

стополь, 2012. – С.3-7.

3 Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2000. 226 с.

4. Чайникова Л.Н., Чайников. В.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.

Надійшла до редакції 25.10.2016

Рецензент: д.е.н., доц. Л.Д. Гармідер

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КОЛИЧЕСТВЕННОМУ ОПРЕДЕЛЕНИЮ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Доценко А.Е.

В статье исследованы подходы к количественному определению уровня конкурентоспособности предприятия. Проанализирована классификация основных методов выполнения оценки конкурентоспособности предприятия, которые освещены в современной литературе, выявлено несколько научных подходов к систематизации факторов влияния на конкурентоспособность предприятия. Выявлено, что при наличии разнообразия технологии оценки конкурентоспособности практически применить их в современных условиях хозяйствования можно только несколько. Не смотря на то, что универсальной методики всесторонней оценки конкурентоспособности предприятия на данный момент не существует, использование разных методов позволяет получить необходимую информацию для разработки путей повышения конкурентоспособности предприятия. Предложено усилить внимание к методу, основанному на использовании математического аппарата нечетких множеств, который учитывает нестабильность внешних факторов, дает значительное влияние на уровень конкурентоспособности предприятия.

УДК 338.12.1075.8

Дубницький В.І., Журавель В.В., Ям'як А.В.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРАХУНКУ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ В КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЙОГО ВИКОНАННЯ

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпро

Досліджено теоретичні питання вивчення кон'юнктури при використанні окремих показників. Розглянуто останні дослідження і публікацій теоретико-методологічні засади, вирішення проблем аналізу ринкової кон'юнктури які відображені в працях відомих вітчизняних вчених. В статті подано власне бачення показників внутрішнього товарообігу, а також відображення зміни кон'юнктури внутрішнього ринку, характеристика формування кон'юнктурної ситуації на ньому: обороти оптової і роздрібною торгівлі, індекси вартості життя, дані про спрямування товарних запасів, розміри продажів у кредит (або зі знижкою), інформація про внутрішні перевезення вантажів тощо. Обґрунтування особливої важливості показників внутрішнього товарообігу для вивчення кон'юнктури ринків товарів споживчого призначення.

Ключові слова: Економічна кон'юнктура, ринок, промислове виробництво, показники пропозиції, економічний простір, рівні монополізації.

Ключевые слова: оценка конкурентоспособности, методы оценки конкурентоспособности, количественное определение конкурентоспособности, интегральной показатель конкурентоспособности, повышение конкурентоспособности.

METHODOLOGICAL APPROACH TO THE QUANTITATIVE DETERMINATION OF THE LEVEL OF ENTERPRISES COMPETITIVENESS

Dotsenko A.E.

In the article the methods and approaches to quantify the level of competitiveness. Classification analyzed the main methods of performance evaluation of the competitiveness of enterprises covered in modern literature revealed several scientific approaches to systematize the factors influencing the competitiveness of enterprises. Determined that the presence of a variety of technology assessment of the competitiveness of practically apply them in the contemporary economy is only a small amount. Despite the fact that universal comprehensive evaluation methodology competitiveness of enterprises currently do not exist, the use of different methods will get the necessary background information to develop ways to improve competitiveness. A greater attention to methods based on the use of mathematical apparatus of fuzzy sets that takes into account the volatility of external factors has a significant impact on competitiveness.

Keywords: assessment of competitiveness, methods for assessing competitiveness, methods for assessing competitiveness, quantification of competitiveness, integral index of competitiveness, improve competitiveness.

Постановка проблеми

Кон'юнктура ринку – це існуюча на ринку економічна ситуація, яку характеризують співвідношення між попитом і пропозицією, рівень та динаміка цін, товарних запасів та інші показники. Економічна кон'юнктура є складною системою, що розвивається під впливом безліч чинників різної природи. Вона є результатом дії на ринку виробників і споживачів, що конкурують один з одним, обмежень або підтримки з боку держави, політичних інших чинників. Стан економічної кон'юнктури дає інформацію про те, наскільки сприятливою або несприятливою є ситуація на ринку, внаслідок чого ухвалюються необхідні рішення.

