

УКООПСПЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

**МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ
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. АЛГОРИТМ ТА РІВНІ АНАЛІЗУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Ринкова ситуація швидкозмінна і малопередбачувана - вона зазнає інтенсивного впливу багатьох макро- та мікрочинників. Здійснювати за таких умов глибокий і всебічний аналіз кон'юнктури ринку - проблема досить складна.

Метою аналізу економічної кон'юнктури є виявлення тенденції економічних показників і з'ясування причини змін на ринку.

Алгоритм аналізу ринкової кон'юнктури подано на рис. 1.

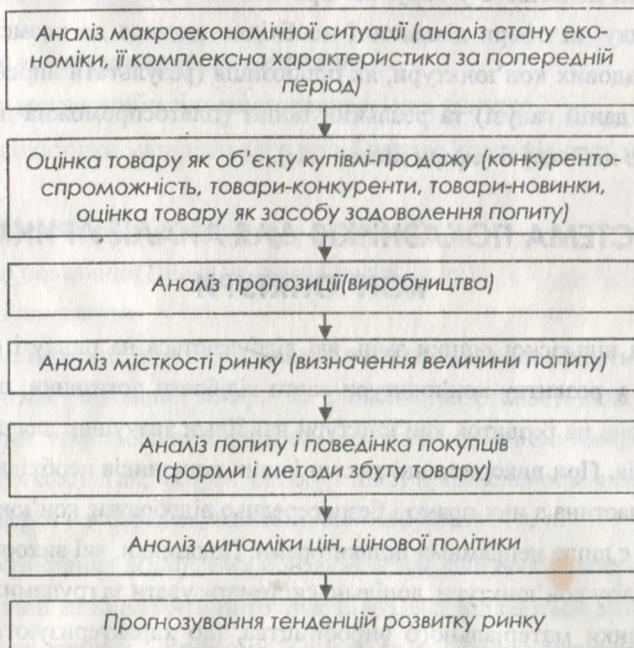


Рис. 1. Алгоритм дослідження кон'юнктури ринку.

Аналіз кон'юнктури ринку проводиться на загальноекономічному, галузевому та товарному рівнях.

Аналіз загальноекономічної та галузевої кон'юнктури пов'язаний з детальним вивченням процесів в одній країні, у співтоваристві країн, ата-

✓
кож у світовому господарстві в цілому з урахуванням основних макроекономічних пропорцій і тенденцій, що склалися. При цьому аналізу й прогнозуванню піддається значний масив показників щодо виробництва, внутрішнього товарообігу, зовнішньої торгівлі, рівня цін і фінансів. У розрахунках враховуються масштаби та інтенсивність оновлення виробництва, розміри і рівень попиту, державне регулювання ринкових відносин, кредитно-фінансова політика, структурні зміни в економіці тощо.

Товарно-галузеву кон'юнктуру розглядають як частину загальногосподарської, проте методологія її аналізу має суттєві відмінності.

Вони полягають у тому, що при вивченні будь-якого окремого товарного ринку чи сфери діяльності необхідно вдатися до розмежування таких складових кон'юнктури, як пропозиція (результати виробничої діяльності в даній галузі) та реальний попит (платоспроможна потреба) на продукцію цієї галузі (сфери діяльності).

2. СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ АНАЛІЗУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Для кількісної оцінки змін, які відбуваються на ринку і визначення тенденцій у розвитку кон'юнктури варто відібрати показники, що відображають вплив на розвиток кон'юнктури найбільш значущих для даного ринку факторів. При використанні тих чи інших показників необхідно враховувати, що частина з них прямо і безпосередньо відображає кон'юнктурні зміни, а інші є лише непрямими індикаторами. Показники, які використовуються для аналізу кон'юнктури, доцільно систематизувати за групами:

- 1) Показники матеріального виробництва, що характеризують пропозицію товарів.
- 2) Показники внутрішнього товарообігу в країнах (характеризують попит).
- 3) Показники зовнішньої торгівлі.
- 4) Показники валютної та кредитно-грошової ситуації, що характеризують як пропозицію, так і попит.
- 5) Ціни - найбільш концентровані, "інтегровані" показники.

