

Лекція 1. Світовий ринок початку ХХІ ст.

План:

1. Поняття та економічний механізм світового ринку.
2. Особливості структури світового ринку початку ХХІ ст.
3. Чинники, що впливають на формування міжнародних торгових потоків.

1. Поняття та економічний механізм світового ринку.

Розвиток міжнародного розподілу праці закладає матеріальні основи формування і подальшого динамічного розвитку світового ринку. Генетично і історично цей процес базується на розвитку внутрішніх ринків окремих країн, коли товари і послуги, чинники виробництва (робоча сила, капітал) виходять за національно-державні рамки і починають свій рух вже в системі міжнародних економічних відносин. У економічній теорії використовуються різні поняття, пов'язані з ринком: внутрішній, національний, міжнародний і світовий ринок. Світовий ринок — синтетичне поняття, об'єднує ринки всіх країн світу в єдине ціле. При цьому зв'язок між ринками окремих країн опосередковується міжнародною торгівлею товарами і послугами, міжнародним рухом капіталу і робочої сили (у ширшому контексті — міжнародною міграцією населення), а також — у все значніших масштабах — міжнародним інформаційним обміном. Тому в широкому сенсі світовий ринок — це все більш цілісна і внутрішньо взаємозв'язана загальносвітова єдність ринків товарів, послуг, капіталів, робочої сили, а також інформації, це єдиний ринковий простір в загальному комплексі держав сучасного світу. В умовах глобалізації економіки термін «світовий ринок» все більше набуває свого справжнього сенсу.

Основою економічного механізму світового ринку є закон вартості, який діє в найбільш «чистому» виді. Його дія здійснюється через рух світових цін, коливання яких виконують стимулюючу функцію у розвитку міжнародного розподілу праці, а, отже, і в поглибленні всесвітніх ринкових відносин.

Оскільки формування світових цін на товари та послуги відбувається в процесі гострої конкурентної боротьби, постільки єдність експорту і імпорту товарів досягається шляхом коливань та відхилень навколо потреб та попиту. Потреби світового ринку постійно ростуть і змінюється їх структура. Відбуваються зміни і у складі тих виробників, які задовільняють основну частину світового попиту. Вони змушені постійно слідкувати за кон'юктурою світового ринку, а також за внутрігосподарською кон'юктурою партнерів. Степінь відповідності виробляемого і реалізуемого товару вимогам світового ринку і змінам кон'юктури у значній мірі визначає конкурентоздатність товару і можливість вирішення протиріччя між безпосередньо регіональною (національною) працею та сукупною всесвітньою (інтернаціональною) працею.

На практиці це протиріччя вирішується у формі конкурентної боротьби. Механізм конкуренції виступає об'єктивно необхідним способом реалізації економічних законів (насамперед це стосується закону вартості і закону економії робочого часу). В сучасних умовах центр конкурентної боротьби все активніше переноситься з сфери формування ціни у сферу новизни та технічного рівня виробів, якість їх виробництва, вдосконалення обслуговування, розвиток та покращення торгово-збутової мережі. В умовах сучасного ринку конкуренцію витримує той

виробник, який пропонує новий товар, надання комплекс послуг технічного характеру та використовує більш досконалі методи збуту.

Таким чином, механізм сучасного світового ринку являє собою сукупність взаємопов'язаних економічних форм, які безпосередньо регулюють обмін товарами та послугами між державами певних економічних систем і тим самим впливаючих на всесвітнє товарне виробництво (тоб-то світове господарство).

2. Особливості структури світового ринку початку ХХІ ст.

Структура світового ринку є достатньо складною. При цьому необхідно враховувати:

- ✓ традиційні підходи до аналізу структури міжнародних торгових потоків, зокрема галузеву та регіональну структури;

- ✓ специфіку просторової архітекtonіки континентальних ринків, що відображає логіку побудови торгових взаємозв'язків між партнерами, рівні міжкраїнної взаємодії та інтеграційну активність суб'єктів ринку на мікрорівні;

- ✓ рівень активності міжконтинентальної торгівлі, що відображає етап розвитку світового ринку як єдиної системи і, відповідно, впливає на формування багатосторонніх механізмів регулювання міжнародної торгівлі.

Особливості галузевої структури міжнародних торгових потоків:

- ✓ збільшилась частка готових виробів і скоротилась питома вага продовольства і сировини, окрім палива;

- ✓ відбувається перехід від міжгалузевої спеціалізації до внутрішньогалузевої, від готової кінцевої продукції - до проміжних видів виробів. Різко зростає обмін вузлами, деталями, компонентами, які часто виготовляються на підприємствах різних країн. Внутрішньонаціональні й міжнародні кооперовані поставки досягають 50-60% вартості продукції багатьох галузей промисловості індустріальних країн Заходу. Більш ніж 30% товарообороту між цими державами припадає на взаємні кооперовані поставки. Кооперовані поставки відіграють помітну і дедалі зростаючу роль в експорті цілої низки країн, що розвиваються, в тому числі таких великих, як Індія, Бразилія, Мексика;

- ✓ поглиблення спеціалізації спричинюється також прискоренням морального старіння і швидким оновленням асортименту, що веде до спеціалізації наукових досліджень. У передових сучасних галузях (напівпровідники, ЕОМ) тривалість життєвого циклу товару в середньому становить 3-5 років, в усіх галузях обробної промисловості він фактично не перевищує 8-9 років порівняно з 20 роками в середньому на початку сторіччя. Згідно з оцінками, в минулому десятиріччі на світовому ринку було оновлено близько 80% товарів. На світових ринках з'являється велика кількість принципово нових товарів, здебільшого продукції наукоємких галузей, сфери високих технологій (лазерна техніка, швидкодіючі ЕОМ, обладнання для АЕС і т.д.);

- ✓ відбувається інтелектуалізація світової торгівлі. В експорті промислово розвинутих країн зростає частка високотехнологічної продукції (США, Швейцарія та Японія - понад 20%, Німеччина та Франція - близько 15%). У зв'язку з нерівномірним

розвитком НТП у світовому господарстві з'являються нові виробники, що створюють собі нові "ніші" або тіснять конкурентів. Цей процес приводить не тільки до поглиблення спеціалізації, а й до змін у соціальній структурі господарства;

✓ важливою тенденцією є розширення торгівлі машинами й обладнанням між промислово розвинутими країнами. За останні 10 років ХХ ст. експорт машин і обладнання з розвинутих країн зріс у 3 рази і продовжує зростати. Найбільш швидкими темпами зростає експорт електротехнічного й електронного обладнання, на частку якого припадає понад 25% усього експорту машинно - технічної продукції. Але в останні роки ці темпи уповільнюються, що пов'язано зі зниженням економічної активності розвинутих країн.

Особливості регіональної структури міжнародних торгових потоків:

✓ основний обсяг міжнародної торгівлі припадає на розвинуті країни. Їхня частка впродовж останніх 25 років залишається відносно стабільною: для експортних потоків вона становить 63-67%, для імпорتنих – 66-68%. Лише в 1990-х рр. спостерігалось невелике її підвищення до 72% і 73%, відповідно. Ця група країн продовжує зберігати за собою понад половину обсягів світового ринку, підтверджуючи статус висококонкурентних економік. Але невеликі коливання її частки свідчать про намагання країн, що розвиваються, захопити окремі сегменти ринку. Так, при відносному скороченні частки країн – основних експортерів нафти з 15,46% до 5,17% спостерігається значне збільшення присутності країн, що розвиваються, на ринку промислових товарів (з 8,34% до 22,63%);

✓ з другої половини ХХ ст. помітно проявилась нерівномірність динаміки міжнародної торгівлі. Це вплинуло на співвідношення сил між країнами на світовому ринку. Домінуючі позиції США похитнулися. Так, якщо в 1950 р. на частку цієї країни припадало 32% світового експорту, то в 1960 р. – 17,1%, у 2006 р. – 9,04%. Відповідно, зросла частка Західної Європи та Японії. Розвинуті європейські держави за цей період збільшили свою частку з 23% до 42,64%. Фактично, саме ринок ЄС зараз утримує позиції лідера-монополіста на світовому ринку. Несуттєво коливалась частка розвинутих країн Океанії (1,4-1,19% для експортних і 1,2-1,43% для імпорتنих потоків). Для розвинутих країн Азії спостерігається падіння частки експорту (8,5-6,73%) та імпорту (6,99-5,38%);

✓ на відміну від розвинутих економік, країни, що розвиваються, демонструють позитивну динаміку росту впродовж останніх 25 років: їхня частка збільшилась з 29,4% (експорт) і 23,9% (імпорт) у 1980-х рр. до 33,46% (експорт) і 30,43% (імпорт) у 2006 р. Аналіз цієї групи країн у континентальному розрізі виявляє чітко виражені лідируючі позиції країн Азії. Їхня частка на ринку збільшилась на 6,22% (експорт) і 8,46% (імпорт). У межах цієї підгрупи немає однонаправленої тенденції. Якщо країни Південно-Східної Азії (згідно з класифікатором "інші країни Азії") збільшили свою частку на 12,03% для експорту і на 9,77% для імпорту, то країни Західної Азії зменшили свою присутність на 6,11% і 1,54%, відповідно. Позитивно вплинула на регіональну динаміку поява країн Центральної Азії як самостійного і незалежного суб'єкта світового ринку;

✓ стосовно країн, що розвиваються, з американського й африканського континентів і Океанії, то зростання обсягів їхніх експортних та імпорتنих потоків недостатньо вагоме для опанування більшого сегменту ринку. Тому, статистичні показники свідчать про відносну стабільність, а в окремих випадках про зниження

частки країн цих підгруп, як для ринку експортного, так і для ринку імпортного продукту. Так, за період 1980–2006 рр. для країн Америки частка знизилась з 5,5% до 5,11% (експорт) і з 6,07% до 4,68% (імпорт); для країн Африки – з 5,88% до 2,5% (експорт) і з 4,58% до 2,16% (імпорт); для країн Океанії – з 0,11% до 0,05% (експорт) і з 0,17% до 0,08% (імпорт). Крім того, постійно знижується частка цих країн на ринку непромислових товарів:

- для країн Америки при збільшенні загальних обсягів експорту на 41628 млн. дол. частка ринку зменшилась на 1,04%; для імпорту – відповідно на 46040 млн. дол. і 1,4%;

- для країн Африки при збільшенні загальних обсягів експорту на 31194 млн. дол. частка ринку зменшилась на 1,28%; для імпорту – відповідно на 45137 млн. дол. і 1,24%.

Отже, більшу частину світового ринку формують:

- за обсягами міжнародних торгових потоків – ринки розвинутих країн і транснаціональні ринки торгових блоків, які забезпечують близько 65% світового товарообороту;

- за територіальними розмірами – ринки слаборозвинутих країн і транснаціональні ринки торгових блоків, які охоплюють значну частину території європейського, американського, африканського та азійського континентальних ринків;

- за динамічними характеристиками – ринки країн Азії (як розвинуті ринки, так і країн, що розвиваються) та країни, що розвиваються, з Океанії, амплітуда коливань середньорічних темпів приросту експорту та імпорту яких є найбільшою.

Аналіз середньорічних темпів приросту експорту та імпорту по регіонах і країнах дає змогу говорити про високий рівень нестабільності як національних, так і регіональних ринків:

- загальний тренд коливання темпів приросту для експортних та імпорتنних потоків співпадає по часових відрізках; отже дія детермінантів світового ринку суттєво не впливає на напрямок зовнішньоторгових потоків;

- коливання темпів приросту по групах країн також співпадають, що свідчить про підвищення рівня глобалізації світового ринку й посилення залежності між регіональними ринками незалежно від рівня їхнього розвитку чи інтеграції в загальносвітову систему;

- чим вищий рівень інтеграції регіонального ринку, тим більша амплітуда коливань середньорічних темпів приросту, що пояснюється високим рівнем концентрації торгових потоків на внутрірегіональному ринку і значною залежністю торгових потоків від ступеня синхронізації циклів ділової активності учасників торгового блоку.

Загалом, амплітуда коливань цього якісного показника досить широка, що підтверджує відкритість і значну залежність ринків від зовнішнього впливу та шоків. За умов глобального ринкового середовища ця тенденція обумовлює об'єктивну необхідність розробки адекватних моделей формування просторової архітектури світового ринку, міжнародних механізмів регулювання умов торгівлі й узгодження інтересів країн хоча б на трансрегіональному рівні.

3. Чинники, що впливають на формування міжнародних торгових потоків.

Проведений огляд досить цікаву особливість сучасного ринку: незважаючи на високу активність глобалізаційного процесу, спостерігається переважаюча локалізація міжнародних торгових потоків на рівні континентальних ринків. Зміни регіональної спрямованості потоків обумовлені не стільки інтеграційними процесами, скільки активністю попиту і рівнем конкурентноспроможності товарів або послуг. Високоінтегровані ринки розвинутих країн демонструють обмежену динаміку і зацікавленість у перспективах азійського ринку. Динамічні ринки країн, що розвиваються, та країн із трансформаційною економікою зацікавлені в прискоренні інтеграційних процесів, оскільки для них зовнішні чинники займають визначальне місце в загальній стратегії економічного росту. Менш розвинуті ринки (Африка, Близький Схід) розглядають можливості внутрірегіональної інтеграції як варіант прискорення розвитку, але поки що вузька спеціалізація на міжнародному ринку значно обмежує їхні можливості, і в найближчій перспективі ці ринки складатимуть лише потенційний варіант для майбутньої трансрегіональної активності.

Отже, сучасна структура світового ринку свідчить про неоднорідність його економічного простору, але всю складну систему зв'язків між акторами можна умовно поділити на два рівні – міжрегіональні (трансрегіональні) й міжконтинентальні (глобальні). Форми їхньої реалізації також досить різноманітні: від багатосторонньої системи регулювання на основі угод СОТ (GATT, GATS) до регіональних торгових угод.

Отже, світовий ринок об'єднує значну кількість регіональних ринків, розвиток яких відбувається дуже нерівномірно. Взаємозв'язки і взаємозалежності між складовими цієї глобальної системи утворюють загалом асиметричну структуру. В основі цієї асиметричності лежить неоднорідність світового економічного простору внаслідок поглиблення розриву в рівнях розвитку країн і різний ступінь їхнього втягнення в інтеграційні процеси.

Трансформація економіки країн-лідерів світової економіки рухається в напрямку формування постматеріальних, постеконічних структур з яскраво вираженою тенденцією гуманітаризації економічних процесів, що супроводжується зміщенням центра ваги із сфери матеріального у сферу інтелектуального капіталу і духовного багатства. Розвинуті країни, на відміну від попередніх суспільств і держав, що розвиваються, найбільшою мірою відчувають гостроту глобальних змін, майже “упираючись” у вичерпність ресурсів і потенційних можливостей попередньої моделі розвитку, стикаючись із кризою індустріальної економічної парадигми. Менш розвинуті держави мають ще певний “зазор”. Все це впливає на формування товарної структури зовнішньоторгових потоків цих країн: переважання наукоємних і високотехнологічних товарів; чітко виражені позиції лідера на ринку інвестиційних товарів; основною конкурентною перевагою є володіння високими технологіями; значні інвестиції в наукові розробки та освіту; вагома частка на ринку послуг.

Інформація (насамперед, науково-технічна) і отримання наукового знання стали в господарстві цих країн провідним економічним ресурсом. Виробництво високих технологій або високоякісних послуг з активним використанням інформаційних ресурсів веде до закладання основ інформаційно-технологічного способу виробництва. Частка наукоємних і високотехнологічних товарів у загальній структурі зовнішньоторговельного обороту постійно зростає.

Як відомо, відмінною рисою постіндустріального періоду розвитку господарства є те, що обслуговуючі галузі здобувають домінуюче становище в структурі зайнятості та структурі ВВП. Для окремих країн експорт послуг стає важливою частиною їхньої зовнішньоекономічної стратегії. Але це зовсім не означає зменшення ролі виробничої сфери.¹ В самих обслуговуючих галузях відносно зростання таких традиційних видів діяльності, як торгівля, транспорт, комунальні послуги, теж не вирізняється динамізмом. Різко зростає хіба що туристичний бізнес.