Вивчення кон'юнктури здійснюється за допомогою комплексу економічних показників, що дозволяють, по-перше, дати кількісну характеристику якісним змінам, що відбуваються у процесі відтворення і характеризують сформовану ситуацію на ринку; по-друге, визначити значущість, напрямки і тенденції розвитку кон'юнктури, тобто скласти прогноз. Значення цих показників для характеристики стану і перспектив розвитку кон'юнктури дуже нерівнозначне.

При використанні окремих показників необхідно мати на увазі, що частина їх дає пряме кількісне оцінювання сформованої на ринку ситуації і безпосередньо відбиває ті або інші кон'юнктурні зміни, а стан і спрямування інших можуть бути використані як непряме свідчення наявності процесів, що відбуваються на ринку, або тенденцій, що складаються, тобто є лише непрямыми індикаторами. До останніх відносяться дані і відомості про конкурентну боротьбу на досліджуваному ринку, її тенденції, міжнародний поділ праці, розвиток спеціалізації і науково-технічне співробітництво, рівні монополізації тощо.

У деяких випадках через обмеженість або відсутність прямих даних непрямі показники набувають особливо великого значення. Так, через недостатність інформації про динаміку цін на устаткування, про неї іноді можна судити за показниками, що характеризують можливі зміни окремих елементів витрат виробництва (насамперед, цін на чорні метали, інші матеріали, ставок заробітної плати та ін.).

До системи кон'юнктурних показників необхідно відбирати дані, що найбільш правильно й оперативно відображають основні зміни, напрями і темпи розвитку процесу відтворення та найменшою мірою підпадають під вплив випадковостей. Наприклад, при вивченні загальногосподарської кон'юнктури важливим критерієм змін, що відбуваються, можуть слугувати дані про промислове виробництво як у цілому, так і в окремих галузях. Природно, що при виборі

галузей мають враховуватися їх значення і питома вага у загальному промисловому виробництві.

Як загальне зауваження слід зазначити, що економічні показники, які зустрічаються у різноманітних джерелах інформації, найчастіше відносяться до категорії високо агрегованих і зазвичай свідчать про загальні тенденції (у галузі попиту, виробництва, експорту, імпорту цін), характерні для певної товарної групи в цілому (наприклад, металорізальні верстати, двигуни внутрішнього згорання, трактори тощо).

Для характеристики стану загальногосподарської кон'юнктури окремих країн або кон'юнктури конкретних товарних ринків поряд із загальними даними про зміни у виробництві та споживанні необхідно мати у розпорядженні додаткові, менш агреговані приватні показники, які відносяться безпосередньо до аналізованого виду продукції. За їх допомогою можна виявити відхилення й особливості розвитку окремих процесів. Не виключено, що ці показники засвідчуватимуть наявність інших, часто протилежних тенденцій порівняно з тенденціями, характерними для товарної групи в цілому [1].

Система кон'юнктурних показників має включати такі з них, які характеризували б процес відтворення в цілому і відображали особливості окремих фаз циклу.

Огляд останніх досліджень і публікацій

Теоретико-методологічні засади вирішення проблем аналізу ринкової кон'юнктури відображені в працях відомих вітчизняних вчених, серед яких А.В. Андрійченко, С.А. Гобаченко, Р.В. Грінченко, В.А. Карпова, В.Р. Кучеренко [1], В.А. Карпова [2,3], І.А. Соломянцева [4], В.І. Дубницького, В.В. Комірної, Н.Ю. Науменко, О.В. Овчаренко [5]. Також різні проблеми формування сучасних ринків розглянути в працях вчених, серед них М.Д. Пазуха [6], Е.Г. Кочетов [7], Дж. Майєра, Д. Олесевич [8].

Метою дослідження статті є: виявити особливості розрахунку особливих показників ринкової кон'юнктури та аналізу кон'юнктури товарів і послуг в контексті процесу управління діяльністю підприємств.

Виклад основного матеріалу

Першорядне значення для аналізу кон'юнктури будь-якого досліджуваного ринку і найважливішою його категорії є перший із вихідних показників ринкової кон'юнктури – пропозиція. Вона відображає різноманітний обсяг товарів (продуктів чи послуг), які виробник (продавець) бажає і спроможний виробити та запропонувати на продаж протягом певного періоду часу за визначеною ціною.

