інші потреби, не пов'язані з покупкою товарів.	Середні товарні запаси за рік
Грошові засоби (збереження) не витрачені у зв'язку з відкладеним попитом та незадоволеним попитом	Реалізовано товарів за рік
	Надано послуг за рік
Разом	Разом
Сальдо (+, -)	

На товарній біржі співвідношення попиту і пропозиції визначається за обсягами заявок на продаж і на купівлю.

При оцінці пропорцій ринку окремого товару треба орієнтуватися на непрямі оцінки співвідношення попиту і пропозиції за допомогою індикаторів кон'юнктури, до яких відносяться ціни і товарні запаси, точніше - їхні зміни в динаміці. Якщо пропозиція та попит збалансовані, то індикатори стабільні, диспропорції ж відзначаються змінами індикаторів. Ціна на ринку чистої або монополістичної конкуренції, меншою мірою - на олігополістичному ринку, прагне до рівноваги і досить чуйно реагує на зміни пропорцій попиту та пропозицій. Ще більш надійним показником є товарні запаси. Вони зростають, коли пропозиція у своєму розвитку випереджає попит, і, навпаки, скорочуються, якщо попит випереджає пропозицію.

Складовою частиною системи показників пропорційності ринку і його якісної характеристики виступають показники структури товарообігу, до яких відносять три основні:

- абсолютний розмір продажу (реалізації) кожного окремого товару або товарної групи
- два відносні показники.

Першим із відносних показників є питома вага (частка) досліджуваного товару або товарної групи у загальному обсязі товарообігу (0), тобто характеристика місця частини в цілому:

$$D_i = \frac{P_i Q_i}{\sum_i P_i Q_i},$$

де $P_i Q_i$ - продаж окремого i -го товару;
 - весь товарообіг;
 n - число i -их товарів (товарних груп).

Другий відносний показник представляє собою коефіцієнт співвідношення обсягів продажу двох товарів (товарних груп) ($K_{A/B}$), тобто безпосереднє зіставлення двох явищ або частин^ однієї сукупності, що відображає місце певної частини (відповідного товару або товарної групи) у досліджуваній сукупності. Він обчислюється у такий спосіб;

$$K_{A/B} = \frac{P_A Q_A}{P_B Q_B},$$

де $P_A Q_A$ - обсяг продажу (реалізації) товару А;
 $P_B Q_B$ - обсяг продажу (реалізації) товару В.

Як бачимо, показник частки відображає місце i -го товару у всій сукупності товарів або в окремо взятій групі товарів і може бути інтерпретований як частка коштів, витрачених на придбання (купівлю) даного i -го товару. Розмір частки залежить не тільки від пропорцій обсягів, а й від співвідношення цін товарних одиниць, що входять у досліджувану сукупність.

Другий показник дає змогу з'ясувати співвідношення розмірів продажу (реалізації) різноманітних товарів. Отже, зазначені показники структури товарообігу дозволяють дати оцінку і провести тією чи іншою мірою аналіз пропорційності розвитку товарообігу конкретного товару або товарної групи на досліджуваному ринку.

Інші перелічені показники пропорційності ринку розширюють характеристики ринкової ситуації, дозволяють визначити тип ринку, виявити окремі структурні закономірності його розвитку. Зокрема, співвідношення товарів споживчого призначення і товарів виробничого призначення відображає споживчий потенціал країни. Нормальний розвиток економіки вимагає певного паритету в обсягах товарної пропозиції. Від цього в кінцевому рахунку залежить можливість задоволення особистих потреб.

Пропорційність ринку тісно пов'язана з наступними показниками кон'юнктури ринку, такими як масштаб (розмір) ринку; ділова активність та комерційні ризики; стійкість і циклічність ринку, тенденції його розвитку і регіональні особливості.

Важливою компонентою системи показників ринкової кон'юнктури є оцінка рівня економічної концентрації, монополізації і конкуренції та масштаб ринку. До них відносяться показники кількості і розміру підприємств і фірм, тієї частки, що вони посідають на ринку, їх розподіл за цими ознаками. Це дозволяє визначити тип ринку, побудувати відповідну матрицю типології ринку (див. рис. 2), дати характеристику процесу поділу (сегментації) ринку.