За цих умов набуває нової якості сама поліцентрична структура світового господарства. Якщо в другій половині ХХ ст. Західна Європа, Північна Америка та ядро Азійсько-Тихоокеанського регіону (передусім Японія) розглядалися лише як полюси кількісної концентрації економічного і промислового потенціалу світу, то з переходом до інформаційно-технологічної моделі розвитку вони стають місцями зосередження організаційно-управлінських центрів глобальної інформаційної, фінансової, зовнішньоекономічної діяльності. Активність науково-технічного та інформаційного обміну між ними на ринку послуг випереджає обсяги оборотів зовнішньої торгівлі. Рух інвестицій теж став явищем глобальним, але найпотужніші інвестори зосереджені в “полюсах зростання” і основні напрямки руху прямих і портфельних інвестицій містяться в цьому ж таки трикутнику.

Постсоціалістичні країни з перехідною економікою мають потужну індустріальну базу і розгалужений агропромисловий комплекс.² Вказані особливості обумовлюють товарну структуру експортно-імпортних потоків країн цієї групи: переважання товарів традиційного експорту і значний попит на імпортовані інвестиційні товари. Кожній з країн притаманна власна специфіка у формуванні зовнішньоторгової політики на світових ринках. Підсумовуючи ознаки та характерні риси перехідних економік, варто виокремити передусім такі: відносна тривалість трансформаційних процесів в економіці; здійснення глибоких інституційних змін, пов'язаних із перетворенням власності, створенням сучасної ринкової та постринкової інфраструктури; структурна перебудова економіки на сучасній техніко-технологічній базі; перехід до нових джерел і факторів економічного розвитку, господарської еволюції; органічна взаємодія із зовнішнім економічним середовищем; реструктуризація соціальної політики.

Домінантною основою розгортання процесів у світі, що розвивається,³ стала проблема розвитку, вибору шляху, який би скоротив загрозливий розрив між ними та найрозвинутішою частиною світової економіки.⁴ Зовнішні чинники, у т.ч. міжнародна

¹ Наприклад, у США 3% зайнятих у сільському господарстві і 17% – у промисловості виробляють нині продукції більше, ніж тоді, коли в цих галузях працювало понад половину економічно активного населення.

² Враховуючи специфіку становлення суверенітету молодих незалежних держав, динаміку і ступінь завершеності економічних реформ, а також особливості економіко-географічного положення, серед постсоціалістичних країн вирізняють країни Євразії та незалежні країни – колишні республіки СРСР. Головні особливості структури господарства цих двох підгруп: високий рівень суспільного й територіального (географічного) поділу праці; розгалужені й цілком сформовані функціонально і територіально господарські системи, які за своїми ознаками мало відрізняються від відповідних структур економічно розвинутих країн. На сучасному етапі постсоціалістичним країнам бракує капіталу, а в більшості галузей (особливо сільське господарство, легка промисловість, торгівля) використовуються застарілі техніка і технологія. Тут тільки формуються сучасні організаційно-управлінські структури ринкового господарства.

³ Це понад 120 держав Азії, Африки, Латинської Америки та Океанії, в яких проживає більша частина населення Землі. Але на цій території переважають доіндустріальні технології з патріархальним укладом.

⁴ Співвідношення між рівнями національного доходу країн ОЕСР і країнами, що розвиваються, в середині 60-х рр. становило 15:1, а вже на початку 90-х рр. зросло до 22:1; між країнами ОЕСР і найменш розвинутими державами цей показник становив 57:1. Теорія економічного зростання країн, що розвиваються, базується на таких основних принципах: тотальна трансформація економіки і всього суспільства; ринкова стратегія як основа економічних перетворень;

торгівля, використовуються в усіх моделях розвитку економіки. Але залежно від етапу розвитку функції міжнародної торгівлі змінюються. Для розвинутих країн – це можливість залучати чужі ресурси; для країн із трансформаційною економікою міжнародна торгівля дає змогу пришвидшити процес інтеграції із зовнішнім економічним середовищем; для країн, що розвиваються, міжнародна торгівля створює умови для реалізації експортно-орієнтованої концепції національної економіки. Але вирішальна роль у створенні необхідної критичної маси певних соціально-економічних зрушень у світі належить людському капіталу (*homo clausus*), його бажанню, вмінню і здатності здійснювати модернізацію економіки і суспільства. Ці країни – важливий постачальник сировини на світовий ринок. Проте на шляху самостійного розвитку молоді держави натрапляють на значні труднощі. В багатьох з них досі не розв’язана продовольча проблема, гостро стоїть проблема зайнятості. І все це – за умов багатукладного господарства, залежного економічного розвитку, хронічного відставання від світового рівня технологій і продуктивності праці.

Врахування особливостей формування зовнішньоторгових потоків по групах країн, які об’єднувались за рівнем розвитку (наприклад, розвинуті країни або країни з розвинутою ринковою економікою, країни, що розвиваються, країни Центральної та Східної Європи), лежало в основі регіональної структури світового ринку. Активний розвиток торгових та інших міжнародних об’єднань доповнив регіональну структуру новим суб’єктом – торговими блоками. Звичайно, такий підхід дає змогу отримати інформацію про загальне спрямування торгових потоків, але не характеризує тенденції розвитку регіональних ринків як структурного елемента глобального ринку.

Така загальнопринята неоднозначність основних просторових характеристик глобального ринку не дає змоги використати поширену модель Дж. Фрідмана “центр–периферія” для аналізу його просторової архітектури. Виділення ринку розвинутих країн як ядра світового ринку не відповідає реальним кордонам, оскільки, наприклад, високоінтегрований, трансрегіональний ринок ЄС охоплює ринки розвинутих країн і ринки країн із трансформаційними економіками, а ринок NAFTA – ринки високорозвинутих країн і нової індустріальної країни. Інтенсифікація процесу регіональної інтеграції призвела до об’єднання ринків країн із різним рівнем розвитку і різними характеристиками. Крім того, як зазначено вище, реальні кордони країн не співпадають з межами ринкових систем. Тому, на думку автора, регіоналізація світового ринку не співпадає зі звичним поділом економічного простору країн за рівнем розвитку (наприклад, класифікатором МВФ). Виникає запитання: що лежить в основі процесу формування регіональної структури сучасного світового ринку?

Тому фрагментація торгового простору і тенденції розвитку світової економіки формують причини і впливають на вибір механізмів глобальної системи регулювання міжнародних потоків. Так, нова хвиля РТУ в другій половині 90-х рр. співпала із загостренням кризових явищ на світовому ринку (підвищення рівня ентропійності світового ринку, регулярність виникнення світових криз, наростання антиглобалізаційного процесу, нездатність міжнародних інституцій виконувати покладені на них світовим співтовариством функцій, поглиблення протиріч між розвинутими країнами, країнами, що розвиваються, та LDCs тощо). Фактично, всі

експортно-орієнтована концепція національної економіки; імпорт капіталу і технології з індустріальних держав; поліпшення умов для їхньої міжнародної торгівлі (*terms of trade*), для доступу на світові фінансові ринки; регулювання демографічних процесів.

країни світу постали перед необхідністю вибору форм співпраці: утворення міжнародних регіональних об'єднань або пошук нових шляхів гармонізації інтересів глобального ринку на основі правил СОТ.

За таких умов цілком логічно зробити висновок про:

а) існування потенційних можливостей щодо зростання частки найдинамічніших країн, що розвиваються, і порушення монополії інтересів розвинутих держав на світовому ринку;

б) використання торгових блоків для лобювання економічних і політичних інтересів на світовому ринку як розвинутими країнами, так і країнами, що розвиваються;

в) збільшення кількості й активності міжрегіональних блоків, що розширює можливості нової ніші – міжконтинентального ринку;

г) існування значного потенційного попиту деяких ринків, у реалізації якого зацікавлені розвинуті країни, що підтверджується динамікою укладення угод між країнами з різним рівнем розвитку (Північ–Південь);

д) використання РТУ для прискорення економічного розвитку і зниження розриву між рівнем розвитку країн у межах континентального економічного простору.

Враховуючи особливості фрагментації сучасного торгового простору, очевидною є орієнтація країн у найближчій перспективі на регіональні торгові угоди, як переважаючий тип глобального бізнес-актору світового ринку. Загалом, це також підтверджується й аналізом особливостей сучасного економічного простору та світового ринку. Причому, масштабність двосторонніх і утворення багатосторонніх мереж РТУ залежить від рівня інтегрованості континентального економічного простору і готовності країн продовжувати цей процес.

Відповідно, поява великих торгових блоків із порівняно глибокою інтегрованістю країн ядра блоку свідчить про виникнення феномена паралельної кількохрівневої інтеграції держав, при якому одна країна бере участь у декількох організаціях, діяльність яких спрямована на мінімізацію торговельних бар'єрів. Чим менше країн у такому об'єднанні, тим вища ймовірність досягнення режиму повної лібералізації з наступною економічною інтеграцією.

Але регіоналізація світового інтеграційного процесу не усуває бар'єри на шляху глобальної інтеграції, а лише змінює їхню просторову конфігурацію. З одного боку, держави залишаються територіальними, а тому, як і раніше, перебувають у полоні власних кордонів. З іншого – посилення економічної взаємозалежності зумовило виникнення глобальних мереж, по яких проходить могутнє і швидке переміщення багатства. За цих умов реальним є лише один шлях — користуватися ї, в межах допустимого, впливати на економічну глобалізацію у власних національних інтересах. Правила гри не залишаються незмінними; вони лише фіксують і відображають співвідношення сил, яке багатші і сильніші актори глобального ринку прагнуть увічнити. Це вже підтвердили найдинамічніші країни, почавши руйнувати монополію розвинутих країн на світовому ринку. Таким чином, формуються умови для видозміни механізмів і логіки конкурентних відносин між суб'єктами світового ринку.

Лекція 2. Теорії кон'юнктури

1. Поняття та типи економічної кон'юнктури
2. Чинники, що впливають на кон'юнктуру ринку
3. Теорія кон'юнктури по М.Д.Кондратьєву

1. Поняття та типи економічної кон'юнктури

Найбільш загальне визначення кон'юнктури - це сукупність певних ознак, поєднання різних обставин, які характеризують стан економіки в певний період. Економічна кон'юнктура є складною системою, що розвивається під впливом безлічі чинників різної природи. Вона є результатом дії на ринку виробників і споживачів, що конкурують один з одним, обмежень або підтримки з боку держави, політичних і інших чинників. Стан економічної кон'юнктури дає інформацію про те, наскільки сприятливою або несприятливою є ситуація на ринку, внаслідок чого ухвалюються необхідні рішення.

Поняття "кон'юнктура" в даний час достатньо міцно увійшло до категоріального апарату економічної науки. Наприклад, Ф.Г.Піськопфель визначав економічну кон'юнктуру таким чином: «Кон'юнктура є процес відтворення капіталістичного господарства, що розглядається в його ринковому виразі, в повсякденних коливаннях і змінах, у всіх зв'язках і опосередковуваннях»⁵. У цьому визначенні помилковим є твердження про те, що кон'юнктура «є процес». Кон'юнктура є результат процесу, але не сам процес. Точно так як висока температура тіла не є хвороба, а є результат хвороби!

Під терміном «кон'юнктура», пише Вагнер, «ми розуміємо сукупність технічних, економічних, соціальних і правових умов, які при певному життєвому устрої країни, що базується на розподілі праці і приватної власності, особливо приватній власності на землю і інші матеріальні засоби виробництва, визначають собою попит на блага і їх пропозицію, а отже, і їх мінову вартість; цю свою визначальну роль вони, як правило, або щонайменше в основному, відіграють незалежно від волі власника, від його активності або пасивності»⁶

Цікаво, що в англійській економічній літературі поняття економічної кон'юнктури зараз практично не зустрічається. Кон'юнктура в англійській економічній літературі визначається іншими словами і словосполученнями, наприклад «current situation; market situation; market condition». В основному перекладачі здійснюють дослівний переклад: стан ринку, ринкова ситуація, маркетингова ситуація.

У вітчизняній літературі поняття «кон'юнктура» належить до важливих економічних категорій. **Кон'юнктура ринку - це сукупність умов, при яких в даний момент протікає діяльність на ринку. Вона характеризується певним співвідношенням попиту і пропозиції на товари даного виду, а також рівнем і співвідношенням цін.**

Для того, щоб дати її правильне визначення, необхідно мати на увазі, що економічна кон'юнктура є станом ринку в кожен конкретний момент, вона є результатом дії складної сукупності причин і чинників. Причини і чинники, які роблять вплив на економічну кон'юнктуру, називають кон'юнктуруотворюючими.

⁵ Піськопфель ф.Г. Основи вивчення кон'юнктури капіталістичного господарства. - М.: Міжнародні відносини, 1960. - С. 84

⁶ Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под ред.Н.Ю.Шведовой. - М.: Русский язык,1988. - 750с - С.238.

Судити про стан економічної кон'юнктури по кон'юнктуруотворюючим чинникам дуже складно, а іноді взагалі неможливо. Вони утворюють, визначають той або інший стан економічної кон'юнктури, але зовсім не характеризують його. Різноманітність різних поєднань кон'юнктуруотворюючих чинників служить об'єктивною причиною різноманіття і оригінальності ринків.

Чинниками, що відображають кон'юнктуру, можна назвати, наприклад, виробництво товарів і товарні запаси. Проте головною в механізмі формування ринкової кон'юнктури є ціна. Вона забезпечує взаємодію решти всіх чинників і підтримує динаміку розвитку ринку.

Основною характеристикою кон'юнктури ринку є ступінь збалансованості попиту і пропозиції. Вона виявляється в поведінці цін, швидкості обороту товарів. Ця оцінка дозволяє визначати тип кон'юнктури. Розрізняють два типи кон'юнктури: (1) сприятливий або (2) несприятливий.

При сприятливій кон'юнктурі досягається збалансованість попиту і пропозиції, ціни утримуються на стабільному рівні. При несприятливій кон'юнктурі попит відстає від пропозиції, що приводить до зростання товарних запасів, уповільнення оборотності товарів, спостерігаються труднощі в збуті товарів.

Оскільки основними характерними ознаками кон'юнктури є мінливість, нерівномірність, суперечність. Тому щоб ухвалити правильне, економічне рішення необхідно володіти інформацією про ситуацію на ринку, а значить проводити його вивчення. Процес вивчення включає такі аспекти, як дослідження процесів виробництва і реалізації продукції, діяльність провідних промислових і торгових фірм, фінансування і кредитування, ціноутворення, перспективи розвитку виробництва і споживання.

2. Чинники, що впливають на кон'юнктуру ринку.

Вивчення кон'юнктури товарних ринків включає обробку, аналіз і систематизацію кількісних показників і якісної інформації, що характеризує розвиток ринку в даний період часу. Вибір системи показників визначається цілями конкретного дослідження, наприклад, аналіз розвитку ринку, аналіз ситуації на ринку за певний період часу, зміну техніко-економічних характеристик виробництва.

Всі кон'юнктуруотворюючі чинники, стимулюючі розвиток ринку або стримуючі його, класифікуються на : (1) постійні, (2) тимчасові, (3) циклічні, (3) нециклічні.

До чинників, що постійно діють, відноситься державне регулювання економіки, науково-технічний процес, інфляція, сезонність у виробництві і споживанні товарів.

Чинники, що впливають на кон'юнктуру періодично, називаються тимчасовими. Це наприклад, стихійні лиха, соціальні конфлікти, надзвичайні обставини.

У розвитку ринку може з'являтися певна повторюваність, циклічність, викликана сезонною зміною попиту і пропозиції, життєвими циклами товарів (виведення товарів на ринок, зростання, зрілість, занепад), зрушення у відтворювальній структурі, коливаннями інвестиційної активності, зміною економічної політики.

