

## Рынок. Конъюнктура рынка.

**Рынок** – экономические отношения между продавцом и покупателем по поводу купли – продажи рабочей силы.

Главным в этих отношениях является **покупатель**, т.к. его потребности определяют структуру и объем производства.

**Продавец**, желая завладеть покупателем, стремится не только удовлетворить его насущные потребности, но и создать условия для развития новых.

В основе рыночного механизма лежат **спрос** и **предложение**, а связующим звеном между спросом и предложением, т.е. между продавцом и покупателем является **цена**, т.к. она сигнализирует о диспропорциях между спросом и предложением и требует принятия необходимых мер по их преодолению (*увеличение или снижение цены*).

**Пример: D увеличивается → производитель увеличивает цену → увеличиваются прибыли → расширяется производство → увеличивается S.**

Для эффективного функционирования в условиях рынка, предприятие должно постоянно анализировать состояние рынка, и в первую очередь, соотношение спроса и предложения, т.е. конъюнктуру рынка.

**Конъюнктура рынка** – это совокупность условий, в которых в данный момент протекает деятельность на рынке.

Конъюнктура рынка характеризуется различными качественными и количественными показателями. К ним относятся:

1. Изменение цен.
2. Изменение доли рынка.
3. Обеспеченность сырьем и материалами.
4. Величина **товарных запасов** на складах предприятия:
  - в единицах – характеризует объем спроса;
  - в днях продаж – интенсивность спроса, т.е. за сколько дней можно реализовать данный запас товара.
5. Величина **товарооборота** (объем реализованной продукции в денежном выражении. Он определяется как произведение цены за единицу и объема продаж в штуках).
6. Обновление товарного ассортимента.

При изучении конъюнктуры рынка ставят три основные задачи:

### **1. Анализ состояния рынка.**

Для этого применяются различные экономико – статистические методы и модели, а именно:

- Индексный;
- Графический;
- Метод группировок.

Наиболее часто используется анализ *динамических рядов* (цепочка показателей, изменяющихся во времени).

Например:

**Темпы роста цепные** – показывающие изменение отчетного показателя по сравнению с предыдущим.

**Темпы роста базисные** – показывают изменение отчетного показателя по отношению к показателю за один конкретный период (базовый).

### **2. Прогноз изменения состояния рынка.**

Он делается обычно на один или на два квартала, но не более чем на пол года. Поэтому, по своему характеру, прогноз изменения конъюнктуры рынка является краткосрочным.

### **3. Представление результатов исследования.**

Результаты могут быть представлены в виде различных аналитических документов.

- *Сводный обзор* – содержит обобщающие показатели рынка товаров народного потребления и характерные закономерности изменения конъюнктуры данного рынка.
- *Тематический обзор конъюнктуры* – отражает наиболее актуальные проблемы, типичные для рынка конкретного товара.
- *Оперативный (сигнальный) обзор* – содержит оперативную информацию об отдельных процессах конъюнктуры рынка, требующих срочного анализа.