Вказана система показників, звичайно, не охоплює всіх показників, які можуть бути використані при вивченні кон'юнктури товарного ринку. Тим не менше, таке групування показників дозволяє краще зрозуміти завдання і особливості аналізу та прогнозу кон'юнктури, а тому доцільно його дотримуватись.

I. Показники матеріального виробництва мають першочергове значення для аналізу кон'юнктури будь-якого ринку. До них відносять:

- дані про промислове виробництво товарів (автомобілів, літаків, тракторів і т. д.);
- дані про видобуток корисних копалин;
- дані про валовий збір сільськогосподарських культур.

Всі показники матеріального виробництва класифікують наступним чином:

1. Абсолютні показники (натуральні і вартісні);
2. Відносні показники (індекси, темпи росту і т. п.);
3. Непрямі показники.

1. Як правило, у *натуральних показниках* вимірюється виробництво багатьох важливих товарів на споживчі властивості яких практично не впливає технологічний прогрес (товарів з незмінною товарознавчою характеристикою). Так, випуск металургійної промисловості визначається в тоннах, нафти - в барелях, пшениці, сої - в бушелях і т. п.

Використання *вартісних* показників має свої особливості. Зокрема такі показники наводяться в поточних цінах, які піддаються змінам, причому в різних країнах по-різному. Крім того, необхідно враховувати курсові коливання. Вартісні показники, виражені у валютах різних країн, приводять до однієї валюти.

2. *Відносні показники.*

Основним показником динаміки виробництва промислової продукції є *індекс промислового виробництва* або *індекс фізичного обсягу*. Значення цього індексу полягає у тому, що він дає можливість

оцінити зміни в обсягах виробництва як всієї промисловості, так і окремих галузей.

Слово “фізичний” стосовно індексу промислового виробництва означає, що такий індекс незалежний від впливу цінових змін, оскільки для оцінки обсягу виробництва використовують незмінні ціни базисного періоду.

Індекс промислового виробництва розраховується за формулою агрегатного індексу:

$$I = \frac{\sum X_i P_0}{\sum Y_i P_0}$$

де X_i - індексована величина;

Y_i - кількість продукції, виготовлена в звітному періоді;

Y_0 - кількість продукції, виготовлена в базисному періоді;

P_0 - співставні (незмінні) ціни базисного періоду.

Індекси промислового виробництва, як зведені, так і галузеві, періодично перераховують на нову базу.

3. До *непрямих показників* матеріального виробництва відносять:

- портфель замовлень (об'єми замовлень);
- динаміку завантаженості виробничих потреб
- інвестиційну активність і динаміку зміни обсягів нових капіталовкладень в машини і обладнання;
- рівень зайнятості у відповідній галузі;
- фонд заробітної плати;
- тривалість робочого тижня.

Портфель замовлень - це вартість усіх замовлень, які є у фірми або всієї галузі на певну дату незалежно від їх поступлення.

Портфель замовлень фірми дає можливість судити про імовірне завантаження її підприємств у майбутньому, а дані про величину портфеля замовлень всіх підприємств галузі - про перспективи завантаженості галузі.

Поступлення замовлень - отримання фірмою або галуззю замовлень за певний період - є показником, який дуже чутливо реагує на всі зміни попиту.

Збільшення портфеля замовлень свідчить про підвищення попиту і в майбутньому проявиться у розширенні виробництва. І навпаки, скорочення портфеля замовлень - показник погіршення кон'юнктури і ознака майбутнього падіння виробництва.

Динаміка капіталовкладень відображає процес оновлення і розширення основного капіталу. Капіталовкладення визначають масштаби виробництва і поступлення замовлень на виробниче обладнання. Якщо обсяг інвестицій в ту чи іншу галузь промисловості збільшується, значить попит на її продукцію знаходиться на високому рівні, поступлення замовлень збільшується і виробництво, найімовірніше, буде розширюватись. Якщо ж капіталовкладення скорочуються, попит знижується, що може привести до згорання виробництва.