В оперативному кон'юнктурному аналізі використовується показник короткострокової

пропозиції, тобто кількості товарів, які фірма пропонує або готова запропонувати на продаж за різними цінами упродовж короткострокового періоду. Самостійною характеристикою ринку є оцінки ступеня дефіцитності або надлишку товарів.

До основних детермінантів пропозиції належать такі чинники:

- ціна товару або послуги;
- ціни на інші товари або послуги;
- ціни на сировину і ресурси;
- очікувані зміни цін;
- кількість конкурентів (продавців) на ринку;

- податки і дотації;
- особливості технології виробництва.

Між пропозицією і попитом у визначених ситуаціях існує зв'язок: попит породжує пропозицію, але і пропозиція певним чином впливає на попит, зокрема, на ринку продавця попит орієнтується на обмежені можливості пропозиції, а на ринку покупця пропозиція орієнтується на попит. Ця аксіома сучасного маркетингу повинна враховуватися у кон'юнктурному аналізі. Проте справедлива й інша позиція, відповідно до якої у визначених ситуаціях пропозиція у свою чергу породжує попит, зокрема, новий привабливий товар сам завойовує ринок, створюючи новий попит. Для оцінювання й аналізу кон'юнктури досліджуваного ринку важливе значення мають показники, що характеризують спрямування промислового виробництва. Значення їх тим більше, ніж більша питома вага промисловості в економіці тієї або іншої країни [4].

Група показників промислового виробництва складається з даних про виробництво в абсолютних одиницях виміру індексів промислового виробництва.

Зміни у галузевих обсягах виробництва виявляють безпосередній вплив як на загальногосподарську кон'юнктуру тієї або іншої країни, так і на кон'юнктуру повних товарних ринків. Наприклад, чорні метали є основою виробництва і мають вирішальне значення у розвитку загального машино-, судно- та автомобілебудування, залізничного транспорту тощо. Як правило, випуск продукції цих галузей промисловості прийнято оцінювати не в індексах, а в абсолютних одиницях – вартісних, вагових або кількісних.

Залежно від тривалості періоду виготовлення абсолютні показники виробництва швидше або повільніше реагують на зміни кон'юнктури.

Для низки галузей і конкретних товарних груп дані про виробництво в абсолютних одиницях виміру є важливими і часом єдиними показниками, які характеризують зміни обсягу виробництва.

Проте ці показники мають властиві їм не-

доліки. Зокрема, дані про обсяг виробництва у вартісному вираженні обчислюються за поточними цінами, що схильні до змін, причому у різних країнах і галузях по-різному. Тому для встановлення реального спрямування обсягів виробництва виникає необхідність коригувати ці дані на зміну цін, що пов'язано з певними труднощами. Крім того, вартісні показники обсягів виробництва у кожній країні відображаються в національних валютах, курсові співвідношення між якими у сучасних умовах часто і помітно коливаються. Тому зіставлення змін обсягів виробництва на ринках різних країн потребує врахування, крім зміни рівня цін, також і змін курсових співвідношень. У практичній роботі це означає розрахунок даних про зміни виробництва в єдиній порівнянній валюті, найчастіше у доларах США.

Ще одним важливим показником пропозиції й одночасно її детермінантою є виробничий і сировинний потенціал (рівень виробничих можливостей), тобто спроможність виробництва виготовити й надати на ринок певний обсяг товарів (продуктів чи послуг), що забезпечує відповідний обсяг і структуру пропозиції. Йому протистоїть споживчий потенціал, тобто можливість ринку «поглинути» (купити) визначену кількість продуктів і послуг.

В окремих випадках дані про зміни обсягу виробництва публікуються у вигляді індексів. Такі індекси зазвичай складаються на базі вартісних показників машинобудування в цілому або окремих значних секторів машинобудівного виробництва, що істотно обмежує можливість використання їх для аналізу кон'юнктури ринку окремих видів машин і устаткування, а іноді й цілих товарних груп.

Індекси промислового виробництва, або, як їх ще називають, індекси фізичного обсягу, також є основними показниками динаміки випуску промислової продукції. Вони дають можливість оцінити зміни обсягу виробництва як усєї промисловості, так і окремих галузей.

Крім зведених індексів при вивченні загальногосподарської або товарної кон'юнктури необхідно також аналізувати зміни галузевих індексів, динаміка яких залежно від місця, яке займає певна галузь в економіці тієї або іншої країни, та від специфіки виробництва більшою або меншою мірою відрізняється від динаміки зведеного індексу.