Масштаб ринку визначається:

- загальним обсягом реалізації товарів та послуг;
- кількістю фірм на ринку кожного товару, їх розподіл за формами власності і спеціалізацією;
- рівнем приватизації;
- питомою вагою малих, середніх і великих фірм у загальному обсязі ринку.

Характерна риса	Тип ринку			
	чиста продукція	монополістична конкуренція	олігополія	чиста монополія
Кількість фірм	Дуже багато	Багато	Декалька	Одна
Тип продукту	Стандартизований	Диференційований	Стандартизований# диференційований	Унікальний
Контроль за ціною	Відсутній	У досить вузьких рамках	Обмежений взаємозалежністю, суттєвий при змові	Значний (повний)
Нецінова конкуренція	Відсутня	У досить вузьких рамках	Дуже типова, особливо при диференціації продукту (реклама, товарна марка)	Головним чином реклама, РІС Конс'юмеризм

Рис. 2. Матриця типології ринків

Масштаб ринку кореспондує з наступним показником кон'юнктури ринку - **ліловою активністю**. Ринкова ситуація на мікро- та макрорівнях досить наочно відображається такими параметрами ділової активності, як показники ринків цінних, паперів, інвестицій, праці, деякі макропо-

казники економіки. Індокси таких показників ділової активності викорис-товуються з метою аналізу економіки в цілому. У більш вузькому розу-мінні до показників ділової активності включають:

- кількість, величину і динаміку укладених угод;
- портфель замовлень, його склад, наповненість і динаміку;
- ступінь завантаження виробничих і торговельних потужностей.

Портфель замовлень - це вартість усіх замовлень у межах окремої фірми або всієї галузі на визначену дату, незалежно від часу їхніх надходжень. Він дає можливість оцінювати імовірне завантаження під-приємства у майбутньому, а дані про розмір портфеля замовлень усіх га-лузевих підприємств - перспективи завантаження галузі.

Водночас оцінювання ринку набором індоксів ділової активності не може здійснюватися механічно, необхідно зіставляти між собою і аналізу-вати різні комбінації. Наприклад, зростання кількості угод без збільшення обсягу продажу не можна сприймати як пожвавлення ринку. Воно свід-чить лише про залучення у ринковий процес фірм, що займаються малими операціями. Зростання товарних запасів в умовах інфляції може свідчити про кризу збуту, що насувається, внаслідок скорочення попиту під впли-вом підвищення цін. Можна давати такі якісні оцінки стану ринку: пожва-влений ринок; ринок, що розвивається; стабільний ринок; стійкий ринок; наявний ринок; такий, що стагне, регресує, скорочується і т. ін. Чіткої межі між цими визначеннями немає. Нерідко зустрічаються проміжні ста-ни ринку, які характеризуються комбінацією визначальних рис. Прикла-дом може слугувати складна ситуація, що склалася на ринку України у першій половині 90-их років минулого століття: чітко виражений дисба-ланс попиту і пропозиції, спад виробництва За наростаючої інфляції, дефі-цит ряду товарів. Подібну кон'юнктуру називають стагфляцією, що являє собою комбінацію стагнації (кризи збуту, падіння виробництва і продажу товарів) та інфляції.

Неодмінною компонентою комерційної діяльності на ринку є **ри-зик**, що значною мірою обумовлений конкурентною боротьбою. Ризик полягає в небезпеці понести втрати або не досягати намічених цілей, втра-

тити свої позиції на ринку і т.д. Ризик - складне явище ймовірної категорії, нерозривно пов'язане з ринковими процесами, загальною економічною кон'юктурою, соціально-політичною обстановкою і навіть психологією ринкових партнерів. Ризик - категорія імовірнісна, безпосередньому виміру не піддається. Можлива лише непряма його оцінка. Це створює серйозні труднощі для об'єктивної характеристики ризику.