Окрім капіталовкладень в галузь, яка виготовляє певну продукцію, не менш важливим для вивчення кон'юнктури є аналіз динаміки капіталовкладень в ті галузі економіки, які споживають цю продукцію. Наприклад, для прогнозу ринку хімічного обладнання окрім динаміки капіталовкладень у хімічне машинобудування необхідно оцінити майбутні інвестиції у хімічну та суміжні з нею галузі. Для прогнозу ринку підйомно-транспортного обладнання важливо дослідити динаміку капіталовкладень в будівництво доріг, портів, гідротехнічних споруд і т. д. Для прогнозу кон'юнктури ринку текстильного обладнання першою чергою необхідно проаналізувати такий показник як капіталовкладення у текстильну промисловість.

Непрямі показники є досить важливими для оцінки виробництва готових виробів, зокрема машин і обладнання. На відміну від ринків сировинних товарів, де досить важливо мати дані про запаси у виробників і споживачів, на ринку машин і обладнання виробничого призначення показники запасів не настільки важливі, оскільки вони створюються лише за деякими типами стандартного крупносерійного обладнання. У інших випадках, особливо коли мова йде про нестандартне, унікальне обладнання, запаси відсутні, позаяк вся продукція, як правило, виготовляється за попередніми замовленнями.

2. Показники внутрішнього товарообігу є чутливим показником економічної кон'юнктури. Саме у внутрішній торгівлі стикається пропозиція товарів з попитом населення і проявляється співвідношення попиту і пропозиції.

Значення показників внутрішнього товарообігу полягає у тому, що вони відображають зміни ситуації на внутрішньому ринку країни. Статистика багатьох країн публікує наступні дані, які характеризують становище на внутрішньому ринку:

1. Обсяг (оборот) роздрібної торгівлі.
2. Обороти оптової торгівлі.
3. Дані про зміни товарних запасів.
4. Суми продажу великих універмагів.
5. Розміри продажу в кредит.
6. Обсяг наданих послуг.
7. Дані про внутрішні перевезення вантажів.
8. Індекси вартості життя та інші.

Ці показники відіграють важливу роль при вивченні кон'юнктури ринків товарів споживчого призначення. Всі показники цієї групи вартісні.

Важливим розрахунковим показником, що характеризує попит на товари на національному та світовому рівні, є місткість ринку.

Місткість ринку - це можливий обсяг реалізації товару (тобто обсяг попиту) при даному рівні цін протягом певного часу, як правило, року. Розраховують за даними промислової і зовнішньоторговельної статистики, у фізичних або вартісних одиницях за формулою:

$$M_r = B + Z + I - I_0 - E - E_0,$$

де M_r - місткість ринку;

B - виробництво;

Z - запаси;

I - імпорт;

E - експорт;

I_0 (E_0) - непрямий імпорт (експорт).

Непрямий імпорт (експорт) - це постачання товару, використаного в інших виробках як комплектуючий вузол або матеріал. Наприклад, при оцінці місткості ринку електродвигунів можна враховувати електродвигуни, встановлені в машинах та обладнанні, що ввозиться в країну (вивозиться з країни). Як правило, найчастіше місткість ринку визначають за формулою:

$$M_p = B + Z + I - E.$$

3. **Показники зовнішньої торгівлі.** Для характеристики розвитку кон'юнктури велике значення мають показники зовнішньої торгівлі, оскільки вона створює взаємозв'язок між внутрішнім та зовнішнім ринками, підтримує зв'язок між внутрішньою кон'юнктурою різних країн.