Велике значення для аналізу кон'юнктури мають також дані про працю, які тісно пов'язані зі змінами, що відбуваються у сфері виробництва і певною мірою залежать від них [8].

Спад промислового виробництва під час кризи, як правило, супроводжується скороченням числа зайнятих, зростанням безробіття,

зменшенням тривалості робочого тижня, падінням або заморожуванням ставок заробітної плати і скороченням її загального фонду. При цьому зайнятість найбільше скорочується у галузях матеріального виробництва, менше – у торгівлі, банках та сфері обслуговування.

У періоди поживлення і піднесення промислового виробництва зайнятість зростає, а безробіття скорочується, подовжується тривалість робочого тижня, підвищуються ставки і загальний фонд заробітної плати.

Незважаючи на винятково велике значення показників зайнятості для характеристики кон'юнктури, варто мати на увазі, що показники зайнятості часто неточні. Особливо спотворюються дані про осіб, які одержують допомогу з безробіття, оскільки зазвичай вони не охоплюють усіх безробітних.

І все ж показники праці залишаються важливими непрямими індикаторами процесів відтворення як у цілому по країні, так і в окремих галузях або на ринках. Ними можна користуватися додатково до індексів промислового виробництва і даних про виробництво в абсолютних одиницях виміру.

Другим показником ринкової кон'юнктури є попит, точніше, купівельний попит.

Купівельний попит – це потреба, забезпечена грошима і запропонована протягом визначеного періоду часу на ринку.

Під потребою розуміють бажання або необхідність володіти (користуватися) певним продуктом (послугою), потрібним для процесу відтворення і підтримки визначеного рівня діяльності.

Визначення споживчого потенціалу ринку – важлива ланка у системі вивчення купівельного попиту. Споживчий потенціал характеризується місткістю ринку і близький до обсягу попиту, але не цілком тотожний йому.

Місткість ринку – це кількість (вартість) товарів, що їх може поглинути ринок за певних умов протягом певного проміжку часу.

Показник насиченості ринку має і самостійне значення у кон'юнктурному аналізі, оскільки він виявляє сильний вплив на циклічність ринку, обмежуючи попит. Насиченість ринку – це ступінь заповнення споживачів товарами, визначений або експертним шляхом, або на основі вибіркового обстеження (спостереження). Для товарів тривалого користування використовується балансовий метод розрахунку:

$$H_k = H_n + P - B, \quad (1)$$

де H_k – наявність товарів на кінець періоду;
 H_n – наявність товару на початок періоду;
 P – купівля (надходження) товарів за певний

період; B – вибуття товарів за той самий період.

Вибуття розраховується за нормативами середньої тривалості служби товару. Фізичний і моральний знос викликає так званий попит на заміну. Цей процес вивчається у ході здійснення кон'юнктурного дослідження за допомогою спеціальних опитувань і моделей купівельної (споживчої) поведінки.

Значення показників внутрішнього товарообігу полягає у тому, що вони відображають зміни кон'юнктури внутрішнього ринку і характеризують сформовану кон'юнктуру ситуацію на ньому: обороти оптової і роздрібною торгівлі, індекси вартості життя, дані про спрямування товарних запасів, розміри продажів у кредит (або із знижкою), інформацію про внутрішні перевезення вантажів тощо. Показники внутрішнього товарообігу особливо важливі для вивчення кон'юнктури ринків товарів споживчого призначення. Ці показники по-різному поведуться упродовж циклу відтворення і в різноманітних кон'юнктурних умовах.

Обороти роздрібною торгівлі дають можливість оцінити зміни у платоспроможному попиті споживачів.

Роздрібна торгівля упродовж циклу розвивається паралельно промислового виробництва. У фазі піднесення, коли промислове виробництво розширюється, зростають і обороти торгівлі, у фазі кризи відбувається скорочення і виробництва, і торгівлі. При цьому необхідно мати на увазі, що вартість роздрібною товарообіг може знижуватись під час кризи не тільки у зв'язку із скороченням фізичного обсягу торгівлі, а й через падіння цін.

Поряд із роздрібною торгівлею необхідно стежити і за показниками оптової торгівлі, у якій ті самі тенденції, що й у роздрібною торгівлі виявляються по-різному.