Чинники нециклічного характеру визначають специфіку виробництва і реалізацію конкретних товарів. Дія різних чинників на процес виробництва і звернення

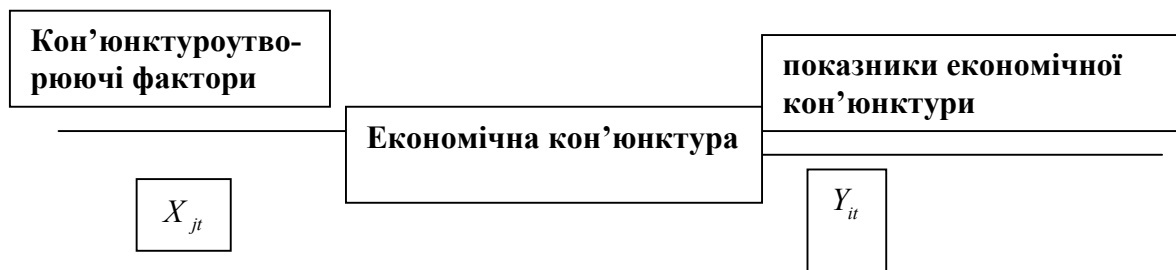
будь-якого товару дозволяє виявити зв'язки між подіями, що відбуваються, і причинами, що викликали їх. Саме дія різних чинників на процес виробництва і звернення товару відбивається в русі кон'юнктури ринків.

Про стан кон'юнктури різних ринків судять за показниками економічної кон'юнктури, які відображають ситуацію, що склалася на ринку, будучи результатом складної дії кон'юнктуруотворюючих чинників. Позначимо через Y_{it} показники економічної кон'юнктури, а через X_{jt} – кон'юнктуруотворюючі чинники. Тоді завдання дослідження економічної кон'юнктури ринку полягає в знаходженні залежності

$$Y_{it} = F(X_{jt}) \quad (1)$$

знаючи яку можна легко вивчити стан економічної кон'юнктури і її динаміку. Проте, кількість кон'юнктуруотворюючих чинників, складність їх нелінійного взаємозв'язку і впливу на кон'юнктуру, різноманіття показників кон'юнктури, нелінійність їх зміни під впливом кон'юнктуруотворюючих чинників – все це ставить практично непереборні труднощі спробам побудувати функцію (1).

Складність кон'юнктурних досліджень полягає в тому, що показники однієї кон'юнктури є кон'юнктуруотворюючими чинниками для іншої кон'юнктури, яка своїми показниками часто впливає на першу. Більш того, одні і ті ж показники економічної кон'юнктури є і показниками економічної кон'юнктури і її кон'юнктуруотворюючими чинниками. Наприклад, ціни, що склалися на конкретному ринку у момент t , будучи в даний момент показниками його економічної кон'юнктури, в той же час, інформуючи учасників ринку про кон'юнктуру, визначають їх поведінку в наступний момент $t+1$, тобто є кон'юнктуруотворюючими для майбутнього стану економічної кон'юнктури. Таким чином, відзначаючи складність такого економічного явища, як економічна кон'юнктура, можна визначити її, розглядаючи у вигляді «чорного ящика», вміст якого дослідникові невідомий (рис.1).



Мал. 1. Економічна кон'юнктура як «чорний ящик».

Стосовно економічної кон'юнктури це означає, що взаємозв'язок між кон'юнктуруотворюючими чинниками і показниками кон'юнктури неможливо визначити. Тому доводиться підбирати їх на основі статистичних даних.

3. Теорія кон'юнктури по М.Д.Кондратьєву

Найбільший внесок в теорію дослідження економічної кон'юнктури в нашій країні був зроблений на початку ХХ століття М.Д.Кондратьєвим. Звертаючись до поняття кон'юнктури, М.Д.Кондратьєв підкреслював, що «поняття кон'юнктури це видове поняття по відношенню до більш загального, родового поняття економічної

динаміки»⁷. Тому, розглядаючи кон'юнктуру, він визначав три поняття: (1) економічної статичності, (2) динаміки і (3) кон'юнктури. По М.Д.Кондратьєву під статикою розуміється теорія, яка «розглядає економічні явища по суті поза категорією змін в часі»⁸. При цьому не слід спрощено розуміти сам процес «зміни в часі». Розгляд простої кількісної зміни економічного явища в часі ще не означає використання динамічної точки зору. Для цього необхідно, як головний принцип динамічного підходу, відзначити безперервну зміну в часі економічних показників, чинників і взаємозв'язків між ними, причому ця зміна повинна носити кількісний і якісний характер.

Н.Д.Кондратьєв, що стояв на позиціях динамічного підходу, дав оригінальне визначення кон'юнктури: *«Під економічною кон'юктурою кожного даного моменту часу ми розуміємо напрям і ступінь зміни сукупності елементів народногосподарського життя в порівнянні з попереднім моментом»*⁹.

Це поняття кон'юнктури і зумовило метод дослідження кон'юнктури, який використовувався вченим і очолюваним ним інститутом. Для формування цього методу і його наукового обґрунтування, Н.Д.Кондратьєв ввів два поняття - простої і диференціальної кон'юнктури. Під простою спеціальною кон'юктурою він розумів напрям і ступінь зміни сукупності конструктивних елементів даної галузі в даний момент у порівнянні з попередніми моментами. Під диференціальною кон'юктурою - розуміємо просту кон'юктуру даної галузі, але взятую у відношенні або в порівнянні з кон'юктурою інших галузей, з якими в даному випадку можливо і доцільне зіставлення. Проста кон'юктура визначається як відношення показників даного моменту до попереднього. Диференціальна кон'юктура визначається як відношення показників простої кон'юнктури одного ринку до показників простої кон'юнктури іншого ринку.

Таблиця 1

Проста і диференціальна економічна кон'юктура по М.Д.Кондратьєву (на прикладі вугільної промисловості)

Елементи	Проста кон'юктура	Диференціальна кон'юктура
Ціни на вугілля	120	95
Продукція	110	90
Торговий оборот	115	98
Процент безробітних	117	97
і т.п.		

Проста галузева кон'юктура по Н.Д.Кондратьєву легко може бути зміряна і вивчена, оскільки з самого визначення виходить, що кон'юктура визначається «напрямом і ступенем зміни» сукупності показників кон'юнктури. Отже, необхідно виділити ці основні показники, виміряти їх в окремі моменти часу і порівнювати показники, виміряні в різні моменти часу, один з одним. Тоді про стан кон'юнктури можна буде судити не за цими показниками, а по отриманих відносинах показників.

⁷ Кондратьєв Н.Д. Проблемы экономической динамики: Ред. коллегия: Л.И.Абалкин и др. - М.: Экономика, 1989. - С.48

⁸ Там же, с.49.

⁹ Кондратьєв Н.Д. Проблемы экономической динамики: Ред. коллегия: Л.И.Абалкин и др. - М.: Экономика, 1989. - С.71.

Цей підхід застосовується дуже широко на практиці дослідження кон'юнктури. Кон'юнктура ринку в них визначається, наприклад, за допомогою показників реалізації продовольчих товарів («зросла в порівнянні з попереднім тижнем на 5 - 20%»), їх запасів в торгівлі і промисловості («зросли на 2 - 13%»), наявності основних товарів в містах («питома вага міст в загальному числі обстежуваних, де товар можна було купити, і наявність самих товарів») і т. п.. Відзначаючи істотну інформативність таких оглядів, простоту аналізу і наочність отримуваних результатів, слід все ж таки зробити декілька зауважень.

По-перше, в подібних оглядах використовуються тільки частина тих показників, які відображають стан економічної кон'юнктури, причому через велику кількість таких показників, дослідники вимушені обмежувати їх коло при дослідженні. Значить, не всі показники, що характеризують стан економічної кон'юнктури, вдасться врахувати і цілком ймовірно, що частина з неврахованих показників в певні моменти свідчатиме про зміни економічної кон'юнктури, але дослідник про це знати не буде. В результаті цього буде зроблений неправильний аналіз і буде неправильно прийнято господарське рішення.

По-друге, приведеним вище чином відображається стан економічної кон'юнктури, але для дослідника більше значення має виявлення взаємозв'язку між показниками, що характеризують стан економічної кон'юнктури і чинниками, що їх визначають. Це складніше завдання. І хоча у вказаних оглядах зустрічаються спроби знайти причинно-наслідкові зв'язки, вони практично завжди спираються на якісні доводи і практично завжди є дуже спірними. У будь-якому випадку отримання системи причинно-наслідкових зв'язків з використанням подібного підходу вимагають дуже високої кваліфікації експертів і через це не можуть широко використовуватися в практиці кон'юнктурних досліджень.

По-третє, використання як показників стану економічної кон'юнктури відносних величин, виражених у відсотках, може спотворити уявлення дослідника про її стан. Дійсно, хай певний показник економічної кон'юнктури змінюється в часі по лінійному закону, який описується наступною елементарною моделлю:

$$Y_t = 20t - 10 \quad (2)$$

Відношення показника Y_t до його значення в попередній момент Y_{t-1} і характеризуватиме кон'юнктуру по М.Д.Кондратьєву. Динаміка цього відношення приведена в таблиці 2.

Таблиця 2

Умовний приклад

t	Y_t	Проста кон'юнктура по Кондратьєву	Y_t / Y_{t-1} (%)
1	10	-	
2	30	300,00	
3	50	166,00	
4	70	140,00	
5	90	129,00	
...	
50	990	102,06	
51	1010	102,02	

Якщо судити по динаміці показника простої кон'юнктури з таблиці 2 (третій стовпчик), то слід говорити про те, що вона безперервно змінюється, причому ця зміна нелінійна і здійснюється у бік зменшення показника Y_t . З цього можна зробити помилковий висновок про те, що стан економічної кон'юнктури даного ринку з часом постійно погіршується. Очевидно, що це не так. Показник Y_t має стабільну динаміку, і вона не зазнає змін в часі, отже, не зазнає змін і динаміка економічної кон'юнктури.

У якому випадку даний підхід характеризуватиме стабільність стану економічної кон'юнктури? Для того, щоб отримати відповідь на це питання, здійснимо деякі елементарні математичні дії. Стабільність простої кон'юнктури по Н.Д.Кондратьєву вимагає виконання рівності:

$$\frac{Y_t}{Y_{t-1}} = const = a \quad (3)$$

Звідки легко показати, що ця рівність виконується тільки у тому випадку, коли показник Y_t змінюється в часі нелінійно відповідно до рівності:

$$Y_t = Y_0 a^t \quad (4)$$

де a - деяка константа.

Якщо Y_t змінюється нелінійно, але, наприклад, по іншому закону:

$$Y_t = Y_0 a^{\frac{1}{2}t} \quad (5)$$

то відношення Y_t/Y_{t-1} безперервно зменшуватиметься в часі, хоча зростання показника в часі, як легко переконатися, буде нелінійним і таким, що монотонно зростає. Тому при аналізі довготривалих тенденцій подібний підхід дослідження економічної кон'юнктури використовувати не можна. Він хороший тільки для аналізу короткострокових процесів.

Визначення і вивчення диференціальної кон'юнктури по М.Д.Кондратьєву в значній мірі є проблематичним. Як впливає з самої суті диференціальної кон'юнктури необхідно визначити ті галузі (або ринки) з якими «можливе і доцільне зіставлення», а це завдання дуже не просте. Ринки яких товарів можуть бути досліджені для визначення диференціальної економічної кон'юнктури: товарів-замінників або товарів, що ніяк не пов'язані товарною лінією? Ця проблема загострюється ще і тією обставиною, що в сучасній економіці всі галузі і ринки прямо або побічно взаємозв'язані один з одним, і кон'юнктура одного з них визначає кон'юнктуру іншого і впливає на неї. Тому в результаті порівняння можуть бути отримані малоінформативні результати, оскільки прийняті для порівняння показники можуть корелювати один з одним. До того ж диференціальна кон'юнктура, обчислена так само, мало що дає дослідникові. Дійсно, може трапитися так, що половина показників диференціальної кон'юнктури даного ринку, отримана порівняно з іншим ринком менше 100%, а інша половина - більше 100%. Добре, якщо перша і друга частини відображають різні показники, наприклад, перша - ефективність використання капіталу, а друга - ефективність використання трудових ресурсів. А що робити, якщо ці показники опинилися і в першій групі, і в другій, тобто частина цінових показників перевищує 100%, а інша частина цінових показників менше 100%? Ще одна проблема різко звужує можливості використання в науковій роботі і практиці дослідження кон'юнктури метод обчислення диференціальної кон'юнктури. Число показників будь-якої кон'юнктури налічує декілька десятків. Зібрати інформацію по ним не завжди

вдається в повному об'ємі. Якщо при цьому виникає завдання збору інформації по іншому ринку, то трудомісткість самої процедури істотно збільшується. Вказані складнощі і проблеми привели до того, що диференціальна кон'юнктура сьогодні практично не використовується ні в наукових дослідженнях, ні в повсякденній практичній діяльності господарюючих суб'єктів.

Лекція 3. Методичні основи дослідження економічної кон'юнктури

План:

1. Основні об'єкти кон'юнктурних досліджень.
2. Методи дослідження кон'юнктури ринку.
3. Показники та інформаційне забезпечення кон'юнктурних досліджень.

1. Основні об'єкти кон'юнктурних досліджень.

Результати кон'юнктурних досліджень можуть бути використані для різних цілей, таких як складання економічних і технічних прогнозів, визначення перспектив напряму наукових досліджень, складання бізнес-планів. В даний час з'являються великі можливості швидкого і якісного дослідження кон'юнктури. В даний час завдяки новим інформаційним системам і комп'ютерним технологіям стає можливим точне і швидко отримання всієї необхідної інформації для дослідження кон'юнктури, що підвищує якість прогнозів і ухвалення економічно ефективних рішень.

Завдання кон'юнктурних досліджень полягає у визначенні ступеня дії окремих чинників на формування кон'юнктури в певний момент часу. Вирішити таку задачу можливо, якщо вести дослідження кон'юнктури з урахуванням нових явищ, що виникають у сфері виробництва. Для того, щоб представляти ситуацію, що відбувається на ринку, недостатньо знати зміни цін, біржових індексів, рух запасів і коливання інших показників. Дослідження ринкової кон'юнктури вимагає знань закономірностей розвитку економіки, взаємодій ринків у відтворювальному процесі.

Виділяються три рівні дослідження кон'юнктури :

✓ **загальногосподарський** - показує стан світового господарства або господарства окремої країни, групи країн, що складаються під впливом кон'юнктуроутворюючих чинників. Включає наступні аспекти: (1) економічний потенціал господарства і його елементи (природні, виробничі, трудові, фінансові ресурси., науково-освітній і інфраструктурний потенціал; (2) інституційну структуру господарства (включає фірмову структуру, масштаби концентрації, спеціалізації виробництва і збуту, організаційні форми державного регулювання економіки); (3) систему регіональних ринків і її структуру (характеристики товарів, що реалізуються, чинники, що впливають на формування регіональних ринків, рівень економічного розвитку, розподіл доходів між господарюючими суб'єктами і населенням, співвідношення цін на конкуруючі товари, накопичення товарних запасів і др.); (4) співвідношення попиту і пропозиції з урахуванням ступеня використання матеріальних, фінансових, трудових ресурсів; комерційні і фінансові умови реалізації товарів.

✓ **галузевий** - показує положення галузі в контексті національного або світового господарства;

✓ **окремого товару** - показує положення окремого товару в масштабі світового, національного або регіонального ринку.

Одним з головних понять дослідження кон'юнктури є вивчення змін в динаміці і співвідношенні цін. Необхідно встановити причини, що викликали зрушення в рівні або структурі ціни. Так само необхідний аналіз змін технології виробництва, умов споживання товарів, врахування змін в оптовій і роздрібній торгівлі. Дослідження цих змін допомагають краще зрозуміти напрями руху цін.

На ціни і витрати виробництва товарів впливає ряд різних чинників. Оцінка цієї дії, тобто врахування змін, що відбуваються в рівні цін, проводиться шляхом аналізу відповідних показників, визначальну динаміку і рівень цін різних товарів. Після того, як отримано уявлення про напрям розвитку економіки в цілому, слід переходити до дослідження розвитку тих галузей економіки, які є головними споживачами на даному ринку. В результаті досліджень змін в об'ємі і структурі споживання складається оцінка розвитку виробництва товару, кон'юнктура ринку якого вивчається. Аналіз розвитку споживання і виробництва дозволяє зробити висновки про зміну в співвідношенні між попитом і пропозицією, визначити можливу ємкість ринку і майбутній рівень цін.