До групи показників зовнішньої торгівлі відносять:

1. Фізичний і вартісний обсяг зовнішньоторговельного обороту.
2. Фізичний і вартісний обсяг експорту.
3. Фізичний і вартісний обсяг імпорту.
4. Сальдо торгового балансу ($Y = E - I$).
5. Товарну структуру експорту і імпорту.
6. Питому вагу країни у світовому експорті та імпорті.
7. Питому вагу експорту у виробництві товару.
8. Питому вагу імпорту у споживанні товару.
9. Географічну спрямованість експорту та імпорту.
10. Зовнішньоторговельну політику уряду країни.
11. Міжнародні угоди у сфері зовнішньої торгівлі.

Практично всі зміни, які відбуваються в економіці кожної країни, знаходять відображення у динаміці і структурі зовнішньої торгівлі. Дані про світовий експорт та імпорт, співставлення динаміки зовнішньоторгових оборотів по окремих країнах і товарних групах у комплексі з іншими показниками дозволяють правильно оцінити ситуацію на ринку, скласти аналіз і подати прогноз ринкової кон'юнктури.

4. Показники валютної та кредитно-грошової ситуації

мають велике значення для оцінки товарної та загальногосподарської кон'юнктури. До основних показників цієї групи відносять:

- курс акцій;
- величину облікового процента (позичковий відсоток);
- кількість банкрутств;
- співвідношення валютних курсів;
- грошову масу в обігу;
- банківські депозити;
- емісію цінних паперів.

Стан грошово-фінансової сфери, і перш за все стабільність валюти багато в чому визначають внутрішню і зовнішню торгівлю в сучасних умовах глобалізації економічного розвитку, коли проходить посилення взаємозалежності національних економік країн світу через розширення зовнішньоекономічної діяльності.

5. Дуже важливим показником, в динаміці та коливаннях якого відображається розвиток багатьох факторів, є **ціно**:

Ціни, як правило, поділяють на дві групи:

- 1) абсолютні, які характеризують рівень та зміни цін у грошовому виразі на конкретні товари;
- 2) відносні, які характеризують зміни цін в часі (індекси).

$$I = \frac{X_{ДіЕЦ}}{ЕяіРо}$$

де $Чі$ - незмінна кількість товару;

$Рі$ - ціна звітного періоду,

$Ро$ - ціна базисного періоду.

Аналіз зміни товарних цін необхідний для повної характеристики стану будь-якого конкретного ринку. Значення рівня цін і правильна оцінка перспектив можливих їх змін мають велике практичне значення.

У динаміці цін відображається, по суті, зміна всіх інших показників та факторів, що впливають на їх формування. Разом з тим, вивчення ціно-

вих показників — складний процес, що визначається як специфікою товарного ринку, так деколи і відсутністю достатньо надійної, систематично опублікованої інформації.

Аналіз кон'юнктури будь-якого товарного ринку вимагає врахування і тих змін, які відбуваються у *фірмовій структурі ринку*. Необхідно добре уявляти собі роль та значення основних фірм, що визначають становище на ринку. Вивчення фірмової структури передбачає ознайомлення зі становищем на ринку провідних фірм, ступенем їх контролю над виробництвом і збутом даного товару. Важливими є знання ступеню диверсифікації та спеціалізації виробництва, а також врахування змін у міжфірмових зв'язках (всередині країни і міжнародних) - ліцензійних, фінансових, науково-технічних та ін. Вивчення фірмової структури ринку повинно враховувати процеси злиття, поглинання, придбання, банкрутства, а також зміни у виробничій структурі провідних фірм.

Таким чином, оптимальний підбір показників, що характеризують конкретний ринок і його особливості, дозволяє з більшою достовірністю провести аналіз і зробити прогноз.

Важливо зазначити, що вивчення стану ринку необхідно здійснювати на основі аналізу змін не одного (будь-якого) показника, а всього комплексу. Чим більше показників залучається, тим правильніше і точніше можна визначити становище на даний момент і перспективу.