Певний вплив на роздрібний і оптовий товарообіг справляють і різноманітні засоби стимулювання реалізації товарів, до яких відносяться податкова і кредитна політика.

Важливим показником кон'юнктури ринкового господарства є динаміка товарних запасів.

Загальна закономірність зміни товарних запасів у ході циклу відтворення відома: у більшості випадків вони досягають максимуму на початку кризи, коли вже почався спад виробництва, і скорочуються до мінімуму при переході з фази депресії у фазу поживлення, тобто коли виробництво починає знову розширюватися. Особливо помітне відставання від динаміки циклу запасів товарів, виражених у незмінних цінах. Отже, зміна товарних запасів дещо відстає від динаміки виробництва.

Розмір товарного запасу визначається обсягом попиту, обумовленого у свою чергу про-

цесом відтворення.

До винятково важливих характеристик стану ринку відносяться показники пропорційності, особливо співвідношення попиту і пропозиції та його динамічні зсуви. Пропорційність, тобто оптимальне співвідношення між різноманітними елементами ринку, – найважливіша умова його нормального поступального розвитку, що відображає дію законів ринку й обумовлює характер розвитку інших ринкових категорій, а також його соціально-економічну ефективність. У свою чергу будь-які диспропорції і деформації окремих складових ринку, як переконливо показав вітчизняний досвід, спричиняють кризові форми розвитку, ускладнюють і спотворюють ринкові відносини, роблять ринок недостатньо ефективним [3].

Проте у кон'юнктурному аналізі рідко вдається безпосередньо зіставити обсяги попиту і пропозиції. Таку можливість надає баланс попиту і пропозиції, однак і він найчастіше будується тільки за всією сукупністю товарів і послуг.

На товарній біржі співвідношення попиту і пропозиції визначається обсягами заявок на продаж і купівлю. Оцінюючи пропорції ринку окремого товару, кон'юнктурні дослідження змушені спиратися на непрямі оцінювання співвідношення попиту і пропозиції за допомогою кон'юнктурних індикаторів, до яких, як уже зазначалося, відносяться ціни і товарні запаси, точніше їх зміни в динаміці.

Складовою частиною системи показників пропорційності ринку і його якісної характеристики виступають показники структури товарообігу, до яких відносяться три основні: абсолютний розмір продажу (реалізації) кожного окремого товару або товарної групи і два відносні показники.

Першим із відносних показників є питома вага (частка) досліджуваного товару або товарної групи у загальному обсязі товарообігу, тобто характеристика місця частини в цілому:

$$D_i = \frac{p_i \times q_i}{\sum_i^n p_i \times q_i}, \quad (2)$$

де $p_i \times q_i$ – продаж окремого i -го товару; $\sum_i^n p_i \times q_i$ – весь товарообіг; n – число i -х товарів (товарних груп).

Другий відносний показник є коефіцієнтом співвідношення обсягів продажу двох товарів (товарних груп), тобто безпосереднє зіставлення двох явищ або частин однієї сукупності,

що відображає місце певної частини (відповідного товару або товарної групи) у досліджуваній сукупності. Він обчислюється у такий спосіб: [1]

$$K_{A/B} = \frac{p_A \times q_i}{p_B \times q_B}, \quad (3)$$

де $p_A \times q_i$ – обсяг продажу (реалізації) товару А; $p_B \times q_B$ – обсяг продажу (реалізації) товару В.

Як бачимо, показник частки відображає місце i -го товару у всій сукупності товарів або в окремо взятій групі товарів і може бути інтерпретований як частка коштів, витрачених на придбання (купівлю) даного i -го товару. Розмір частки залежить не тільки від пропорцій обсягів, а й від співвідношення цін товарних одиниць, що входять у досліджувану сукупність.

Другий показник дає змогу з'ясувати співвідношення розмірів продажу (реалізації) різноманітних товарів. Отже, зазначені показники структури товарообігу дозволяють дати оцінювання і провести тією або іншою мірою аналіз пропорційності розвитку товарообігу конкретного товару або товарної групи на досліджуваному ринку [4].

Варто зауважити, що аналіз пропорцій ринку може і має здійснюватися як у стастиці, так і в динаміці. Так, при порівнянні (динамічному, територіальному, галузевому тощо) частки обчислюється, відносний показник – індекс частки. У кінцевому підсумку індекс (темп зростання) частки залежить від співвідношення вектора і швидкості зміни цієї частини явища і явища в цілому.