2. Методи дослідження кон'юнктури ринку

Під методом розуміють систему розпоряджень, рекомендацій, застережень, зразків і тому подібне, що дозволяють зробити певні висновки. Метод охоплює засоби і способи, необхідні для досягнення поставленої мети. Процес реалізації на практиці будь-якого методу вимагає розробки певної послідовності застосування його елементів. Цей процес отримав назву методики. Якщо бути строгішим, то методика є поняттям, яким позначається сукупність технічних прийомів, пов'язаних з даним методом, включаючи часткові операції, їх послідовність і взаємозв'язок, застосування яких приводить до отримання шуканого результату.

Економічна кон'юнктура є складною системою, дослідження якої базується на використанні ряду основоположних принципів. Найважливішим з них є **принцип системності**, що передбачає використання як одного з основних методів дослідження метод системного аналізу. Аналіз - це дослідницький метод, що полягає в тому, що об'єкт дослідження, що розглядається як система, в думках або практично розчленовується на складові елементи для вивчення кожного з них окремо і виявлення їх ролі і місця в системі, виявлення таким чином структури і властивостей системи.

Одним з найчастіше використовуваних методів аналізу є *процедура впорядкування елементів системи*, що вивчаються, за якою-небудь ознакою. При цьому використовують такі поняття, як групування, типологізація і класифікація. Групування і класифікація – це елементарні процедури впорядкування, що є у розпорядженні дослідника даних. За допомогою групування і класифікації здійснюється певною мірою агрегація даних, оскільки розширюються області подібності і встановлюються нові межі відмінностей в масі емпіричних даних.

Ця процедура передує подальшому аналізу даних. По суті, вони є однією і тією ж процедурою впорядкування даних на одному і тому ж рівні узагальнення. Їх відмінність полягає тільки в тому, що при групуванні виходять групи даних, а при класифікації – класи. Само слово «клас» може бути перекладене з латинського на російський як «розряд, група», тому дуже часто ці два поняття використовуються як синоніми. В той же час, групування є операцією нижчого рівня узагальнення. Як правило, при цьому використовується тільки один індикативний показник. При класифікації може використовуватися більш за один індикативний показник, тому класи є однією з вищих таксономічних категорій. Отже, з позицій ієрархічного взаємозв'язку класи є вищим рівнем узагальнення, ніж групи.

Типологізація – складний процес, який спирається на ті ж процедури, але передбачає вищий рівень узагальнення, підставою якого виступають не поєднання

індикативних ознак, а поняття, які визначають ці індикативні ознаки. Таким чином, типологізація є стратегією аналізу, що застосовується на більш високому рівні. Тип є узагальненням класів.

Розрізняють два види групування – просте і перехресне. **Просте угрупування** є класифікацією, що впорядкує дані за однією ознакою. Об'єднання даних при цьому здійснюється відповідно до ознаки класифікації, яка в явному вигляді відображає головний зміст дослідницької гіпотези. Квантифікування (тобто виміряні дані) групує показники в ранжируванні ряди по мірі зростання (або зниження) індикативної ознаки. Якісні дані, що відрізняються один від одного не величиною виміряного індикативного показника, а атрибутом, що міститься в них, групуються за правилом наявності або відсутності даного атрибуту.

Перехресне угрупування є складнішою процедурою впорядкування. При цьому відбувається об'єднання даних, які були заздалегідь впорядковані по двох індикативних ознаках. Ця процедура виконується з метою виявлення певної залежності між вказаними ознаками. Перехресне групування проводиться за допомогою таблиці, в якій вказуються ознаки, що сполучаються, і загальна чисельність включених в групування об'єктів.

Типологізація – це метод пошуку стійких поєднань індикативних властивостей об'єктів, що розглядаються відповідно до висловленої гіпотези на основі аналізу декількох індикативних ознак. Цими індикативними ознаками можуть бути і певні критерії типологізації, властивості деякого ідеального об'єкту, порівняння з якими і дозволяє здійснити типологізацію. Тут виділяють два види типологізації – **емпіричну і теоретичну**. **Емпірична типологізація** заснована на обробці емпіричних даних, за допомогою чого виявляються однотипні стійкі ознаки, що дозволяють об'єднати дані в якусь групу. Теоретична типологізація веде до пояснення, сформульованого в гіпотезах, що впливають з даної теорії. Типологізація є найважливішим і обов'язковим інструментом наукового пізнання. Вона дозволяє вивчати складне явище, виділяючи з нього найбільш характерні ознаки і досліджуючи кожен з ознак ізольовано, окремо від інших ознак. В результаті цього процедура дослідження значно спрощується.

3. Показники та інформаційне забезпечення кон'юнктурних досліджень

Методи дослідження кон'юнктури будь-якого товарного ринку, господарства або галузі розробляються на основі показників, які можуть допомогти у визначенні напряму розвитку виробництва, торгівлі і фінансів в майбутньому. При цих дослідженнях проводиться оцінка співвідношення пропозиції і попиту за необхідний відрізок часу, вивчення коливань цін, продажу товарів і послуг, товарних запасів, оцінка стійкості розвитку ринку.

При вивченні кон'юнктури ринків необхідно розглядати показники, які можуть дати кількісну оцінку різним змінам, які відбуваються в економіці досліджуваної галузі.

Кількісний стан кон'юнктури може бути оцінено за допомогою наступних груп показників :

✓ вимірюється об'єм і динаміка виробництва в цілому, розмір інвестицій, рівень зайнятості, розміри заробітної плати, дані про замовлення. Це так звані показники сфери виробництва.

✓ платоспроможний попит, розміри реалізації товарів в кредит, дані про роздрібну і оптову торгівлю (перечислене відноситься до показників внутрішньорегіональної торгівлі).

✓ об'єми, динаміка, географічний розподіл міжрегіональних зв'язків, об'єми імпорту і експорту, об'єми вантажоперевезень (дана група показників відноситься до групи міжрегіональних і зовнішньоекономічних зв'язків).

✓ кредитно-грошове забезпечення. До цієї групи оцінки відносяться курси акцій і інших цінних паперів, процентні ставки, розміри банківських депозитів, валютні курси.

Кон'юнктурні показники товарного ринку:

- виробництво товарів в асортименті;
- оновлення товарного асортименту;
- забезпеченість матеріалами, сировиною, виробничими потужностями;
- запаси товарів в асортименті (зокрема на підприємстві, в торгових організаціях);
- забракування товарів і рекламації (перелік товарів обмеженого і підвищеного попиту);
- продаж товарів в асортименті (зокрема оптова, роздрібна, фірмова);
- зміна частки ринку, що займає підприємство;
- зміна частки ринку, що займають конкуренти;
- виконання заявок на постачання товарів;
- зміни в попиті споживачів;
- величина незадоволеного попиту в розгорненому асортименті;
- динаміка цін;
- продаж товарів по понижених цінах (зокрема зниження ціни, сезонний розпродаж і ін.).

Успіх кон'юнктурних досліджень залежить від швидкості отримання об'єктивної і повної інформації про причини, характер і розмір коливань відповідності попиту і пропозиції на різних ринках. Головні вимоги до інформації – оперативність і показність. Інформація складається з трьох етапів :

- ✓ визначення круга показників;
- ✓ розробка схеми передачі інформації в часі і просторі;
- ✓ об'єм і форма представлення інформації.

При вивченні кон'юнктури ринку ведуться систематичні спостереження за всіма економічними показниками, зміна яких показує зрушення в співвідношенні попиту і пропозиції, а також дозволяє аналізувати причини цих змін. Після переробки інформації складається аналітичний документ, який називається кон'юнктурним оглядом.

Таблиця 1

Інформація, необхідна для вивчення кон'юнктури ринку

Загальна інформація	Комерційна інформація	Спеціальна інформація
Дані державної і галузевої статистики, офіційні форми обліку і контролю, що характеризують	✓ Дані підприємства по питаннях <u>збуту продукції і надходжень</u> від партнерів. ✓ Заявки і замовлення	Дані, отримані в результаті <u>опитів населення, покупців, фахівців торгівлі і промисловості, експертів,</u>

<p><i>ринкову ситуацію в цілому, в ув'язці з розвитком галузі або даного виробництва</i></p>	<p><i>торгових організацій, ✓ Матеріали служб вивчення ринку підприємств, пропозиції по <u>поточній заміні асортименту</u>, ✓ Матеріали <u>про рух товарів</u> в оптових і роздрібних організаціях.</i></p>	<p>виставок-продажів, матеріали науково-дослідних організацій.</p>
--	---	--

Види представлення результатів дослідження кон'юнктури ринку:

1. *Звідний огляд, або доповідь.* Основний документ з узагальнюючими показниками ринку, товарів народного споживання. Аналізується динаміка загальноекономічних і галузевих показників, особливі умови кон'юнктури. Проводиться ретроспектива і дається прогноз показників кон'юнктури, освітлюють найбільш характерні тенденції, виявляються взаємозв'язки кон'юнктури окремих товарних ринків.

2. *Тематичний (проблемний або товарний) огляд кон'юнктури.* Документи, що відображають специфіку конкретної ситуації або окремого товарного ринку. Виявляються найбільш актуальні проблеми, типові для ряду товарів, або проблема конкретного товарного ринку.

3. *Оперативна (сигнальна) кон'юнктура інформація.* Документ, що містить оперативну інформацію, яка є свого роду «сигналом», про окремі процеси кон'юнктури ринку. Основними джерелами оперативної інформації є дані торгових кореспондентів, опитів населення, експертні оцінки фахівців.

Лекція 4. Теорія циклів економічної кон'юнктури

План

1. Класифікаційні ознаки видів кон'юнктури ринку.
2. Групування циклів економічної кон'юнктури.
3. Рівноважний стан ринку і теорія «довгих хвиль».

1. Класифікаційні ознаки видів кон'юнктури ринку.

Виділення двох видів кон'юнктури так, як це зробив М.Д.Кондратьєв, виявилось малопродуктивним. Тому учені запропонували інші класифікаційні ознаки, що дозволяють виділити відносно самостійні види кон'юнктури. Як перша класифікуюча ознака використовують рівень масштабу ринку. За цією ознакою виділяють:

- ✓ світову кон'юнктуру,
- ✓ міжнаціональну кон'юнктуру (наприклад, кон'юнктуру європейського ринку або країн СНД),
- ✓ національну кон'юнктуру,
- ✓ регіональну кон'юнктуру,
- ✓ кон'юнктуру місцевих ринків.

Іншою класифікуючою ознакою є ознака охоплюваного товарного ряду. Відповідно до цієї ознаки виділяють (1) загальногосподарську кон'юнктуру і (2) кон'юнктуру товарних ринків. Загальногосподарська кон'юнктура - це система, що є сукупністю кон'юнктури товарних ринків з безліччю відносин між ними. Проте ці частини існують лише через існування цілого. Тому властивості загальногосподарської кон'юнктури не можна вважати арифметичною сумою властивостей складових її товарної кон'юнктури. Об'єднання кон'юнктури товарних ринків як елементів загальногосподарської кон'юнктури, як системи, додає останньою нові якості, яких немає у складових її товарної кон'юнктури. У цьому виявляється одна з системних властивостей економічної кон'юнктури - емерджентність.

Кон'юнктура товарного ринку певної галузі як елемент загальногосподарської кон'юнктури характеризується як специфічними, так і загальними рисами, властивими загальногосподарській кон'юнктурі. Дослідження загальногосподарської кон'юнктури представляє інтерес з позицій державного управління економікою, а також з позицій інвестиційного бізнесу, оскільки стан загальногосподарської кон'юнктури є одним з найважливіших показників інвестиційного клімату. Товарна кон'юнктура вивчається підприємницькими структурами, які працюють на даних ринках або збираються вийти на ринок.

Розглядаючи генезис кон'юнктури в економіці, М.Д.Кондратьєв показав, що поняття «кон'юнктура» є похідним від поняття економічної динаміки. Дійсно, з позицій статичного підходу економічна кон'юнктура є деякою стійкою ситуацією, що склалася, на ринку, відхилення від якої викликані дією різних випадкових сил і чинників. Тому, відповідно до статичного підходу, при дослідженні кон'юнктури будь-якого ринку необхідно визначити ситуацію на ринку, оцінити її певним чином і стежити за відхиленнями від стану стійкої рівноваги.

З позицій динамічного підходу економічна кон'юнктура є результатом складної взаємодії безлічі чинників і сил, що знаходяться в стані безперервного розвитку. А раз це так, то дослідження економічної кон'юнктури є складним завданням, для якого статичний стан є лише тимчасове, скороминуще положення.

Предметом дослідження в цьому випадку є саме динаміка економічної кон'юнктури, яка є складним процесом чергувань рівноважних і нерівноважних станів.

Історичний огляд. Адам Сміт однозначно стоїть на позиціях динамічного підходу, але статичний підхід в його роботах ще займає важливі позиції. Так, наприклад, ретельно аналізуючи суть ціни і процесу її формування на ринках, він відзначає, що природна ціна є як би центральною ціною, до якої постійно прагнуть ціни всіх товарів. Різні випадкові обставини можуть іноді тримати ці ціни багато вище за її рівень, а іноді збивати їх нижче за неї. Але які б не були перешкоди, що відводять ціни від цього центру спокою і постійності, ті безперервно до нього прагнуть. Тобто ціна на ринку, як один з показників стану кон'юнктури, є тією статичною величиною, відхилення від якої носять випадковий характер, оскільки викликані дією безліччю випадкових чинників. Адам Сміт показав складний економічний механізм в його взаємозв'язках і динаміці. Так, на його думку, сама природна ціна змінюється разом з природними нормами кожній з її складових частин – заробітної плати, прибутку і ренти. В кожному суспільстві ці норми змінюються залежно від його загальних умов, залежно від його багатства або бідності, його прогресу, застою або занепаду. Сміт розглядає кон'юнктуру ринків з позицій динамічного підходу. При цьому він указує на складний характер причинно-наслідкових зв'язків, що визначають стан кон'юнктури, частина з яких взагалі неможливо виявити і спрогнозувати. Він указував, що крім випадкових причин, що впливають на ціни, є причини, що змінюють перебування суспільства на різних стадіях його розвитку.

На зміну гіпотезі про рівноважний характер розвитку капіталістичної ринкової економіки Харрод протиставив моделі нерівноважної динаміки. У цих моделях закладені механізми, що пояснюють відхилення від рівноважного розвитку і цикли кон'юнктури.

Е.Хансен є автором кейнсіанської концепції циклу економічної кон'юнктури. Він узагальнив роботи учених, присвячені циклам економічної кон'юнктури, і підтвердив на прикладі багатого статистичного матеріалу по розвитку економіки США наявність чотирьох типів циклічних коливань:

1) «малі цикли», тривалістю від 2 до 9 років, важливу роль в розгортанні якого слід «відвести руху товароматеріальних запасів»

2) «великі цикли», тривалістю від 6 до 13 років, основною причиною яких є коливальний характер «інвестицій в основний капітал, включаючи будівлі, споруди, устаткування і житлове будівництво»

3) «будівельні цикли», тривалістю від 17 до 18 років, оскільки «будівництву значною мірою властива хвилеподібна форма руху, і це хвилеподібний рух здійснюється набагато довше, ніж рух великого економічного циклу»

4) «вікові довгі хвилі», «переплетення трьох рушійних чинників, що є результатом, а саме: технічних нововведень, освоєння нових територій і зростання чисельності населення»

Теорія циклів Хансена по суті своїй є інвестиційною теорією, адже саме нерівномірність капіталовкладень в товароматеріальні запаси, основний капітал, будівництво і інновації породжує, на його думку, циклічний характер загальногосподарської кон'юнктури. Економіка другої половини ХХ століття показала обмеженість некейнсіанського підходу до дослідження економічної кон'юнктури і, зокрема, виключно інвестиційного характеру циклічного розвитку кон'юнктури.