Наступною, сьомою, складовою системи показників кон'юнктури ринку є **стійкість і циклічність розвитку ринку**. Загалом, ринок за своєю суттю тяжіє до ~~етнікететі~~ ^{Ся - "Цикл" < i} етнікететі. Дане явище - невід'ємна властивість дії ринкового механізму, його прагнення до рівноваги попиту і пропозиції. Це досягається шляхом подолання постійних диспропорцій різної інтенсивності. Схильність ринку до стихійності проявляється через коливання різноманітних параметрів ринку і характеризується різними показниками варіації продажу, цін, товарних запасів. Зокрема, широко використовується квадратичний коефіцієнт варіації $V_{\bar{y}}$, що обчислюється за формулою:

$$V_{\bar{y}} = \frac{\sigma_y^2}{\bar{y}^2} \cdot 100,$$

де σ_y - середньоквадратичне відхилення;

\bar{y} - середнє значення показника за усією сукупністю.

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum_i \frac{E(y_i - \bar{y})^2}{f_i}}{\sum_i f_i}},$$

де y_i - показник ринку (товарообіг, ціна, запаси тощо) в i -му регіоні, фірмі, підприємстві і т.ін.;

\bar{y} - середнє значення показника за усією сукупністю;

(f_i - ваги, розмір, що характеризує розмірність одиниці сукупності (обсяг товарообороту, чисельність споживачів).

У тих випадках, коли зважування здійснити неможливо або коли структура більш-менш однорідна, припустимо вдаватися до непрямих характеристик або використовувати незважені середні.

Ступінь стійкості розвитку ринку в часі характеризується відхиленням фактичних рівнів розвитку від основної тенденції, тобто від тренда.

Це дає змогу визначати стійкість ринку (його стабільність чи нестабільність) відомими в аналізі динаміки показником - *коефіцієнтом апроксимації*. Для цього спочатку встановлюють середньоквадратичне відхилення за формулою:

$$\sigma_{y_t} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (Y_i - U)^2}{n}}$$

де σ_{y_t} - середньоквадратичне відхилення;

Y_i - фактичний (емпіричний) рівень динамічного ряду показника, що характеризує розвиток ринку;

U - вирівняне значення рівнів динамічного ряду: $U = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_i$;

n - число рівнів (періодів) динамічного ряду.

Відношення середньоквадратичного відхилення до середнього значення показника, виражене у відсотках і дає коефіцієнт апроксимації, який характеризує ступінь стійкості динамічних процесів:

$$K_a = \frac{\sigma_{y_t}}{U} \cdot 100\%$$

де K_a - коефіцієнт апроксимації;

U - середнє значення показника за всією сукупністю.

У розвитку ринку як єдиного економічного простору, так само як і в розвитку локальних ринків, можливі повторюваність або циклічність, обумовлені як внутрішніми властивостями ринку, так і зовнішніми причинами. Ринкові цикли можуть мати різну протяжність і послідовність. У межах одного року зазвичай простежуються сезонні коливання, інтенсивність яких можна оцінити за допомогою коефіцієнтів варіації. Характер і сила сезонних циклів розрізняються для окремих товарів і послуг і по-різному проявляються в різних кліматичних і економічних зонах. Сезонність (циклічність) звичайно моделюється параболою 3-го і більш високого порядку, а також гармоніками Фур'є.

Отже стійкість і циклічність розвитку ринку вивчають за такими показниками:

- коефіцієнтами варіації продажу, цін і товарних запасів у часі та просторі (економічному і географічному);
- параметрами моделей сезонності та циклічності розвитку ринку.

Одним з центральних моментів оцінки ринкової кон'юнктури є оцінка **тенденцій розвитку ринку** (восьма компонента системи показників кон'юнктури на рис. ЦР. Визначення тенденцій зміни ринку, що є основою для обґрунтування прогнозних показників, потребує побудови відповідних динамічних рядів основних показників ринку. Встановленню тенденції розвитку ринку передують визначення ланцюгових і базисних показників динаміки, середніх показників ряду динаміки (рівня ряду, середнього абсолютного приросту, середніх темпів зростання та приросту, абсолютного значення одного відсотка приросту).

Тенденція розвитку ринку може бути визначена на основі низки методів. Насамперед для цього можна застосувати графічний метод. При цьому на графіку в динаміці можуть наноситись або рівні ряду, або показники темпів зростання. Цілком очевидно, що графіки не дозволяють достатньо повно оцінити зміни та охарактеризувати тенденцію, оскільки зміна явищ характеризується значними перепадами.