Крім того, кількісні та якісні зміни, що відбуваються на ринку, можна правильно оцінити за умови, що всі показники аналізуються за певний період (5-7 років). Власне, аналіз за декілька років, а не за один-два, допомагає виявити основні зміни в обсягах виробництва, споживання, експорту або імпорту і відокремити коливання від основної тенденції розвитку.

3. МЕТОДИ І ФОРМИ АНАЛІЗУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Основними методами загальносистемного аналізу економічної кон'юнктури є:

- метод порівняння;
- індексний метод;
- метод групувань;
- балансований метод;
- кореляційно-регресійний аналіз.

В аналізі кон'юнктури ринку найчастіше використовується *МЕТОД ПОРІВНЯННЯ*, за допомогою якого фактичні показники порівнюються з тими, що прогнозуються, а також із середніми даними, планом, найкращими показниками. У такий спосіб визначається зазвичай ринкова ситуація та конкурентноздатність товару. Метод найбільше розповсюджений, оскільки дає можливість зіставити явища, визначити у них спільне та індивідуальне, всебічно оцінити структуру кожного, а також зміни, що в них відбуваються. Найголовніший недолік методу - обмеженість отримання достовірної і повної інформації, типовий ризик будь-якого порівняння.

ІНАКСНИЙ метод ґрунтується на показниках співставлення даного явища з рівнем його у минулому або з рівнем аналогічного явища, прийнятого за основу. Отже, будь-який індекс - це результат зіставлення порівнювальної звітної величини до базової. Для аналізу процесів ринкової кон'юнктури застосовують індекси індивідуальні та групові. Цим методом виявляють вплив на сукупний показник різних чинників. Використовуються для цього так звані агрегатна, арифметична і гармонійна форми індексів.

Методом групувань аналізують ті чи інші ринкові процеси у їх взаємозв'язку та взаємозалежності; виявляють, вивчають та визначають вплив найсуттєвіших чинників, закономірності і тенденції, що властиві новим явищам і процесам. Далі здійснюється класифікація цих явищ і процесів, а також причин і чинників, що їх обумовлюють. Структурні гру-

пування використовують при вивченні ринку за видами товарів, їх асортиментом, якістю тощо. Такі групування - перший крок до кореляційного аналізу.

Варто при цьому підкреслити, що широке використання групувань передбачає старанний підхід до складання таблиць групування, забезпечення економічно обгрунтованого виділення груп, за якими класифікують економічні явища, що аналізуються. Поспішно і не виважено проведене групування може призвести до суттєвих помилок в аналізі та прогнозуванні явищ і показників, що вивчаються.

Балансовий метод використовується для відображення двох груп взаємопов'язаних і врівноважених економічних показників. Він застосовується при аналізі використання робочого часу і часу роботи устаткування (баланси робочого і верстатного часу), при аналізі сировинних та фінансових ресурсів (матеріальний баланс, баланс доходів і витрат). Балансовий метод широко використовується при аналізі і прогнозуванні кон'юнктури ринків товарів органічного походження. Використовуючи дані за минулі роки складається баланс виробництва та споживання на майбутній період. При цьому враховуються перехідні запаси на кінець наступного року. У разі додатньої різниці між прибутками та видатками створюються експортні ресурси, від'ємної - виникають імпорتنі потреби. Складаються і зіставляються баланси країн - головних експортерів та імпортерів, порівнюються експортні ресурси з імпортними потребами, що, в останньому підсумку, й створює уявлення про очікуваний попит, споживацький інтерес, а також інтегрує оцінку змін ціни на перспективу. Недоліком методу можна вважати те, що процес проведення аналізу вимагає підвищених вимог до інформаційного забезпечення, стан і характер якого змінюється.

За допомогою *кореляційно-регресійного аналізу* можна виявити вплив різноманітних чинників: показників - аргументів на показник - функцію. Процес кореляційно-регресійного аналізу кон'юнктури ринку складається з таких етапів:

- Попередня обробка статистичних даних та вибір факторів-аргументів (факторних ознак).