Концепція циклів стала важливою частиною теорії економічної динаміки. Основний зміст економічних досліджень другої половини ХХ в. концентрувався на проблемах невизначеності, випадковості і ризиків, проте у вузьких рамках рівноважного аналізу ця концепція не могла знайти належного застосування. Її внесок тут обмежився перекладом теорій, що існували раніше, мовою теорії ймовірності. На ділі випадковим чинникам надавалося довгострокове значення, оскільки їх очікуване значення у будь-який момент часу рівне нулю, і вони не в змозі активно впливати на динаміку показників, що вивчаються. В рамках теорій рівноважної динаміки випадкові чинники виносилися за дужки процесу, що вивчався, як таке, що заважає розкрити дійсні закономірності розвитку. Тільки у прогнозуванні і теорії прийняття рішень концепція невизначеності була використана для вирішення практичних завдань. Ця концепція розповсюдилася і на інші економічні завдання, внаслідок чого світова економічна думка вступила в ХХІ століття, спираючись на елементи концепції нерівноважної динаміки, відповідно до якої економічна рівновага є результатом такої взаємодії безлічі чинників, яка приводить до стану рівноваги лише на той проміжок часу, який визначається інерційністю динаміки економічної системи. В період рівноважного стану усередині системи виникають нові чинники, розвиток яких через деякий проміжок часу виводить систему із стану рівноваги, додаючи їй динаміці нелінійний характер. Ці чинники мають найрізноманітнішу природу, найважливішим з яких є науково-технічний прогрес.

2. Групування циклів економічної кон'юнктури

У наукові дослідження теорія циклів увійшла лише в кінці ХІХ – початку ХХ століття, коли циклічний характер розвитку природи, суспільства і економіки став предметом ретельного вивчення учених.

Можна погодитися з думкою про те, що ХХ століття пройшло під прапором теорії циклів – як затверджується в американському науковому журналі «Цикли» з 1940 року було виявлено і описано більше 5000 різного роду циклів, починаючи від життєвих циклів простих організмів і закінчуючи космічними циклами. Розуміння суті циклів пов'язане з досягненнями генетики, що розкриває внутрішні механізми збереження цілісності будь-якого організму і його адаптації до змін зовнішнього середовища в процесі розвитку. Соціогенетика, що вивчає процеси спадковості, адаптації і відбору в розвитку соціальних систем, до класу яких відноситься і економіка, розкрила внутрішній механізм циклічної динаміки. Він представляється сьогодні як система циклічних закономірностей, що визначають в процесі динаміки збереження і збагачення спадкового ядра системи (генотипу) за допомогою його адаптації під час переходу системи в якісно інший стан або заміну генотипу при зміні системи даного рівня на систему більш високого рівня.

Теорія циклів породила ряд нових теорій, таких як теорію катастроф, теорію криз, теорію хаосу і тому подібне, які вивчають окремі етапи циклічного розвитку систем. В даний час загальна теорія циклів є сукупністю теорій циклів приватних галузей знань, таких як теорія демографічних циклів, теорія біологічних циклів, теорія економічних циклів, теорія історичних циклів і тому подібне. Теорія циклів, описуючи загальні характеристики і закони циклічного розвитку систем, надає теоріям циклів приватних галузей знань інструмент дослідження, який доповнюється і збагачується інструментарієм цих галузей. Тому разом з найбільш загальними принципами і

підходами дослідження циклічного характеру розвитку систем, кожна приватна теорія циклів володіє власними відмінними рисами. Теорія економічних циклів в цьому ряду історично займає одне з перших місць, оскільки вона формувалася як одна з перших теорій циклів. Ця обставина привела до того, що теорія економічних циклів сьогодні представляється однією з найбільш розвинених теорій.

Історично першими дослідженню економістів піддалися так звані «торгові кризи», які були характерними для другої половини XVIII в. і першої половини XIX в., особливо в Англії і Америці. У торгівлі на зміну періодам підйому і поживлення з дивовижною періодичністю приходили кризи. Для тієї епохи був характерний торговий тип підприємництва, тому економісти і звертали свою увагу на торгові цикли і торгові кризи, що починалися в 1753, 1763, 1773, 1783, 1797, 1810, 1815, 1825 і інших роках. Легко побачити, що середня тривалість цих торгових циклів складає період в десять років. В той же час уявлення про регулярність настання криз і циклічності цих процесів пришли лише на початку XIX століття. До середини цього століття поняття «криза» і «циклічність» стають вже практично повсюдними. В кінці XIX – початку XX століття економісти виділили і описали: (1) торгові цикли; (2) сільськогосподарські цикли; (3) промислові цикли; (4) кредитні цикли; (5) цикли доходів населення; (6) цикли заощадження і інвестування і деякі інші.

Сучасна економічна наука пропонує декілька класифікаційних ознак для угруповання типів циклів:

- ✓ - по сфері дії;
- ✓ - по тривалості;
- ✓ - по рівню дії.

За першою ознакою можна виділити декілька можливих підгруп залежно від того, що саме виступає як класифікуючий критерій. Якщо таким виступає, наприклад *сфера діяльності людини*, то виділяють галузеві цикли, такі як сільськогосподарські цикли, цикли паливно-енергетичного комплексу, цикли машинобудування і т.п.

Якщо класифікуючим критерієм вибраний критерій *економічних відносин*, то при цьому можна виділити: (1) цикли кон'юнктури ринків; (2) цикли споживчих переваг і попиту; (3) цикли продуктивних сил; (4) цикли у фінансово-кредитній сфері, зокрема грошові і кредитні цикли; (5) цикли відносин власності.

По тривалості виділяють цикли: (1) короткострокові; (2) середньострокові; (3) довгострокові; (4) далекотермінові.

Іноді в цю класифікацію включають цикли сезонні, річні, вікові, тисячолітні. Іноді включають Кондратьєвські цикли. Таке включення не є вірним, оскільки це порушує принцип класифікації – між групами, що виділяються, з'являються загальні області дії, що не допустимо в класифікації. Наприклад, сезонні цикли, які мають явну прихильність до погодних циклів і чітко обмежений термін дії, можуть бути як короткостроковими, так і середньостроковими для різних економічних об'єктів. Так, для приватних підприємців, що реалізують пиво в літній сезон в тимчасових павільйонах, цей цикл є довгостроковим, оскільки за цей цикл повністю здійснюється процес початку-завершення роботи і багато підприємців після сезону на цей ринок не повернуться. А для виробників пива сезонні цикли є середньостроковими, оскільки результати сезонного циклу позначаються на перспективах роботи виробників в наступних сезонах. Також не слід відносити до цього типу класифікації

Кондратьєвські цикли. Вони відносяться до циклів кон'юнктури певного рівня ієрархії, певної тривалості і викликані відомим набором причин.

По *рівню дії* виділяють цикли: (1) мікрорівня; (2) мезорівня; (3) макрорівня; (3) глобальні.

До циклів мікрорівня можна віднести цикли, характерні для підприємства, окремого продукту або товарної лінії. До циклів мезорівня відносяться економічні цикли муніципального і регіонального рівнів. До макрорівня відносяться процеси, що протікають на міжрегіональних, галузевих і міжгалузевих, національних рівнях. Глобальні цикли відносять до циклів груп країн, континентів і світових процесів.

3. Рівноважний стан ринку і теорія «довгих хвиль»

Згідно Кондратьєву існує три види рівноважних станів ринку:

1) Рівновага "першого порядку" - між звичайним ринковим попитом і пропозицією. Відхилення від нього народжують короткострокові коливання періодом 3-3,5 року, тобто цикли в товарних запасах.

2) Рівновага "другого порядку", що досягається в процесі формування цін виробництва шляхом міжгалузевого переливу капіталу, що вкладається головним чином в устаткування. Відхилення від цієї рівноваги і його відновлення Кондратьєв пов'язує з циклами середньої тривалості.

3) Рівновага "третього порядку" стосується "основних матеріальних благ": промислових будівель, інфраструктурних споруд, а також кваліфікованої робочої сили, обслуговуючої даний технічний (технологічний) спосіб виробництва. Запас основних капітальних благ повинен знаходитися в рівновазі зі всіма чинниками, що визначають існуючий технічний спосіб виробництва, з галузевою структурою виробництва, що склалася, існуючою сировинною базою і джерелами енергії, цінами, зайнятістю і суспільними інститутами, станом кредитно-грошової системи і т.п.

Періодично ця рівновага також порушується і виникає необхідність у створенні нового запасу «основних капітальних благ», які б відповідали новому технічному способу виробництва, що формується. По Кондратьєву таке оновлення «основних капітальних благ», що відображає рух науково-технічного прогресу, відбувається не плавно, а поштовхами і є матеріальною основою великих циклів кон'юнктури. Оновлення і розширення «основних капітальних благ», що відбувається під час підвищувальної фази довгого циклу радикально змінюють і перерозподіляють продуктивні сили суспільства. Для цього потрібні величезні ресурси в натуральній і грошовій формі. Вони можуть існувати тільки в тому випадку, якщо були накопичені в попередній фазі, коли зберігалось більше, ніж інвестувалося. У фазі підйому постійне зростання цін і заробітної плати породжувало у населення тенденцію більше витратити, в період спаду, навпаки падають ціни і заробітна плата. Перше веде до прагнення зберігати, а друге - до зниження купівельної спроможності. Акумуляція засобів відбувається також за рахунок падіння об'ємів інвестування в період загального спаду, коли прибутки стають низькими і зростає ризик банкрутства.

Існують і інші теорії, що пояснюють наявність довгих хвиль: (1) інноваційна теорія; (2) теорія перенакопичення в капітальному секторі; (3) теорії робочої сили; (4) цінові теорії; (5) інтеграційна теорія; (6) теорія військових циклів і (7) соціологічна теорія.

Циклічність є однією з найважливіших форм руху економіки. Траєкторія циклічного руху характеризується послідовною зміною п'яти фаз:

- нульова фаза, визначується періодом формування сил, дія яких послужить руху циклу;

- початкова фаза, коли сили, що здійснює циклічний розвиток, починають долати опір друг сил і нарощувати потужність своєї дії;

- фаза зрілості, коли характеристики процесу знаходяться у фазі максимуму; рушійним силам, процес не здійснює опору і вони діють з максимальною віддачею; протидіючі сили тільки формуються і не роблять впливу на процес;

- фаза спаду, коли рушійні сили зустрічають все зростаючу протидію з боку протидіючих сил, які зростають;

- фаза завершення циклу, коли потужність рушійних сил вичерпалася, і вплив протидіючих сил повністю компенсує рух.

Як легко переконатися, між циклами, що змінюють один одного, немає перерви. Кожен наступний цикл зароджується в ході існування попереднього циклу. Сили, сприяючі становленню нового циклу в нульовій фазі, починають формуватися, коли рушійні сили розвитку попереднього циклу ще не вичерпалися. Фаза завершення одного циклу по суті є кризою процесу.

Зміна діючого циклу на новий цикл може носити *еволюційний і революційний характер*. Під еволюційним характером виходу з кризи в процесі циклічного розвитку, розуміється поступова поява нового циклу розвитку, що спирається на кількісні і якісні досягнення попереднього циклу. Під революційним характером виходу з кризи в процесі циклічного розвитку, розуміється інтенсивний розвиток нового циклу з руйнуванням або ігноруванням результатів розвитку попереднього циклу.

З урахуванням того, що економіка є складною системою, що складається з безлічі взаємозв'язаних елементів, циклічний розвиток будь-якого з економічних процесів не здійснюється ізольовано. На нього роблять вплив різні цикли, тому результуюча його руху носить складний характер, циклічність якого виявляється дуже не просто виявити і виміряти. Так, наприклад, економічний цикл загальногосподарської кон'юнктури включає цикли зайнятості, об'ємів виробництва і цін. Ці складові загального циклу мають різний період циклічного розвитку, різну амплітуду. В той же час між ними є взаємозв'язок, і їх коливання через цей взаємозв'язок здійснюються більш менш погоджено залежно від стану різних чинників, у тому числі і чинників неекономічної природи. У певні моменти часу амплітуди цих різноманітних циклів співпадають, що приводить або до істотного зростання всіх показників (у разі, коли цикли знаходяться у фазі зрілості) і найбільшого сприяння в стані кон'юнктури ринків, або (у разі, коли цикл переходить у фазу спаду) до системної кризи. З урахуванням того, що в загальній динаміці економічних показників вичленувати складові її циклу практично неможливо, настання криз достатньо складно передбачити.

Оскільки кон'юнктура ринків є результатом дії безлічі різних чинників, ряд з яких має циклічний характер динаміки, динаміка кон'юнктури також має циклічний характер. Проте циклічність динаміки кон'юнктури носить дуже складний характер,

виявлення якого вимагає особливого підходу і використання різноманітного інструментарію досліджень.

Достатньо в зв'язку з цим сказати про те, що Н.Д.Кондратьєв, виявляючи довгі цикли кон'юнктури, використовував методи економетрії. Для цього наявний ряд статистичних даних різних показників кон'юнктури він апроксимував трендами різної форми (найчастіше – лінійними трендами), а потім досліджував характер відхилень від цих трендів. Саме відхилення від трендів носили циклічний характер, а це, на думку Н.Д.Кондратьєва, свідчило про циклічний характер динаміки економічної кон'юнктури.

Лекція 5. Класифікаційні ознаки чинників економічної кон'юнктури

План:

1. Система класифікаційних ознак для групування чинників, що використовуються при дослідженнях кон'юнктури.
2. Загальна характеристика та особливості використання груп кон'юнктуруючих чинників.
3. Обробка кон'юнктуруючих чинників.

1. Система класифікаційних ознак для групування чинників, що використовуються при дослідженнях кон'юнктури

Для випадку вивчення економічної кон'юнктури найчастіше використовують методи класифікації, що дозволяють виділити окремі класи кон'юнктуруючих чинників і показників, що володіють загальними властивостями. Це дозволяє ретельніше вивчити властивості і особливості виділених класів чинників, вивчити їх вплив на кон'юнктуру в цілому.

У загальному випадку використовуються наступні класифікаційні ознаки для виділення груп кон'юнктуруючих чинників і показників кон'юнктури:

1. зв'язок з економічним циклом відтворення;
2. тривалість дії;
3. належність до об'єкту, що вивчається;
4. належність до різних сторін ринкового механізму;
5. передбачуваність;
6. керованість;
7. спрямованість дій;
8. тіснота зв'язку;
9. природа походження;
10. характер інформації;
11. однорідність динаміки.

Іноді зустрічаються інші ознаки класифікації, використання яких дозволяє вирішити оригінальну задачу дослідження економічної кон'юнктури.

Варто зауважити, що ці класифікаційні ознаки не є альтернативними один до одного, а дають можливість охарактеризувати економічну кон'юнктуру з різних позицій. Приведені класифікаційні ознаки представити як «погляд» на ту чи іншу грань складного «багатогранника», яким і є кон'юнктура. Очевидно, що вище приведено не всі можливі «грані», а лише ті з них, які найбільш цінні при дослідженні економічної кон'юнктури і є доступними для сучасних дослідників.

2. Загальна характеристика та особливості використання груп кон'юнктуруючих чинників

1. По зв'язку з економічним циклом відтворення виділяють: 1) циклічні фактори; 2) не циклічні фактори. Сама кон'юнктура є результатом циклічного і нециклічного розвитку різних факторів. Тому знання про характер циклічності динаміки фактора дозволяє застосовувати для його дослідження теорію циклів і тим самим значно зпростити процес аналізу кон'юнктури. При цьому вдається прослікувати за причиною циклічного розвитку кон'юнктури загалом і спрогнозувати характер хвилеподібного руху кон'юнктури по циклічному характеру динаміки факторів, що її визначають.

2. Наступною класифікаційною ознакою є *тривалість дії*, у відповідності з якою виділяють: 1) фактори короткострокової дії, 2) фактори середньострокової дії, 3) фактори довгострокової дії, 4) фактори дальньостроковій дії. Не зважаючи на простоту інтепретації даної ознаки, його застосування все ж таки не дуже просто. Складність полягає в тому, що горизонти тривалості дії чинників кожною з вказаних груп є невизначеними. Дійсно, дальність кожного терміну відносна. Одна доба з позицій економіки країни - це вкрай малий, незначний термін. Одна доба з позицій ринкового торговця свіжою рибою - це істотний термін. Зрозуміло, що віднести кожен термін до того або іншого випадку економічної кон'юнктури можна, лише співвідносячи цей термін з періодом інерційності економічної кон'юнктури, що вивчається. Під *інерційністю будь-якого економічного об'єкту* слід розуміти властивість об'єкту, зазнаючи кількісні зміни під впливом зовнішніх чинників, трохи і поступово змінювати структуру, напрям і ступінь взаємозв'язку між елементами системи.

