

УДК 339.13

Джерелейко Мар'яна

Djereleyko Maryana

Науковий керівник: к.е.н., доцент Семенюк С. Б.

Тернопільський кооперативний торговельно-економічний коледж

КОН'ЮНКТУРА РИНКУ ТА ЇЇ ДОСЛІДЖЕННЯ

MARKET CONDITION AND ITS RESEARCH

Більшість дослідників вважає, що кон'юнктура ринку – це конкретна економічна ситуація, що склалася на ринку в даний момент чи за обмежений відрізок часу під дією комплексу сил та чинників.

Кон'юнктура являє собою сукупність ознак і показників, які характеризують поточний стан економіки. Для вивчення кон'юнктури ринку та підготовки прогнозів його розвитку необхідно, насамперед, з'ясувати, у якій фазі свого циклу знаходиться економіка країни. Потім дати комплексну характеристику економіки за попередній рік, виявити і проаналізувати всі чинники, що впливають на кон'юнктуру ринку, і зробити обґрунтований кон'юнктурний прогноз.

Виділяють стратегічні і оперативні цілі кон'юнктурного аналізу і прогнозування ринку. Стратегічні цілі кон'юнктурного аналізу вимагають виявлення та моделювання закономірностей ринкового механізму. Це дозволяє прогнозувати розвиток ринку і обґрунтовувати застосування економічних механізмів регулювання. Оперативні цілі кон'юнктурного аналізу ситуації, що склалася, орієнтовані на задоволення потреб маркетингу і менеджменту.

Для реалізації стратегічних і оперативних цілей доцільно було б виділити такі основні завдання кон'юнктурного аналізу [1, с. 50]:

- 1) оцінка стану ринку;
- 2) характеристика масштабу (місткості) ринку;

- 3) оцінка і аналіз основних пропорцій (часток) ринку;
- 4) аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку;
- 5) аналіз сезонності та циклічності розвитку ринку;
- 6) оцінка регіональних особливостей і відмінностей;
- 7) аналіз ділової активності;
- 8) оцінка комерційного (ринкового) ризику;
- 9) характеристика ступеня монополізації ринку та інтенсивність конкуренції.

На нашу думку, метою кон'юнктурного дослідження може бути: визначення місткості ринку, динаміки і рівня ціни товару, обсягів реалізації товару, експорту або імпорту та ін. Комплексне дослідження кон'юнктури складається з п'яти аспектів: аналізу виробництва; попиту і споживання; запасу товарів; умов торгівлі; цін.

Прогнозування кон'юнктури дає змогу оцінити перспективи розвитку ринку і стає основою для вироблення стратегії і тактики діяльності підприємства на ринку. Якість прогнозу визначає те, наскільки комплексно проведено аналіз і оцінку чинників формування та розвитку кон'юнктури.

Таким чином, особливість кон'юнктурного дослідження ринку полягає в тому, що дослідник завжди має справу тільки з конкретними показниками (цифрами), що характеризують стан об'єкта дослідження. Аналіз цих показників має дати відповіді на поставлені запитання. Тому, перш ніж приступити до процесу дослідження, слід скласти перелік питань та показників, необхідних для правильної оцінки об'єкта.

Перелік посилань:

1. Федорович Р.В., Семенюк С.Б. Маркетинговий аналіз кон'юнктури ринку / Р.В. Федорович, С.Б. Семенюк // Галицький економічний вісник, 2009. -№2. – С. 49-54.