

ДЕНИСЕНКО

Людмила Сергіївна
Denysenko_l_s@ukr.netаспірантка, Національний
університет біоресурсів і
природокористування
України

УДК 338.439.5:167

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРОУТВОРЮЮЧИХ
ФАКТОРІВMETHODOLOGY OF RESEARCH OF A CONJUNCTURE'S FORMING
FACTORS

У статті розглядаються основні етапи дослідження кон'юнктури ринку, умови та особливості її формування. Визначено роль кон'юнктурутворюючих факторів.

В статье рассматриваются основные этапы исследования конъюнктуры рынка, условия и особенности ее формирования. Определена роль конъюнктуруобразующих факторов.

The article considers the main stages of market conditions research and peculiarities of its formation. The role of a conjuncture's forming factors is certain.

Ключові слова: кон'юнктура, дослідження ринку, фактори формування кон'юнктури

Ключевые слова: рынок, исследование рынка, конъюнктуруобразующие факторы

Keywords: conjuncture, market research, factors of conditions forming

ВСТУП

Продовольча безпека на всіх етапах розвитку суспільства була і залишається однією з найважливіших проблем стабільного економічного розвитку країни. Тому, ринок агропродовольчої продукції потребує глибокого дослідження і прогнозування попиту та пропозицій. Бачення напрямків дослідження кон'юнктури продовольчого ринку дає змогу виявляти тенденції його розвитку з метою прогнозування ситуації та вчасного прийняття рішень щодо попередження кризових явищ на ньому та забезпечення продовольчої безпеки регіону. Дослідженням кон'юнктури ринку займалися відомі вчені, серед яких І. Біляєвський [2], В. Карпов [1], Г. Кассель [3], М. Кондратьев [4], Д. Костюхін [5], В. Кучеренко [1], Ф. Левшин [6], Л. Оболенцева [7], А. Румянцев [8], Г. Супіханов [9] та ін.

МЕТА РОБОТИ полягає у висвітленні етапів дослідження кон'юнктури ринку, умов її формування та класифікації кон'юнктурутворюючих факторів.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є праці вітчизняних та зарубіжних науковців, матеріали періодичних видань, ресурси Internet. При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Найголовнішим напрямком дослідження ринку є вивчення та прогнозування його кон'юнктури (сукупності різноманітних чинників і умов в їх

постійному розвитку і взаємодії). Вона відображається у визначеному співвідношенні попиту, пропозиції, динаміки цін, товарних запасів тощо.

Кон'юнктурні дослідження - це цілеспрямований безперервний збір, аналіз та обробка інформації про стан економіки, товарного ринку, аналіз і виявлення особливостей та тенденцій їх розвитку, прогнозування основних параметрів і розроблення можливих альтернатив для прийняття рішень [7].

Основна мета вивчення кон'юнктури ринку – встановити зв'язок між діяльністю підприємства і ринком, забезпечити рівновагу попиту і пропозиції – виявлення і модулювання тенденцій та закономірностей розвитку ринку.

Процес дослідження ринку умовно можна поділити на два етапи:

1) Аналітичний (проводиться оцінка стану агропродовольчих ринків у регіоні) – є складним з точки зору трудомісткості виконання;

2) Проектний (будується модель споживчого попиту на продовольчу продукцію) – є складним з питань об'єктивності оцінок [1].

Кон'юнктурний аналіз ринку дає загальну якісну характеристику його стану (сприятлива або несприятлива кон'юнктура) і визначає кількісні параметри його попиту і пропозиції.

Кон'юнктура світового господарства чи окремої галузі та товарного ринку в кожний конкретний момент часу визначається великою кількістю сукупності факторів, причин і умов розвитку господарства (рис. 1).



Рис. 1 Умови формування кон'юнктури [розроблено автором на основі [9]]

Розвиток кон'юнктури визначається впливом економічних, політичних, військових, науково-технічних, природнокліматичних, психологічних (чутток, паніки, очікувань), та інших причин.

Вся сукупність кон'юнктурутворюючих факторів структурується на:

- постійно діючі та тимчасові, випадкові, стихійні;
- фактори стимулюючі та фактори, які стримують розвиток економіки;
- фактори циклічні та нециклічні.

Роль факторів є нерівноцінною, адже не всі вони однаковою мірою впливають на формування стану та динаміку товарної кон'юнктури. Існують також супутні фактори, які лише випадково впливають на кон'юнктуру та суттєві умови, що також мають значний вплив на неї.

Інфляція суперечливо впливає на кон'юнктуру товарних ринків: напрями впливу і ступінь впливу залежать від темпів інфляції.