Термін, протягом якого зміни є незначними, визначається як *термін інерційності*. Легко переконатися в тому, що поняття періоду інерційності до цих пір ще не має чітких ознак формалізації - економістам все ще доводиться в даному випадку оперувати з експертними оцінками. Виходячи із знання періоду інерційності кон'юнктури, можна здійснювати віднесення чинників до того або іншого класу. При цьому слід користуватися наступними принципами. Якщо тривалість дії чинника значно менше періоду інерційності кон'юнктури і не перевищує однієї третини цього періоду, його слід віднести до чинником короткострокової дії. Якщо тривалість дії чинника складає величину від однієї третини до двох третіх періоду інерційності, цей чинник слід віднести до чинників середнього терміну дії. Якщо тривалість дії чинника складає величину від двох третіх до трьох других періоду інерційності, цей чинник слід віднести до чинників довгого терміну дії. Чинники, тривалість дії яких перевищує термін в три другі періоди інерційності, слід віднести до чинників дальнесрочного дії. Втім, можливо і інше визначення термінів дії чинників, також витікаюче з властивостей інерційності об'єкту – якщо дія чинника відбувається в проміжок часу, за який економічна кон'юнктура не зазнає істотних кількісних змін, – це чинник короткострокової дії. Якщо дія чинника відбувається в проміжок часу, за який економічна кон'юнктура зазнає кількісні зміни, але її структура не міняється – це чинник середньострокової дії. У тому випадку, коли в період дії чинника економічна кон'юнктура зазнає кількісні зміни і структурні зміни, перед нами чинник довгострокової дії. У тому випадку, коли тривалість дії чинника охоплює такий проміжок часу, при якому відбуваються істотні структурні зміни кон'юнктури, цей чинник можна віднести до чинників далекострокової дії. Виділення класів чинників і показників за цією ознакою, сприяє адекватному вибору інструменту дослідження динаміки кон'юнктури ринку і її прогнозування, оскільки методи прогнозування класифікуються по цих же ознаках.

3. За ознакою *належності до об'єкту*, що вивчається, кон'юнктурутворюючі чинники можуть бути представлені у вигляді двох великих груп:

- 1) ендогенні (внутрішні) чинники
- 2) екзогенні (зовнішні) чинники.

Виділяючи ендогенні і екзогенні групи чинників, можна визначити:

- сукупність чинників, що представляють «вхід» в модель (екзогенні чинники)

- чинники, що відображають внутрішню структуру економічної кон'юнктури, що вивчається, і визначальний вигляд і структуру моделі (ендогенні чинники)

- показники економічної кон'юнктури, що є своєрідним «виходом» з моделі.

Таким чином, класифікація чинників за ознакою належності до об'єкту, що вивчається, дозволяє вирішувати питання, пов'язані з розробкою структури моделей динаміки економічної кон'юнктури.

4. Інша класифікаційна ознака чинників економічної кон'юнктури, а саме **належність до різних сторін ринкового механізму**, дозволяє розкрити складну структуру причинно-наслідкових зв'язків стану економічної кон'юнктури. У найбільш загальному випадку чинники, що визначають стан економічної кон'юнктури, можуть відповідно до даної ознаки класифікації представляти чинники 1) виробників і 2) споживачів. Дійсно, економічна кон'юнктура може бути сприятлива для виробника і несприятлива для споживача. Вона може бути сприятлива і для виробника, і для споживача. Може вона бути і несприятливою для цих учасників ринку. В той же час слід відмітити, що існує ряд чинників, які є або нейтральними до учасників ринкових відносин, або ж однаковою мірою можуть бути віднесені до кожної з груп даних чинників. У будь-якому випадку з даної класифікації слід зробити висновок про те, що показники стану економічної кон'юнктури не можуть характеризувати цей стан взагалі. Вони повинні відображати стан економічної кон'юнктури як мінімум для двох учасників ринкових відносин з протилежними інтересами - продавця і покупця. Будь-які узагальнені індекси економічної кон'юнктури у зв'язку з цим є вельми і вельми умовними.

Дану класифікацію в окремих випадках доцільно розширити, оскільки учасниками ринкових відносин часто виступають не тільки виробники і споживачі, але і посередники.

5. Наступною ознакою можливої класифікації кон'юнктурутворюючих чинників є їх **передбачуваність**. Іноді зустрічаються спроби виділити за цією ознакою такі групи ознак як, наприклад, прогнозовані і непрогнозовані або передбачені і непередбачувані. Помилковість такого виділення очевидна - будь-яке явище в принципі прогнозується або передбачається. Інша справа, що такий прогноз може бути дуже неконкретним або мати якісний характер, наприклад: «слід чекати підвищення цього показника в найближчому майбутньому». Тому коректніше дану класифікаційну ознаку інтерпретувати саме з позицій інформаційної забезпеченості кожного чинника, а не результатів їх прогнозу.

З вказаної позиції можна виділити три можливі групи чинників: 1) **детерміновані** (визначені), 2) **стохастичні** (імовірнісні), 3) **невизначені**. Втім, можна запропонувати розширити спектр цих груп різними модифікаціями і доповненнями. Наприклад, використанням групи частково-невизначених чинників і т.п.

Зазначені особливості вказаних трьох груп полягають в наступному. Група детермінованих чинників повністю знімає невизначеність. Інформація про них повністю достовірна і не містить навіть помилок округлення. Динаміка такої групи чинників може бути легко проаналізована і передбачена із заданою точністю. Це - найпростіший для прогнозування випадок. Приклад такої детермінованої інформації: «за восьмим березня наступає дев'яте березня». Очевидно, що не залишає ніяких сумнівів в стовідсотковій точності і прогноз цього процесу, заснований на переробці тільки що приведеної детермінованої інформації: «за дев'ятим березня слідує десяте

березня». Очевидно, що в цьому випадку немає особливої потреби в зборі численних статистичних даних про цю групу чинників - головне визначити характеристики існуючого причинно-наслідкового зв'язку у вигляді функціональної залежності.

Стохастичні чинники є результатом прояву безлічі чинників випадкової природи. Як правило, ці чинники відображають інформацію, що має ймовірнісну природу. Вони можуть бути передбачені з тим або іншим ступенем вірогідності на основі статистичного аналізу початкових даних про них. При цьому виконується наступне правило: чим більше накопичено статистичних даних, тим точніше можна передбачити динаміку цієї групи чинників.

До групи невизначених чинників слід віднести ті з них, які невідомі дослідникові в тому ступені, щоб віднести їх до перших двох груп чинників і дати їм відповідну інтерпретацію. Невизначеність може бути викликана або незнанням того, що певна група чинників робить вплив на економічну кон'юнктуру, або незнанням того, що означають дані прояви групи невизначених чинників і як їх слід інтерпретувати. Саме наявність групи невизначених чинників вносить істотний елемент невизначеності в дослідження економічної кон'юнктури.

6. Класифікаційну ознаку **керованості чинників** економічної кон'юнктури визнають надзвичайно корисною представники служб маркетингу підприємств. Дійсно, відповідно до цієї ознаки можна виділити дві групи чинників: 1) **регульовані** (керовані, контрольовані), 2) **нерегульовані** (некеровані, неконтрольовані). Дана класифікація чинників дуже близька до класифікації за ознакою належності до об'єкту, що вивчається, який був розглянутий вище. Дійсно, на перший погляд можна представити ситуацію таким чином, що зовнішні чинники економічної кон'юнктури, як правило, некеровані, а внутрішні можуть бути схильні до регулювання в тому або іншому ступені. Проте - це дуже спрощена точка зору, яка є неприйнятною для вивчення суті економічної кон'юнктури. Узяти хоч би той безперечний факт, що одна частина внутрішніх чинників економічної кон'юнктури може бути віднесена до чинників продавця, а інша частина - до чинників покупця. Очевидно, що всі чинники продавця в загальному випадку не можуть регулюватися інтересами покупця і, навпаки, всі чинники покупця не схильні до впливу продавця.

7. Класифікаційну ознаку **спрямованості дії** передбачає поділ кон'юнктурутворюючих чинників на три групи: 1) **стимулюючі**, 2) **стримуючі**, 3) **нейтральні**. Використання цієї класифікації дає можливість визначити форму впливу кожного чинника, віднесеного до тієї або іншої групи, на результуючу ознаку (пряма пропорційність або зворотна і т.п.). Це знання дозволяє здійснювати дію, що управляє, на економічну кон'юнктуру ринку, наприклад, при здійсненні антициклічної державної дії на динаміку кон'юнктури.

8. Групування кон'юнктурутворюючих чинників за ознакою тісноти зв'язку дає можливість розбити чинники, що вивчаються, на дві групи: 1) що **безпосередньо впливають** (прямої дії), 2) що **побічно впливають**. Немає ніякого сумніву в тому, що практично всі кон'юнктурутворюючі чинники взаємопов'язані один з одним і тому, якщо їх вплив на стан економічної кон'юнктури не можна визнати прямим, то вони через дію на чинники прямої дії побічно впливають на кон'юнктуру. В той же час слід визнати наступну складність практичного використання даної класифікації. На будь-який кон'юнктурутворюючий чинник X_i робить вплив безліч чинників i , у тому числі і ті, які не включаються в число виділених кон'юнктурутворюючих. Їх,

відповідно до даної класифікації можна віднести до чинників, що побічно впливають на економічну кон'юнктуру. У свою чергу і ці чинники X_{ij} схильні до впливу безлічі інших чинників j . Чи означає це, що останню множину чинників X_{ij} необхідно також внести до сукупності побічно впливаючих чинників? Але ж і на кожен з цієї безлічі чинників X_{ij} у свою чергу впливає безліч інших чинників (у тому числі і показники самої кон'юнктури). Тому, визнаючи можливість класифікації кон'юнктурутворюючих чинників за ознакою тісноти зв'язку, слід все ж таки пам'ятати про її умовність.

9. Групування чинників *за ознакою природи походження* в цьому сенсі є значно коректнішим. Відповідно до цієї ознаки в прогностиці, наприклад, прийнята наступна класифікація:

- 1) науково-технічні
- 2) техніко-економічні
- 3) соціально-економічні
- 4) військово-політичні
- 5) державно-правові
- 6) природно-кліматичні.

До науково-технічних чинників слід віднести такі чинники, як стан галузевої і вузівської науки, рівень технології і нової техніки, умови і способи впровадження в практику науково-дослідного продукту і т.п.

До техніко-економічних чинників слід віднести ті з них, які характеризують виробництво або виробниче споживання – продуктивність машин і устаткування, продуктивність праці, собівартість і її окремі складові, енерго- і матеріаломісткість продукції, якість продукції і її об'єми та інші.

Чинники демографічного характеру, доходи споживачів, рівень зайнятості і структура зайнятості – ці і подібні ним чинники слід віднести до групи соціально-економічних чинників. До цієї ж групи слід віднести чинники національних особливостей, віросповідання, звичаїв і вдач.

Чинники, які формують групу військово-політичних, включають політичну ситуацію як в регіоні, так і за його межами, що впливає на кон'юнктуру; наявність військових конфліктів; військову доктрину і інші чинники даного роду. В окремих випадках чинники цієї групи є такими, що зумовлює стан кон'юнктури ринку. Наприклад, на світовому ринку валюти FOREX навіть політичні скандали впливають на курси валют, не говорячи вже про дуже тісну залежність цього ринку від військових конфліктів і криз в світовій політиці.

Що стосується чинників державно-правової природи, то до них слід віднести стан законодавчої бази і вплив окремих законів, що регламентують підприємницьку діяльність на даному ринку; відносини власності, встановлені законодавчими актами; захищеність бізнесу від дії кримінального сектору; ступінь і умови втручання держави в ринкові механізми і т.п..

Остання з груп чинників, така, що виділяється за ознакою природи походження - це група природно-кліматичних чинників. До них слід віднести чинники кліматичних і географічних умов, наявність сировинної бази, транспортних шляхів і ін. Дана класифікація демонструє дійсну складність структури економічної кон'юнктури - кожна конкретна економічна кон'юнктура містить набір чинників різної природи і

сукупність цих чинників різної природи для кожної економічної кон'юнктури така своєрідна, що практично ніколи не повторюється в кон'юнктурі інших ринків подібного або іншого рівня ієрархії.

Виділення груп чинників за ознакою природи походження при дослідженні кон'юнктури дозволяє врахувати один з найважливіших принципів наукового дослідження об'єктів – принцип природної специфічності, який полягає у вимозі врахування і використання при дослідженні об'єкту його специфічних властивостей, що відрізняють його від інших об'єктів. Очевидно, що аналіз, наприклад, чинників техніко-економічної природи вимагає сукупності методів і підходів, що істотно відрізняються від методів і підходів, вживаних при аналізі чинників державно-правової природи.

10. Наступна класифікаційна ознака, за допомогою якої можна здійснити аналіз економічної кон'юнктури - це ознака *характеру інформації про чинники*. При використанні попередніх ознак класифікації чинників передбачалося, що розбиття їх на різні групи здійснюється на основі їх характеристик, які містяться в інформації про них. А ось про характер цієї інформації мови не велося. Сама інформація може бути зміряна в двох принципово різних шкалах: 1) *інформація, зміряна в кількісній шкалі*, 2) *інформація, зміряна в якісній шкалі*. Характер інформації про процес грає важливу (якщо що не визначає) роль в діагностиці стану кон'юнктури ринку. Саме переробляючи інформацію, виявляючи суть динаміки чинників і її закономірності за інформацією про цю динаміку, і з'являється можливість передбачити тенденції розвитку процесу надалі. В той же час і методика аналізу, і методика прогнозування залежить від того, який характер має інформація. Якщо інформація кількісна, то є можливість для чіткого порівняння даних один з одним і іншими даними, з'являється можливість математичної обробки спостережень і їх зображення на графіці. Будь-які збірки статистичних матеріалів містять в основному інформацію про кількісний характер аналізованих процесів. Якщо ж інформація носить якісний характер, її порівняльний аналіз украй затруднений. Її складно обробити математично і представити графічно. Найчастіше тут використовують методи експертної оцінки. Прикладом такої інформації можуть бути чинники військово-політичної природи.

11. Останній з даних ознак класифікації кон'юктуроутворюючих чинників - це *ознака однорідності динаміки*.

Тут виділяються чинники однорідної і неоднорідної динаміки, які у свою чергу можуть бути деталізовані, внаслідок чого виділяють чотири типи динаміки:

- 1) проста стаціонарна
- 2) кількісна стаціонарна
- 3) еволюційна
- 4) хаотична.

Для *простої стаціонарної динаміки* характерна незмінність в часі основних характеристик процесу. Відхилення від цих значень носить випадковий характер і не приводить до їх істотної зміни. *Кількісна стаціонарна динаміка* характерна для процесів, які зазнають кількісні зміни в часі, але ці зміни не приводять до появи нової якості. Структура самого процесу і умов його протікання залишаються якісно незмінними, хоча їх кількісні характеристики можуть мати складну нелінійну природу. *Еволюційні процеси* характеризуються тим, що крім кількісних змін в них відбуваються і якісні зміни, наприклад, порушення структури процесу. Але це якісна

зміна відбувається поступово, у тому числі і в результаті інерційності процесів. Хаотична динаміка характеризується непередбачуваним переходом кількісних змін в якісних і навпаки.

3. Обробка кон'юктуроутворюючих чинників

Будь-який кон'юктуроутворюючий чинник або показник кон'юктури може бути оцінений з позицій кожної з вказаних одинадцяти ознак класифікації, оскільки ці класифікаційні ознаки є не альтернативними, а доповнюючими один одного. Тому, при аналізі кон'юктури, виявивши кон'юктуроутворюючі чинники і показники кон'юктури, здійснивши їх класифікацію по вказаних одинадцяти ознаках, кожному з них можна буде привласнити одинадцятизначний ідентифікаційний номер, кожна з одинадцяти позицій якого означатиме номер класифікаційної ознаки і групу в цій класифікаційній ознаці (див. табл.1).