При цьому пропорції попиту і пропозиції визначаються як у цілому на ринку товарів і послуг (у його оптовому і споживчому підрозділах), так і в регіональному розрізі, за всією товарною масою і за окремими товарами. Окремим завданням є оцінювання співвідношень попиту різноманітних соціально-економічних груп споживачів, тобто характеристика місця кожної такої групи на споживчому ринку.

Інші показники пропорційності ринку розширюють характеристики ринкової ситуації, дають можливість визначити тип ринку і виявити деякі структурні закономірності його розвитку. Пропорційність ринку характеризується за допомогою балансового методу, відносних розмірів структури і координації (коефіцієнти співвідношень, питокої ваги, частки), компаративних темпів зростання (індексів), індексів структурних зсувів, середніх квадратичних або лінійних відхилень. Певною мірою пропорції відображають коефіцієнти еластичності, що показують зміну результативного показника (одного з параметрів ринку) при збільшенні факторної ознаки [1].

Особливим показником пропорційності є компаративний індекс. Він дає можливість порівнювати динамічні пропорції.

Компаративний індекс – це відношення індексів (темлів зростання) двох явищ або частин сукупності. Наприклад, відношення індексу продажу (збуту) товарів (продукції або послуг) до індексу грошових прибутків споживачів. За своєю сутністю компаративний індекс – один із варіантів розрахунку коефіцієнта випередження [8].

Важливою компонентою системи показників ринкової кон'юнктури є також оцінювання рівня монополізації і конкуренції. До них відносяться: кількість і розмір підприємств та фірм, частка, яку вони займають на ринку, їх розподіл за цими ознаками. Така система показників дає змогу визначити тип ринку, побудувати відповідну матрицю його типології, охарактеризувати процес поділу (сегментації) ринку, його масштаб і тип.

Розмір ринку визначається за обсягом продажу товарів (продуктів і послуг), а також кількістю і розміром фірм та підприємств, що виступають на ринку як продавці – первинні (виробники) або торгові посередники. При цьому характеризується функціональна спеціалізація фірм, їх групування за формами власності та за часткою, яку вони займають на ринку. За допомогою спеціальних обстежень встановлюються орієнтовні (непрямі) оцінювання масштабів неорганізованого і "чорного" ринків. За кількістю і розміром фірм, що займаються торгівлею однійменними і взаємозамінними товарами, за розподілом їх часток у загальному обсязі товарообігу визначаються масштаби і ступінь конкуренції.

Невід'ємною властивістю дії ринкового механізму є його прагнення до рівноваги попиту і пропозиції. Це досягається шляхом подолання постійних диспропорцій різноманітної інтенсивності. Така властивість ринку, обумовлена стихійністю його розвитку, виявляється через коливання різноманітних параметрів ринку. Останні визначаються у статистиці, за географічним або і економічним простором (у регіонах, конкурентних фірмах, власних підприємствах тощо) за допомогою коефіцієнта варіації [4]:

$$V = \frac{\sigma_Y}{\bar{Y}} \times 100, \quad (4)$$

де σ_Y – середньоквадратичне відхилення:

$$\sigma_Y = \sqrt{\frac{\sum_i^n (y_i - \bar{y}) f_i}{\sum_i^n f_i}}, \quad (5)$$

де y_i – показник ринку (товарообіг, ціна, запаси тощо) в i -му регіоні, фірмі, підприємстві та ін.; \bar{y} – середнє значення показника за всією сукупністю; f_i – вага, розмір, що характеризує розмірність одиниці сукупності (обсяг товарообігу, чисельність споживачів).

У тих випадках, коли зважування здійснити неможливо або коли структура більш-менш однорідна припустимо вдаватися до непрямих характеристик або використовувати незважені середні.

Усталеність (або її антипод – нестійкість) динамічного розвитку ринку виявляється у характері відхилень фактичних рівнів розвитку від основної тенденції, тобто від тренду. Це дає змогу вимірювати усталеність розвитку ринку відомим в аналізі динаміки показником – коефіцієнтом апроксимації, вираженим у відсотках до середнього рівня, за формулою: [6]

$$\sigma_{y-yt} = \sqrt{\frac{\sum_i^n (y_i - y_t)^2}{n}}, \quad (6)$$

де y_i – фактичний (емпіричний) рівень динамічного ряду показника, що характеризує розвиток ринку; y_t – вирівняне значення рівнів динамічного ряду:

$$y_t = f(t), \quad (7)$$

де n – число рівнів (періодів) динамічного ряду.

