

14. ВИВЧЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ ТОРГІВЛІ - ОСНОВА ДЛЯ ПРОГНОЗУВАННЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Солдатенко О.В. - студентка 4 курсу
(Львівський торгово-економічний інститут)

Науковий керівник: к.е.н., доц. Дайновський Ю.А.

Максимальне задоволення потреб населення в товарах народного споживання - одне із завдань економічної політики держави. Підвищення рівня задоволення попиту населення можливе лише на основі дослідження комплексу питань, пов'язаних з вивченням кон'юнктури ринку та попиту споживачів, своєчасного формування замовлень торгівлі, розробкою планів виробництва товарів в асортименті, поставки їх в роздрібну мережу, організації системи ефективного збуту.

Вивчення кон'юнктури ринку включає такі етапи: з'ясування основних характеристик і особливостей ринку; збір і нагромадження інформації, її обробка, аналіз, якісна оцінка; прогнозування кон'юнктури; розробка практичних рекомендацій.

Аналіз і прогнозування регіонального споживчого ринку потребує визначення ряду показників: ті, що характеризують обсяг виробництва (співвідношення між виробленою продукцією в регіоні і реалізованою на території даного району; виробничі потужності, рівень їх використання; кількість основних виробників і види продукції, яку вони випускають; масштаби необхідного імпорту); показники, які формують попит на продукцію (асортиментна структура попиту на продукцію і ступінь її задоволення; споживацькі переваги; обсяг продукції, що знаходиться на складах); показники задоволення попиту споживачів (обсяг продажу продукції та її асортиментна структура; кількість, спеціалізація і розміщення на території регіону гуртових і роздрібних підприємств; основні джерела надходження товарів); показники місткості ринку (потенційні і реальні потреби споживачів продукції і виробників у її збуті, обсяг і асортиментна структура міжрегіонального вивозу і ввозу продукції, експорту, імпорту); показники рівня і динаміки цін (індекси цін та фактори, що впливають на формування і динаміку цін).