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки показників економічної кон'юктури і кон'юктуроутворюючих чинників

№ ознаки	Вид класиф. ознаки	Номер групи, що відповідає даній класифікаційній ознаці					
		1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Зв'язок з економічним циклом відтворення	циклічні	нециклічні				
1	2	3	4	5	6	7	8
2	Тривалість дії	коротка	середня	довга			
3	Належність до об'єкту, що вивчається	внутрішні	зовнішні				
4	Належність до різних сторін ринкового механізму	виробники	споживачі				
5	Передбачуваність	визначені	ймовірнісні	невизначені			
6	Керованість	керовані	некеровані				
7	Спрямованість дії	стимулюючі	стримуючі	нейтральні			
8	Тіснота зв'язку	прямі	опосередковані				
9	Природа походження	науково-технічні	техніко-економічні	соціал.-економічні	військ.-політичні	держ.-правові	прир.-кліматичні
10	Характер інформації	кількісні	якісні				

<i>II</i>	Однорідність динаміки	проста стаціонарна	динамічна стаціонарна	еволюційна	хаотична		
-----------	-----------------------	--------------------	-----------------------	------------	----------	--	--

Так, якщо скористатися порядком перерахування класифікаційних ознак, приведеним в табл. 1, то, наприклад, цифра ідентифікаційного номера 21123111521, означатиме, що перед дослідником чинник з наступними властивостями:

- він не циклічний (2);
- короткостроковий (1);
- є внутрішнім чинником кон'юнктури даного ринку (1);
- відноситься до групи чинників споживачів (2);
- інформація про нього носить невизначений характер (3);
- є керованим (1);
- надає стимулюючу дію на кон'юнктуру ринку (1);
- робить прямий вплив на стан кон'юнктури (1);
- відноситься до групи чинників державно-правової природи (5);
- інформація про нього носить якісний характер (2);
- динаміка його стаціонарна (1).

Знання цих властивостей дає можливість визначити круг дослідників, їх кваліфікацію і спеціальність, методи дослідження цього чинника, кількість інформації, яку необхідно зібрати і тому подібне. Легко переконалися в тому, що повний набір можливих ідентифікаційних номерів складе 41472 варіанти. Тобто класифікація кон'юнктурутворюючих чинників і показників кон'юнктури за допомогою вказаного методу дозволяє достатньо детально і ретельно провести дослідження кон'юнктури.

Слід зазначити, що потенційна можливість виділення сорока тисяч різних груп чинників ніколи не може бути реалізована на практиці. Частина класифікаційних ознак просто не використовується, до того ж не всі кон'юнктурутворюючі чинники виділяються. Але у будь-якому випадку, групування кон'юнктурутворюючих чинників по виділених ознаках дозволяє ретельно вивчити динаміку кожної групи чинників, особливості цієї динаміки і вплив цієї групи чинників на динаміку економічної кон'юнктури ринку, що вивчається. При цьому з'являється можливість використання оригінальної сукупності методів і дослідницьких процедур для повноцінного вивчення кожної групи виділених чинників.

Але цього виявляється недостатньо для того, щоб здійснити повний детермінований аналіз кон'юнктури в цілому. Кон'юнктурутворюючі чинники X_i роблять вплив на стан кон'юнктури, який визначається показниками кон'юнктури Y_j . Для того, щоб ухвалити правильне рішення, необхідно знайти залежність показників кон'юнктури від кон'юнктурутворюючих чинників:

$$Y_j = f(X_i) \quad (1)$$

Тільки в цьому випадку знання стану кон'юнктурутворюючих чинників, отримане в результаті їх аналізу, дозволяє отримати інформацію про відповідний стан кон'юнктури, і по зміни кон'юнктурутворюючих чинників, судити про зміни самої кон'юнктури.

На жаль, отримати модель типу (1) на практиці не вдається – існує дуже багато кон'юнктурутворюючих чинників, і виявити їх всіх неможливо. Природа чинників

багатообразна, а їх вплив на показники кон'юнктури носить складний нелінійний характер і до того ж міняється в часі.

Виділити частку і ступінь впливу кожного чинника на кожен показник кон'юнктури виявляється неможливим. Існуючі методи економетрії не в змозі справитися з цим завданням в повному об'ємі – вони можуть дати лише дуже наближене уявлення про це. До того ж чинники можуть бути виміряні в різних шкалах і зведення їх в єдину модель типу (1) виявляється неможливим. Якщо спробувати побудувати подібну модель, то вона буде складною нелінійною багатофакторною системою моделей з розподіленими лагами. Тому на практиці для вирішення поставленого завдання доводиться обмежувати число кон'юнктууроутворюючих чинників, що вивчаються, відбирати найбільш важливі з них і обмежитися невеликим числом найважливіших показників кон'юнктури. Але і при такій обмеженій постановці завдання, для її вирішення потрібні значні витрати праці і високої кваліфікації виконавців, що в практиці роботи підприємницьких структур зазвичай неможливе. Тому подібні роботи по вивченню економічної кон'юнктури здійснюються в крупних науково-дослідницьких інститутах чи спеціалізованих фірмах.

Лекція 6. Індеси економічної кон'юнктури

План:

1. Вимоги до агрегованих показників та способи розрахунку індексу економічної кон'юнктури.
2. Зважені індеси економічної кон'юнктури.
3. Розрахунок індексу економічної кон'юнктури, індивідуальних індесів та узагальненого індексу економічної кон'юнктури

1. Вимоги до агрегованих показників та загальна формула індексу економічної кон'юнктури

З урахуванням того, що побудова моделі типу $Y_j = f(X_i)$ є складним завданням, на практиці завдання дослідження кон'юнктури прагнуть спростити. Для цього, використовують деякі агреговані показники сукупності чинників і умов, що склалися на момент спостереження і характеризують стан економічної кон'юнктури в цілому. Саме такі узагальнені показники можуть підказати дослідникові стан кон'юнктури, оцінити її загальну динаміку. Ці показники по суті своїй є індесами. Проте не кожен показник може виступати як індес економічної кон'юнктури. Для цього він повинен:

- ✓ тісно корелювати з іншими показниками кон'юнктури, а значить, його зміни повинні відображати зміни і інших показників.
- ✓ на формування цього чинника повинні робити вплив основні кон'юнктуруотворюючі чинники.

Цим умовам відповідають тільки два показники – ціна і об'єм продаж на ринку. Саме вони і є основою для формування різного роду індесів.

На початку ХХ століття в Кон'юнктурному інституті СРСР, М.Д.Кондратьєвим, що очолювався, проводилися численні дослідження економічної кон'юнктури, причому основою цих досліджень виступали індеси кон'юнктури. Як відзначав, наприклад, працівник цього інституту М.В. Ігнат'єв ще в 1925 році, як індеси тоді виступали середні арифметичні значення цін: «Ми маємо 2 товари; один, хліб, подорожчав за досліджуваний період в два рази, а інший, ситець, в 3 рази. Ціна хліба складе 200%, а ситцю – 300%. Всяка середня з цих двох чисел буде їх індесом». Економічний, та і математичний сенс цих індесів не витримував ніякої критики, тому їх використовували тільки для елементарних попередніх розрахунків.

Для обліку різного ступеня важливості товарів, що включаються в розрахунок, вводилися вагові коефіцієнти, одним з яких виступав об'єм продаж. До теперішнього часу теорія індесів є обширним і вельми розробленим розділом математики і економічної статистики. Відповідно до його основних положень, **загальну формулу індесів**, використовуваних в різних прикладних завданнях економіки, у тому числі і в дослідженнях кон'юнктури, згідно теорії індесів, можна записати в наступному вигляді:

$$I_t = \frac{\sum_{i=1}^m P_t^i Q_t^i}{\sum_{i=1}^m P_{t-1}^i Q_{t-1}^i} \quad (1)$$

Де,

P_i – ціна i -го товару, що був реалізований на ринку;

Q_i – об'єм i -го товару, що був реалізований на ринку;

i – номер товару (або підприємства, що реалізовує товар), який реалізується на ринку; $i = 1, 2, 3 \dots m$

t - час.

Теорія індексів передбачає можливість використання і інших формул, що є різними модифікаціями вказаної формули. У світовій практиці аналізу економічної кон'юнктури, наприклад ринку цінних паперів, використовується безліч індексів, заснованих на формулі (1). Широко відомі індекс компанії Стандарт і Пурз, індекс Нью-Йоркської фондової біржі і ряд інших. Ці індекси узагальнюють величезне число показників цін і об'ємів продажів акцій на фондових ринках.

Індекс Нью-Йоркської фондової біржі, наприклад, відображає динаміку цін на всі акції, що котируються на ній, а їх число, як відомо, перевищує тисячу.

Слід зазначити, що теорія індексів має чіткі логічні паралелі з відомими в економічній теорії кривими і поверхнями байдужості. Сума вартостей на товари в замкнутій системі при різних цінах при незмінності інших умов, відповідно до висновків економічної теорії, буде однаковою (постійний рівень споживання). Тому якщо міняється ситуація в цій замкнутій системі, мінятиметься і сукупна вартість. Саме тому як узагальнювальна величина в кожен момент часу t використовується **сукупна вартість всіх покупок на даному ринку**:

$$\sum_{i=1}^m P_t^i Q_t^i = P_t^1 Q_t^1 + P_t^2 Q_t^2 + P_t^3 Q_t^3 + \dots + P_t^m Q_t^m \quad (2)$$

і здійснюється порівняння сукупних вартостей в даний момент часу t з сукупною вартістю в попередній момент часу $(t-1)$. Якщо економічна кон'юнктура на ринку покращала в порівнянні з попереднім моментом, то кількість операцій збільшилася в порівнянні з попереднім моментом, значить, сукупна вартість продажів також збільшилася і загальний індекс (1) стає більшим за одиницю. Якщо кон'юнктура погіршала, то число операцій і об'єми продажів зменшилися, зменшилася і сукупна вартість. Це приводить до того, що чисельник (1) виявляється менше знаменника, а сам загальний індекс стає меншим за одиницю. Якщо ж кон'юнктура не змінилася, загальний індекс виявляється рівним одиниці. Таким чином, різні значення загального індексу (1) дозволяють інтерпретувати стан економічної кон'юнктури ринку в даний момент у порівнянні з попереднім моментом.

Перевага індексів економічної кон'юнктури у можливості узагальнення величезних масивів даних. Дійсно, чисельник і знаменник індексу є сумами добутків цін товарів на об'єми їх реалізації. Доповнити цю суму новим доданкам не складає особливих труднощів, тому індекс в змозі врахувати і узагальнити інформацію про зміни у вартостях всіх товарів, що продаються і купуються на даному ринку. Отже, індекс дає унікальну можливість використання всієї інформації, що є у розпорядженні дослідника.

Втім, можливість узагальнення великої кількості даних у свою чергу є умовою існування індексу – принцип розрахунку індексу якраз і полягає в необхідності узагальнення багатьох даних.

У цій об'єктивній необхідності полягає і недолік індексів - узагальнювальний індекс не в змозі вчасно відобразити системні диспропорції, тенденції про яких починають набирати силу на ринку. Дійсно, внаслідок того, що в чисельнику і знаменнику (1) знаходяться суми добутків, можливі випадки, коли зменшення одного

показника компенсуватиметься збільшенням іншого показника, наприклад, зменшення ціни товару в два рази буде компенсовано збільшенням об'ємів продажів на цей товар в два рази. Різке падіння ціни на товар може свідчити, наприклад, про вихід з ринку одного з його учасників, що може мати різні наслідки для ринку і його кон'юнктури. Можливий і інший випадок, коли падіння ціни і об'ємів продаж одного товару в загальній сукупності буде компенсовано зростанням ціни і об'ємів продаж іншого товару. При цьому загалом індекс не зміниться, хоча стан економічної кон'юнктури, очевидно змінився. Така зміна може привести до ряду неприємних наслідків - відомі численні «чорні» понеділки, вівторки, середовища, четверги і п'ятниці, коли на біржах відбувався раптовий «обвал», хоча індекси економічної кон'юнктури фондових бірж таких «обвалів» не передбачали.

Тому зустрічаються спроби обмежувати кількість показників, що включаються в індекс, тільки найбільш важливими з них. До таких підходів слід віднести відомий фондовий *індекс Доу Джонса*, який визначається по акціях тридцяти провідних компаній США, і вже довгий час служить економічним барометром стану економічної кон'юнктури економіки США. Список провідних компаній, що включаються в розрахунки, час від часу переглядається експертами "Доу, Джонс енд До." В даний час в нього входять курси акцій таких компаній, як "ІБМ", "Американ Експрес", "Макдональдс", "Філіп Моріс" і ін. Втім, про здатності цього індексу відображати стан економічної кон'юнктури США вже не сперечаються - він дає дуже приблизні орієнтири, щоб можна було ухвалювати рішення, спираючись на нього. Пропозиції по включенню в індекс акцій інших компаній, розширенню або звуженню їх кола можна розглядати лише як необхідне коректування цього індексу економічної кон'юнктури. При цьому методика введення в сукупність нових елементів, що розраховуються, і виводу з неї старих елементів є такою, що малоформалізується. До цих пір це робиться експертним шляхом, що істотно знижує об'єктивність отримуваних результатів і цінність узагальнювальної інформації.

2. Зважені індекси економічної кон'юнктури.

У зв'язку з вказаними недоліками одним з можливих виходів по модернізації індексу, що розраховується по формулі (1), може служити *зважений індекс економічної кон'юнктури*. Дійсно, практично на будь-якому ринку існують фірми – лідери і фірми – аутсайтери. Вплив перших на кон'юнктуру ринку велике, вплив останніх – незначний. Якщо розглядається неоднорідний ринок, то і на нім є товари – лідери і товари – аутсайтери. Ця обставина і пропонується для використання в даній модифікації. Задаючи різну вагу v і впливу кожного підприємства (або товару) на стан кон'юнктури ринку, виходить наступна модифікована формула індексу:

$$I_t = \frac{\sum_{i=1}^m v^i P_t^i Q_t^i}{\sum_{i=1}^m v^i P_{t-1}^i Q_{t-1}^i} \quad (3)$$

Для простоти розрахунків і інтерпретації суті модифікації зазвичай ваги v і задаються так, що їх сума рівна одиниці. Тоді вага v і відображає силу впливу чинника на кон'юнктуру, причому ця сила виражена в долях (або відсотках). Так, наприклад, вага в 0,5 говорить про те, що кон'юнктура ринку на 50% визначається складовою, якій дана така вага. Проте визначення ваги v^i - самостійна і дуже непроста завдача, яка

ускладнюється ще і тією обставиною, що самі ваги повинні мінятися в часі із зміною впливу і важливості показника того або іншого продукту (або підприємства) в кон'юнктурі ринку.

Можливий і інший підхід до обчислення узагальнених індексів економічної кон'юнктури. Він полягає в наступному. На початку обчислюються **індивідуальні індекси продаж по кожній з позицій i** :

$$I_t^i = \frac{P_t^i Q_t^i}{P_{t-1}^i Q_{t-1}^i} \quad (4)$$

а потім знаходиться величина, що узагальнює ці індивідуальні індекси. З урахуванням того, що індекс (4) коливається біля одиниці, то сукупність цих індексів слід обробляти так, щоб отримати середню, яка також коливатиметься біля одиниці. Тут можливі декілька варіантів. Найпростіший варіант – обчислення середньої арифметичної всіх індексів (4):

$$\bar{I} = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m I_t^i = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m \frac{P_t^i Q_t^i}{P_{t-1}^i Q_{t-1}^i} \quad (5)$$

Декілька складнішим є варіант обчислення **середньої геометричної індивідуальних індексів**:

$$\bar{I} = \sqrt[m]{\varpi_{i=1}^m I_t^i} = \sqrt[m]{\varpi_{i=1}^m \frac{P_t^i Q_t^i}{P_{t-1}^i Q_{t-1}^i}} \quad (6)$$

Дослідження показали, що індекс (5) має практично ті ж недоліки, що і індекс (1), але, на відміну від нього він виявляється чутливим не стільки до доль продаж, скільки до учасників ринку. Індекс (6) виявляється найбільш чутливим до змін індивідуальних індексів.

Для демонстрації відмінності в результатах обчислення по різних індексах розберемо умовний приклад. Так якщо продажі на ринку здійснюються по 10-ти позиціях і по 9-ти з них вони незмінні, а по одній позиції знизилась до нуля, то при частці продаж на ринку по цій позиції в 5% індекс (1) складе 0.95, індекс (5) складе 0,9, а індекс (6) при цьому буде рівний нулю.

Вибір конкретного способу обчислення індексу кон'юнктури достатньою мірою індивідуальний. В той же час для повнішого і комплексного вивчення стану кон'юнктури слід використовувати різне поєднання індексів (1), (5) і (6). При необхідності індекси (5) і (6) також можуть бути модифіковані на зразок індексу (3), тобто, представлені у формі зважених індексів.