Виявити тенденцію розвитку в умовах нестійкої кон'юнктури можна, вдаючись до спеціальних статистичних методів згладжування: технічного, механічного, аналітичного. **Метод технічного вирівнювання** полягає у тому, що з метою виявлення лінії зміни явища на графік візуально наноситься пряма або крива лінія, яка, на думку дослідника, відображає тенденцію розвитку (рис. 3).

Перевага даного методу у простоті та оперативності кон'юнктурної оцінки. Метод технічного вирівнювання є надто наближеним, оскільки “на око” побудувати лінію, відхилення від фактичних значень якої були б мінімальними. Тому більш поширеними є механічні та аналітичні способи вирівнювання.

Серед **способів механічного вирівнювання** найчастіше використовують перші та другі різниці, укрупнення інтервалів, середню рухому, а також вирівнювання з допомогою середнього абсолютного приросту та темпу приросту. Переваги механічного вирівнювання полягають у простоті розрахунків та відносній швидкості їх проведення.

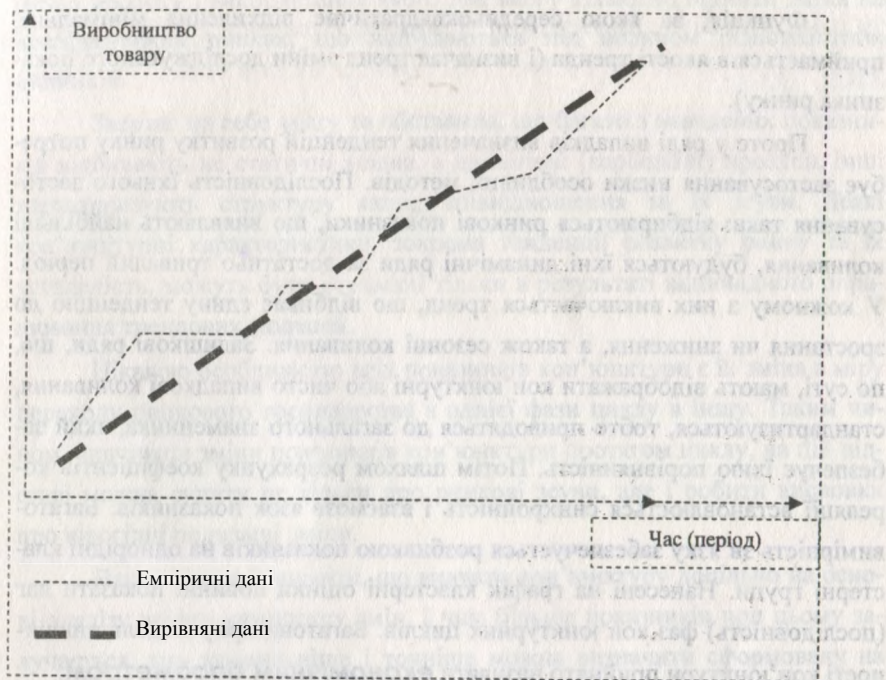


Рис. 3. Тенденція зростання виробництва пролукту А за *i*-й період

Проте найбільша надійність одержаних результатів досягається шляхом побудови трендових моделей на основі аналітичного вирівнювання. Саме аналітичне вирівнювання дозволяє надалі екстраполювати встановлену тенденцію на перспективу і здійснювати відповідний прогноз. Найбільше поширення при аналітичному вирівнюванні мають наступні функції: пряма, гіпербола, степенева, експоненціальна.

Вибір тренду тенденції визначається за середньоквадратичним відхиленням фактичних значень від теоретичних:

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - y_i)^2}{n}}$$

Функція, за якою середньоквадратичне відхилення мінімальне, приймається в якості тренда (і визначає тренд зміни досліджуваного показника ринку).