- Оцінка тісноти зв'язку між ознаками та виявлення форми цього зв'язку.
- Розробка багатofакторної моделі явища, що вивчається, та її аналіз.
- Використання результатів аналізу у підприємницькій діяльності.

Перевагою аналізу за допомогою методів кореляції і регресії є те, що він дає змогу виявити вплив глибинних чинників на ринкову кон'юнктуру.

Широке використання математичних методів відчутно підвищує ефективність аналізу економічної кон'юнктури. Це досягається за рахунок скорочення термінів проведення аналізу, повнішого охоплення впливу факторів на ринкову кон'юнктуру, заміни неточних або спрощених розрахунків точними, постановки і вирішення нових багатомірних вимог аналізу, які практично неможливо виконати традиційними методами. Але методи аналізу, що пов'язані з досить об'ємними обчислювальними процедурами, вимагають використання висококваліфікованих фахівців, сучасних комп'ютерних технологій, і можуть суттєво збільшувати вартість проведення аналізу.

Формою аналізу кон'юнктури є кон'юнктурний огляд або довідка. Цей документ повинен:

- дати уяву про основні особливості розвитку кон'юнктури,
- вияснити основні причинні зв'язки між різноманітними явищами кон'юнктури в різних сферах відтворювального процесу,
- розкрити загальні закономірності розвитку кон'юнктури.

Таблиця

Схема кон'юнктурного огляду

№ з/п	Назва розділів	Основні питання, що висвітлюються
1	Вступ	Особливості товару, ринку, коротка характеристика основних явищ, характерних для ринку в минулі 5-7 років.
2	Виробництво	Динаміка за попередні 5-7 років загалом і в основних країнах - продуцентах, розвиток НТП, особливості державного регулювання.
3	Споживання	Обсяг і динаміка в цілому і в розподілі за основними споживачами, поява нових технологій, товарів-замінників, діяльність фірм по стимулюванню збуту, субсидіювання споживачів.
4	Запаси	Динаміка запасів у виробників, у торгово-посередницькій мережі, у споживачів. Залежність рівня запасів від транспортування товарів, величина державних резервів та їх регулювання.

№ з/п	Назва розділів	Основні питання, що висвітлюються
5	Торгівля	Обсяг і динаміка в цілому та в розподілі по регіонах і найбільших продавцях. Спрямування експортно-імпортних потоків. Становище найбільших продавців і покупців. Регулювання торгівлі тарифними і нетарифними методами.
6	Ціни	Виявлення всієї множинності цін з детальним описом реквізитів (якості, умов поставки, упаковки). Вибір орієнтиру або базисної ціни, що найкраще відображає ситуацію на ринку.
7	Прогноз	Оцінка перспектив розвитку загальногосподарської кон'юнктури. Виробництво Споживання Торгівля Ціни

Як видно з наведеної схеми, кон'юнктурний огляд передбачає оцінки перспектив розвитку загальногосподарської кон'юнктури, виробництва, споживання, запасів, прогноз розвитку торгівлі, прогноз руху цін.

При прогнозі загальногосподарської кон'юнктури центральним питанням виступає визначення імовірності переходу економіки з однієї фази циклу в іншу. Відповідь на нього має дати оцінка тенденцій у зміні основних економічних показників - валового внутрішнього продукту (ВВП), національного доходу, динаміки виробництва. Вирішальне значення має оцінка руху прогнозних показників кон'юнктури, таких як курс акцій, надходження нових замовлень, дані про капіталовкладення, динаміка банкрутств.

При оцінці перспектив розвитку виробництва, пропозиції головна увага має бути приділена можливості пристосування в прогнозований період виробництва товару до мінливого попиту або до умов, коли на ринках буде відчуватися розрив між попитом і пропозицією. Оцінюючи перспективи виробництва, необхідно враховувати конкурентоспроможність товарів місцевого виробництва, заходи держави щодо обмеження доступу імпортованих товарів на внутрішній ринок. Якщо велика частина товарів, вироблених у даній країні, надходить на експорт, то перспективи виробництва повинні визначатися на основі прогнозу споживання того або іншого товару на світових ринках із врахуванням його конкурентоспроможності. Прогноз пропозиції має враховувати політику держави стосовно структурних зрушень та розвитку економіки в цілому, виробництво кінцевих товарів, динаміку та структуру інвестицій і т. ін.