Застосування індексів в дослідженні економічної кон'юнктури є найбільш поширеним в економічній практиці. Причиною цьому є простота застосування індексного методу, можливість обробки і обліку великого масиву даних. На жаль, крім вказаних вище недоліків, індексний метод має ще один недолік – він заснований на обчисленні і узагальненні найважливіших показників економічної кон'юнктури і сам є показником кон'юнктури. А як показник кон'юнктури він тільки відображає її стан (і те не завжди адекватно), але у жодному випадку не сприяє поясненню цього стану.

У індексному методі не враховується стан і вплив на кон'юнктуру кон'юнктуорообразуючих чинників, а значить, виявлення причинно-наслідкових зв'язків неможливе. Втім, ніщо не заважає спробувати знайти залежність індексу економічної кон'юнктури I від деякої сукупності кон'юнктуороутворюючих чинників

X_i , згрупованих по класифікаційних ознаках, розглянутих вище, тобто побудувати модель:

$$I = F(X_i) \quad (7)$$

На основі отриманої моделі можна здійснювати ретельніше дослідження економічної кон'юнктури.

3. Розрахунок індексу економічної кон'юнктури, індивідуальних індексів та узагальненого індексу економічної кон'юнктури

У основі розрахункових величин, виступаючих як індекси економічної кон'юнктури, лежать два показники економічної кон'юнктури ринку – об'єми продажів товарів на ринку і ціна одиниці товару. У загальному випадку індекс економічної кон'юнктури матиме наступний вигляд:

$$I_t = \frac{\sum_{i=1}^m P_t^i Q_t^i}{\sum_{i=1}^m P_{t-1}^i Q_{t-1}^i} \quad (1)$$

Де,

P_i – ціна i -го товару, що був реалізований на ринку;

Q_i – об'єм i -го товару, що був реалізований на ринку;

i – номер товару (або підприємства, що реалізовує товар), який реалізується на ринку; $i = 1, 2, 3 \dots m$

t - час.

Якщо виявляється, що індекс дорівнює одиниці, свідчить про те, що економічна кон'юнктура ринку не змінилася.

Але може бути така ситуація, що на ринку відбуваються істотні структурні зміни – один товар має ажіотажний попит, а інший товар виводиться з ринку. Очевидно, що подібні структурні зміни відображають істотні зміни в кон'юнктурі ринку, внаслідок чого слід чекати серйозних змін на ньому. Індекс (який = 1) про це не сигналізує, тому він не може бути використаний для цілей прогнозування кон'юнктури, він лише в середньому відображає ситуацію, що склалася, на ринку.

Якщо ж використати індивідуальні товарні індекси (4), на базі яких можна обчислити узагальнений індекс економічної кон'юнктури в цілому, то може виявитися, що індекс економічної кон'юнктури буде відмінний від 1.

І лише розрахувавши середню геометричну індивідуальних індексів, можна зробити висновок про зміну кон'юнктури в загальному. Отже, якщо узагальнений індекс більше одиниці – стан кон'юнктури змінився в кращу сторону (це може бути викликано зростанням ціни і об'ємом продажів на один з товарів).

У випадку, коли індекс виявився нижчим за одиницю, це сигналізує про погіршення ситуації на ринку (на фоні зростання позитивних тенденцій, пов'язаних з одним товаром, показники продажів іншого товару можуть уповільнюватись).

Тема 6: Кон'юнктурні дослідження міжнародних ринків

Лекція 1. Особливості типології та дослідження міжнародних ринків

1. Типологія міжнародних ринків в контексті кон'юнктурних досліджень
2. Підходи до вивчення міжнародних ринків

1. Типологія міжнародних ринків в контексті кон'юнктурних досліджень

Типологію міжнародних ринків в контексті кон'юнктурних досліджень доцільно проводити за двома класифікаційними ознаками:

1. залежно від масштабності ринку (враховує структуру та динаміку розвитку міжнародного ринку);

2. залежно від специфічних та організаційних характеристик ринку (враховує особливості формування попиту, пропозиції та ціни на товар).

А. Залежно від масштабності ринку розрізняють двохсторонній та багатосторонній ринки.

Двохсторонній ринок – міжнародний ринок, що утворюється між двома країнами, і характеризується обсягами експорту та імпорту між ними. В якості додаткової інформації використовується система показників, що дозволяють оцінити ступінь важливості даного торгового партнера та провести позиціонування досліджуваної товарної групи в міжкраїнному торговому обороті. Для цього можуть бути використані, наприклад, (1) частка країни-партнера в загальному зовнішньоторговому обороті країни загалом і по досліджуваній товарній групі, (2) показники, що характеризують його динаміку загалом і по досліджуваній товарній групі, (3) позиціонування країни як актора чи суб'єкта ринку в контексті загальної динаміки двохстороннього ринку.

Багатосторонній ринок - міжнародний ринок, що утворюється між кількома країнами-торговими партнерами, і характеризується обсягами експорту та імпорту між ними. В якості додаткової інформації використовується система показників, що дозволяють оцінити ступінь важливості кожного торгового партнера та провести позиціонування кожної країни на цьому міжнародному ринку та досліджуваної товарної групи в міжкраїнному торговому обороті. Для цього використовується система показників, яка включає такі групи: (1) позиціонування країн в загальному зовнішньоторговому обороті ринку, загалом, і по досліджуваній товарній групі, зокрема, (2) ранжування країн по частці міжнародного ринку, загалом, і по досліджуваній товарній групі, зокрема, (3) показники, що характеризують його динаміку міжнародного ринку, загалом, і по досліджуваній товарній групі, зокрема, (4) показники, що характеризують динаміку зовнішньоторгового обороту кожної країни, загалом, і по досліджуваній товарній групі, зокрема, (5) позиціонування країн в контексті регіональної структури та динаміки розвитку ринку.

Б. Залежно від виду споживачів розрізняють наступні типи ринків: споживчий ринок і ринки організацій або організаційні ринки. Останні підрозділяються на ринки продукції виробничо-технічного призначення, ринки перепродажів і ринки державних установ.

Споживчий ринок - сукупність індивідів і сімей, що купують товари і послуги для особистого споживання. Ринки споживчих товарів характеризуються масовим споживачем, різноманітною конкуренцією, децентралізованою структурою.

Ринок продукції виробничо-технічного призначення - сукупність організацій і приватних осіб, що купують товари і послуги, які використовуються при виробництві інших продуктів. Ключовою операцією, що визначає стан кон'юнктуру ринку, є системна закупівля - закупівля пакетного вирішення проблеми з метою уникнути закупівель окремих складових даної проблеми. Наприклад, закупівля урядом систем озброєння через генерального підрядчика замість самостійних закупівель окремих компонентів даних систем окремо. У системну закупівлю зазвичай також входить набір послуг.

Ринок перепродаж - сукупність організацій і індивідуальних осіб, що купують товари з метою їх перепродажу або здачі в оренду.

Ринок державних установ - державні установи всіх рівнів (із загальнодержавного до місцевого), купуючи або орендуючи товари і послуги для виконання своїх функцій.

На відміну від споживчого ринку ринок продукції виробничо-технічного призначення характеризується меншим числом покупців, що проте купують продукцію в більшій кількості. Наприклад, закупівля автопокришок автомобілебудівними компаніями. Крім того, величина закупівель продукції виробничо-технічного призначення визначається попитом на кінцеву продукцію, наприклад, - на легкові автомобілі.

Можна виділити наступні особливості організаційних ринків у порівнянні з ринками споживчих товарів:

1. вони є професіональнішими, особливо щодо покупців; при ухваленні рішення про покупку, як правило, бере участь декілька чоловік;
3. продавець і покупець більшою мірою залежать один від одного;
4. прагнуть встановлювати довгострокові контакти; набагато частіше використовуються прямі покупки;
5. при виборі покупки набагато меншу роль грають емоційні чинники.

Багато організаційних ринків характеризуються нееластичним попитом, тобто попит слабо реагує на зміну ціни. Навряд чи фабрики готового одягу більше купуватимуть матеріалу при зниженні на нього ціни. В даному випадку об'єм подібних закупівель швидше диктується величиною попиту на готову продукцію.

Залежно від того, хто домінує на ринку, останній підрозділяється на *ринок продавця і ринок покупця*.

Ринок продавця характеризується сильнішою позицією на нім продавців в порівнянні з покупцями. Ринок покупця характеризується сильнішою позицією на нім покупців в порівнянні з продавцями. Відповідно до цього, можемо визначати, яка із сторін (країн) безпосередньо впливає на тенденції розвитку та умови роботи на міжнародному ринку.

Залежно від ступеня залученості споживача в процес продажів виділяють: потенційний ринок; доступний ринок; кваліфікований доступний ринок; цільовий ринок; освоєний ринок. Потенційний ринок - сукупність споживачів, що виявляють деяку цікавість до певного продукту. Доступний ринок - група споживачів, що мають інтерес, засоби і доступ до певного продукту. Кваліфікований, доступний ринок - сукупність споживачів, що мають інтерес, засоби, доступ до ринку, а також що задовольняють законодавчим вимогам, (наприклад, віковим обмеженням на водіння автомобіля). Освоєний ринок - сукупність споживачів, що вже купили якийсь продукт.

Типологія за даними ознаками дозволяє отримати додаткову інформацію щодо потенційних можливостей розвитку ринку і формування перспективного попиту на товар.

Очевидно, що при проведенні дослідження ринку треба враховувати ті або інші його особливості, враховувати своєрідність продуктів, що реалізуються на різних ринках.

2. Підходи до вивчення міжнародних ринків

Доповнюючи і розвиваючи вищесказане, можна прийти до висновку, що міжнародні ринки як споживчих товарів, так і продукції виробничо-технічного призначення вивчаються головним чином на основі використання трьох підходів:

1. за допомогою аналізу вторинної інформації;
2. шляхом дослідження мотивації і поведінки споживачів;
3. шляхом аналізу продукції, що випускається і реалізовується.

В рамках першого підходу вивчаються всі документи, що представляють інтерес для підприємства, видані національними та міжнародними статистичними органами, різними міністерствами, торговими палатами, регіональними органами управління, а також що є результатом спеціальних досліджень (наприклад, міжнародних оглядів, аналітичних з'явисьок незалежних експертів тощо). Така інформація є достатньо дешевою, навіть безкоштовною, відносно легко доступною. Очевидно, що інформація може бути закритою, неповною, недостатньо деталізованою. Наприклад, не бути представленою в достатньо докладному номенклатурному розрізі. Тому для отримання надійних результатів її зазвичай явно недостатньо і вона відображає лише загальні тенденції розвитку міжнародного ринку, які можуть бути використані для визначення основних особливостей регіональної структури та динаміки зовнішньоторгових потоків досліджуваного ринку.

З урахуванням зроблених зауважень відзначимо, що в результаті вивчення документів можна отримати загальну картину імпорту і експорту, структури виробництва, а також структури споживання по видах продукції і галузям.

Але вивчення документів не може дати оперативної інформації необхідної якості; воно дає лише деяку статистику про виробництво і збут продукції, що вивчається. Проте номенклатура продукції зазвичай дуже укрупнена, тому дану інформацію деколи неможливо використовувати для потреб конкретного підприємства.

Другий підхід до вивчення ринку припускає дослідження мотивації і поведінки споживачів шляхом проведення спеціальних обстежень: інтерв'ювання, співбесід, заповнення анкет, тобто тут застосовуються як методи соціологічних досліджень, так і експертні оцінки. У останньому випадку як опитувані виступають професіонали-експерти, що глибоко розбираються в проблемі: користувачі, що впливають на вибір продавця, покупці, для яких продукт не має ніяких таємниць. Тому фахівець, який проводить подібне дослідження винен добре знати відповідний ринок і досліджуваний продукт, володіти інформацією про компанії-виробники і посередницькі організації.

Тут необхідно зважаючи на, що мотивація покупок продукції виробничо-технічного призначення є раціональною, і в істотно меншому ступені емоційною, в порівнянні з покупкою споживчих товарів.

Вибірка у разі вивчення продукції виробничо-технічного призначення охоплює не окремих людей, а підприємства. Коли проводять анкетування в промисловій сфері, то вибірка, як правило, невелика (виняток становлять атомізовані ринки, де потенційні споживачі представлені великою кількістю підприємств), заміни не можливі: існують компанії, які треба обов'язково опитати, наприклад, крупні фірми - лідери в своїй галузі.

У разі атомізованих ринків існує велика можливість формування вибірки підприємств на репрезентативній основі, включивши в неї підприємства різних розмірів і рівня ринкової діяльності.

При обстеженні продукції виробничо-технічного призначення необхідно враховувати, що в процесі підготовки і ухвалення рішення про покупку беруть участь різні фахівці і керівники підприємства, що входять до складу його закупівельного центру.

Крім вивчення думок споживачів вивчається також думка керівників і фахівців посередницьких, дистриб'юторських організацій, а також підприємств-виробників.

Тут важливо враховувати одну важливу обставину. Попит на продукцію виробничо-технічного призначення є похідним від попиту на кінцеві споживчі товари, при виготовленні яких вона використовується. Тому в прогностичних цілях необхідно вивчати не тільки існуючих і потенційних споживачів продукції виробничо-технічного призначення, але і також і ринок відповідних кінцевих товарів.

У промисловому середовищі дуже поширена недовіра до анкетування, особливо серед тих, на діяльність яких можуть вплинути отримані результати. На підприємствах-виробниках - це виробничники, працівники конструкторського бюро, можливо, керівництво підприємства. Це пояснюється цілим рядом причин: у промисловому середовищі часто переважає виробництво (кількість, якість, собівартість), технічні фахівці, як правило, не мають економічної освіти, не знайомі із специфікою маркетингу продукції виробничо-технічного призначення. Технічні фахівці вважають, що всі знають про свою продукцію, її висока якість представляється їм достатньою умовою, щоб знайти покупця. Дослідження, що проводяться, не дають таких точних кількісних результатів, на які вони розраховують. На основі даних досліджень досить важко оцінити ефективність планованих дій на ринку.

Вивчення думок керівників і фахівців посередницьких торгових організацій, отримання у них необхідної інформації часто ще складніше завдання, ніж проведення досліджень на підприємствах-виробниках. Тут виникають проблеми збереження комерційної таємниці і етичного плану, пов'язані з наданням інформації про продукцію (відношення споживачів, об'єми продажів і тому подібне) фірм-конкурентів. Багато що залежить від умінь маркетолога "добути" необхідну інформацію навіть в несприятливих умовах.

У сприятливих умовах методика проведення обстежень подібного роду витікає із загальних методичних рекомендацій, раніше розглянутих в даному циклі статей.

При проведенні маркетингових досліджень, особливо коли немає можливості отримати надійну кількісну інформацію на основі одного з розглянутих підходів, слід використовувати паралельно всі три підходи. Кінцеві результати (наприклад, величина попиту, показник ринкової частки) можуть представляти середні (средневзвешенні) оцінки, отримані різними шляхами і з різних джерел.

Нижче приводиться запитальник для вивчення тенденцій еволюції ринку.

Запитальник для оцінки тенденції еволюції ринку

- * Яка ємкість глобального ринку (у фізичному і грошовому виразі)?
- * Яка ємкість окремих ринкових сегментів?
- * Яка ринкова частка на глобальному ринку і на окремих ринкових сегментах?
- * Яка тенденція зміни ринку і ринкових сегментів має місце (зростання, стагнація, спад)?
- * Яке середнє споживання на душу населення, сім'ю, клієнта?
- * Яке значення рівня насичення ринку?
- * Який ступінь оснащеності сім'ї або фірми товарами даного вигляду?
- * Який середній термін служби товару?
- * Яка частка продажів обумовлена попитом на заміну?
- * Чи мають продаж сезонну структуру?
- * Які товари-замінники, що виконують ту ж функцію?
- * Які головні нововведення у споживачів, які можуть змінити їх відношення до даного товару?

Цей, зрозуміло, неповний перелік питань лише указує, інформацію якого типу слід відшукувати. Якщо мова йде про продукції виробничо-технічного призначення, питання повинні стосуватися не тільки безпосередніх споживачів, але також і кінцевих споживачів.