Проте у ряді випадків визначення тенденцій розвитку ринку потребує застосування низки особливих методів. Послідовність їхнього застосування така: відбираються ринкові показники, що виявляють найбільші коливання, будуються їхні динамічні ряди за достатньо тривалий період. У кожному з них виключається тренд, що відбиває єдину тенденцію до зростання чи зниження, а також сезонні коливання. Залишкові ряди, що, по суті, мають відображати кон'юктурні або чисто випадкові коливання, стандартизуються, тобто приводяться до загального знаменника, який забезпечує їхню порівнянність. Потім шляхом розрахунку коефіцієнтів кореляції встановлюється синхронність і взаємозв'язок показників. Багатовимірність зв'язку забезпечується розбивкою показників на однорідні кластерні групи. Нанесені на графік кластерні оцінки повинні показати лаг (послідовність) фаз кон'юктурних циклів. Багатовимірну модель циклічності кон'юктури прийнято називати **економічним барометром**.

Завершує систему основних показників кон'юктури ринку такий показник як **регіональні особливості стану і розвитку ринку**. Регіональні особливості стану і розвитку ринку простежуються за такими параметрами:

- регіональною варіацією співвідношення попиту і пропозиції та інших пропорцій ринку;
- рівнем попиту у розрахунку на душу населення (регіональною варіацією рівня попиту);
- динамікою основних показників розвитку ринку.

Запропонована система, звичайно, охоплює найголовніші та найбільш застосовувані показники, що можуть бути використані для аналізу найважливіших змін на ринку. Така система необхідна і при визначенні перспектив розвитку економічної кон'юктури.

Таким чином, показники вивчення кон'юктури є інструментарієм, за допомогою якого висвітлюються найважливіші зміни у сфері виробни-

цтва і обороту і використання якого дає змогу кількісно оцінити зміни на досліджуваних ринках, що відбуваються під впливом різноманітних чинників.

Звертає на себе увагу та обставина, що багато з наведених показників відбивають не статичні явища, а динамічні (варіаційні) процеси, інші характеризують структуру явищ, співвідношення та їх зсуви. Деякі кон'юнктурні характеристики, зокрема тенденції розвитку ринку та їх усталеність, можуть бути отримані тільки в результаті відповідного опрацювання трендових моделей.

Цікавою особливістю всіх показників кон'юнктури є їх зміна в міру переходу ринкового господарства з однієї фази циклу в іншу. Таким чином, вивчивши зміни показників кон'юнктури протягом циклу, на цій підставі можна судити не тільки про ринкові зсуви, але і робити висновки про вірогідні подальші зміни.

Варто також зазначити, що вивчати кон'юнктуру доцільно на основі аналізу всього комплексу змін. І чим більше показників при цьому залучається, тим правильніше і точніше можна визначити сформовану на певний момент кон'юнктурну ситуацію та перспективу її подальших змін і розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Делчев Р.И. Методологические проблемы исследования конъюнктуры мировых товарных рынков. - М.: МГИМО, 1997. - *18с*
2. Левшин Ф.М. Мировой рынок, конъюнктура, цены и маркетинг. - М.: Международные отношения, 1993.-274с.
3. Левшин Ф.М. Мировые товарные рынки (методология изучения конъюнктуры). - М.: Международные отношения, 1988. - 307с.
4. Липчук В.В., Дудяк А.П. Маркетинг: основы теории та практики: Навчальний посібник. - Львів: Новий світ, 2003. - 288с.
5. Светульников С.Г. Методы маркетинговых исследований: Учебное пособие - СПб: ДНК, 2003.-346с.
6. Семенова Т.И. Система показателей конъюнктуры рынка товаров народного потребления. - М.: ВНИКИ, 1998. - 120с.

177. Буров А.С. Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг: Учебное пособие. - М.: Экономика, 2003. - 160с.

42. Кашечко К.П., Кашечко А.В. Кон'юнктура світових ринків: навч. посібник. - Львів: Новий світ, 2003. - 96с.

1. *1... * ls. I., ...
NU¹kd²o³ firmuca : Yiptuze
...
Уб Wcc&«MU...
•**V. - 22<fc.

Підписано до друку 20.11.03 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
1,25 др. арк. 1,16 ум. др. арк. 0,972 облік, видави, арк.
Тираж 120 прим. Зам. 626.

Віддруковано в друк, видавництва Львівської комерційної академії
79011, м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 76-07-75. e-mail drook@lac.lviv.ua
Свідцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 246 від 16.11.2000 р.