Сезонність періодично впливає на кон'юнктуру багатьох товарних ринків: на ринки продуктів сільського господарства, рибальства, лісового господарства, на ринки товарів деяких сезонних

галузей промисловості - цукрової, консервної, будівельної, виноробної. Наприклад, пропозиція сільськогосподарської продукції буде більшою після збирання врожаю; обсяг будівельних робіт розширюється у літні місяці і скорочується в зимові тощо.

Дослідження ринкової ситуації має охоплювати ряд показників:

- показники, що характеризують попит та пропозицію, ступінь збалансованості ринку (коефіцієнт еластичності попиту і пропозиції, динаміка виробництва та споживання, індекси цін);
- масштаби ринкових операцій і ступінь ділової активності (обсяг ринку, виробничий потенціал, рівень капіталовкладень, ступінь зносу, оновлення і вибуття основних виробничих фондів, рівень завантаженості виробництва, ринкова доля сільгоспідприємств і приватних господарств населення);
- торгівлі (сальдо торгівельного балансу, зміни в товарній структурі, збутові можливості пропозиції тощо);
- рівень комерційного ризику (курс акцій, обсяг продажу акцій, кількість угод, обсяг інвестицій,

наявність інфраструктури фондового ринку, інвестиційні та непередбачувані ризики);

- положення ринку в визначеній точці економічного чи сезонного циклу.

Після проведення аналізу формуються висновки, в яких дається оцінка ситуації і якісна градація стану ринку. Наприклад: сприятлива кон'юнктура (ознакою якої є збалансований, сталий ринок і зростаючий обсяг продажу тощо) або ж несприятлива (ознакою якої є диспропорція ринку, відсутність чи несприятливі зміни в попиті, різкі коливання збуту, дефіцит товарів, і т.д.).

З-поміж багатьох критеріїв, які характеризують ринок можна виділити основні:

- потреби в продукції;
- перспективи розвитку ринку;
- ступінь конкурентоздатності продукції;
- ступінь сталості ринку [1].

Кожен з них має відповідну оцінку.

Багато з вищевказаних показників потребують не статистичного опису подій і співвідношень, а аналізу динамічних процесів. Деякі з них надають характеристику структури явища, співвідношення та їх зсуви. Окремі кон'юнктурні характеристики можуть бути отримані тільки в результаті відповідного моделювання (наприклад тенденції та їх усталеність).

Вагомим показником є попит, який може бути реалізованим, незадоволеним, потенційним та таким, що формується. Під прогнозуванням купівельного ринкового попиту на товари підприємств аграрної сфери розуміється визначення різних варіантів пропонованого обсягу попиту на продукцію аграрної сфери економіки. Важливою рисою прогнозування є його багатоваріантний характер. Прогнозування відбувається не у вигляді єдиної послідовності подій, а шляхом побудови поліваріантних прогнозів та вибору найбільш оптимального з них.

Прогнозування попиту базується на нормативних методах, методах експертних оцінок, структурних

моделях, коефіцієнтах еластичності попиту та економіко-математичному моделюванні.

ВИСНОВКИ

Розрахунок наведених показників дає можливість проводити ґрунтовне дослідження стану співвідношення попиту і пропозиції на ринках агропродовольчої продукції. Дане питання є особливо актуальним у зв'язку з втратою державою важелів регулювання товарно-грошових відносин у сільськогосподарській сфері, а також із одночасною недосконалістю існуючих інститутів ринкової інфраструктури, що часто призводить до кризових явищ на ринку продовольства.

Список використаних джерел

1. Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник.– Одеса: ОНЕУ, 2014.– 345 с
2. Беляевский И. К., Данченко Л.А., Коротков А.В., Татаркова Н.В. Статистика рынка товаров и услуг / Учебно – практическое пособие., М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2006. – 143 с.
3. Кассель Г. Теория конъюнктуры. – М., 1925. – 146 с.
4. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики.– М.: Экономика, 1989. – 526 с.
5. Костюхин Д.И. Конъюнктура мирового капиталистического хозяйства. – М.: Международные отношения, 1973. – 310 с.
6. Левшин Ф.М. Мировые товарные рынки (Методология изучения конъюнктуры). – М.: Международные отношения, 1978. – 360 с.
7. Оболенцева Л.В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник / Л.В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 249 с.
8. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 456 с.
9. Супіханов Г.Б. Формування кон'юнктури ринку ріпаку / Супіханов Г.Б., К.: ЗАТ «НІЧЛАВА», 2003. – 140 с.