

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.