Оцінка перспектив розвитку споживання, попиту товару базується, у першу чергу, на передбачуваних змінах попиту населення для товарів споживчого призначення або капіталовкладень для товарів виробничого призначення в ті галузі, кон'юнктура яких досліджується.

Прогноз розвитку торгівлі багато в чому визначається перспективами розвитку виробництва. Збільшення виробництва веде до зростання потреб у сировинних матеріалах, а також експорту та імпорту готової продукції. При оцінці перспектив розвитку міжнародної торгівлі доцільно залучати дані про стан платіжних балансів, рух міжнародного кредиту, політику окремих країн у галузі регулювання експорту й імпорту.

Прогноз руху цін включає оцінку зміни руху цін на основі складові витрат виробництва, обсягів попиту і пропозиції, а також врахування наслідків інших подій на ринку (посилення монополізації, конкуренції на світових ринках, регулюючий вплив держави) і дає можливість визначити ймовірний рівень цін на тому або іншому ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. - К.:КНЕУ, 1998. - 268с.
2. Ильенкова Н.Д. Спрос: анализ и управление / Под ред. И. Е. Беляевского. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 256с.
3. Классика маркетинга/ Составители Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква. - СПб.: Питер, 2001.-752с.
4. Ковалев А. И., Войленко В. В. Маркетинговый анализ. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2000. - 256с.
5. Симионова Н. Е. Методы анализа рынка. - М.: Экспертное бюро, 2000. - 158с.

6. Буров А.С. Концентрация мировых рынков товаров и услуг: Учебное пособие. - М.: Издательство, 2005. - 160с.

7. Денисов В.И. Концентрация мирового рынка товаров. - М.: Издательство, 1991. - 177с.

Підписано до друку 20.11.03 р.

Формат 60x84/16 Папір офсетний.

Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.

1 др. арк. 0.93 ум. др. арк 0,52 облік, видави арк.

Тираж 120 прим. Зам. 625.

Віддруковано в друк, видавництва Львівської комерційної академії
79011, м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 76-07-75. e-mail drook@lsc.lviv.ua

Свідчення Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України

серія ДК№ 246 від 16.11.2000 р.

8. Кузнецов В.А., Карпов В.А. Основы экономической конъюнктуры! Анализ и прогноз. - К.: Укр. авт. акад. наук, 1991. - 171 сс.

29. АлгчсазГК /rjeScou^ / /C. Jkif'uz u cyj LC' joC'f'cy (5)
C&ъ* & < (ЖчрмдV; (S<rg-iC) иSаf'Всн; yп'Z: Ака
уе*-^j & ЯС "Украини, ^col "Y<i o

Г Методические материалы по анализу и информации
ищю табелих /&%£!р% ищю вк, доп. - 96с.

ff. C&.i*üU*Коё С-Г. Овито&g сгузс^х
^ а ~~визе~~ «Вильи* . ' тупы ^ссве ищю вк. - 96с.
f-^йуасисп^йуfoiesu^ универсета, рbf^tr

fl. Светильник C-f. /U^Dfil MCj^h<^Uüf'pO &tk Ч&? <Ofo Acüt«^y
<^0E_ пособие. - CATS. Уп'б W<c ^Q3 'иГ2е

13. Мошин * , Мошин*А.Ю. Анализ ~~ищю вк~~ Cf м/Uéif
медьс * Чоб ucE^00kz&-Af ; Узз-во 9P40 Язo? -

1 Карто В. А., Курочкин В. Р. Математика: информация ищю вк
v **ЖЭТТ** : Уав. w^_*■; Твфрство. Знамю'ко