Відношення середньоквадратичного відхилення до середнього рівня виражає ступінь усталеності динамічних процесів у стандартизованому масштабі (від 0 до 100%):

$$K_a = \sqrt{\frac{\sigma_{y-yt}}{\bar{y}}} \times 100. \quad (8)$$

Цей показник (K_a) називається коефіцієнтом апроксимації. Його також використовують для вибору форми кривої, що якнайкраще апроксимує емпіричні дані. Рівняння тренду вибирається за мінімальним коефіцієнтом апроксимації.

Усталеність ринку можна також оцінювати за допомогою угруповань фірм (підприємств,

регіонів), за основними показниками стану і розвитку ринку. Наприклад, за конкуруючими фірмами з обсягу або темпів продажу, за рівнем цін (природно, із поправкою на розходження щодо якості й асортименту).

У розвитку ринку як єдиного економічного простору, так само як і в розвитку локальних ринків, можливі повторюваність або циклічність, обумовлені як внутрішніми властивостями ринку, так і зовнішніми причинами. При цьому річна циклічність, звичайно, має сезонний характер. Вона описується за допомогою індексів сезонності, методів механічного згладжування, аналітичних рівнянь (зазвичай параболою 3-го або вищого порядку), частіше – гармонікою Фур'є [1]

$$\bar{y} = a_0 + \sum_k^m (a_k \times \cos(kt) + b_k \times \sin(kt)), \quad (9)$$

де t – розмір і визначає номер гармоніки ряду Фур'є; параметри a_0 і b_k , визначаються методом найменших квадратів; k – число гармонік, рівне 1, 2 та ін.

Показники ділової активності, що достатньо наочно відображають ринкову ситуацію на мікро- і макрорівнях, дають можливість за набором індексів ділової активності оцінювати і градувати стан ринку. Наприклад, зростання кількості угод без збільшення обсягу продажів не можна сприймати як поживлення ринку, воно свідчить лише про залучення у ринковий процес фірм, що займаються малими операціями. Зростання запасів в умовах інфляції може свідчити про кризу збуту, що насувається, внаслідок скорочення попиту під впливом підвищення цін. Градуїровані, якісні оцінки стану ринку звичайно даються такі: поживлений ринок, такий, що розвивається; стабільний; стійкий; млявий, такий, що стагнує; регресує; скорочується та ін. Чіткої межі між цими визначеннями немає. Нерідко зустрічаються проміжні стани ринку, які характеризуються комбінацією визначальних рис. Прикладом може слугувати складна ситуація, що склалася на ринку України у першій половині 90-х років: чітко виражений дисбаланс попиту і пропозиції, спад виробництва за наростаючої інфляції, дефіцит низки товарів. Подібну кон'юнктуру називають стагфляцією, що є комбінацією стагнації (кризи збуту, падіння виробництва і продажу товарів) та інфляції [5].

Надійним показником, що дає змогу оцінити завантаження виробничих потужностей на перспективу, є зведення про замовлення – наявний портфель і нові надходження.

Портфель замовлень – це вартість усіх замовлень у межах окремої фірми або всієї галузі на визначену дату, незалежно від часу їх над-

ходжень. Він дає можливість оцінювати ймовірне завантаження підприємства у майбутньому, а дані про розмір портфеля замовлень усіх галузевих підприємств – перспективи завантаження галузі [3].

Надзвичайно важливим показником кон'юнктури є також курс акцій, що визначається прибутковістю капіталовкладень і розміром банківського відсотка [1].

Зниження курсу акцій зазвичай відбувається під час кризи, а його підвищення – у період піднесення, що пов'язано значною мірою з коливаннями динаміки прибутку й облікового (позичкового) відсотка відповідно до розвитку циклу. Проте найважливішим чинником, від якого залежить курс акцій, є не розмір виплачуваних дивідендів чи розмір банківського відсотка, а перспективи одержання дивідендів у майбутньому.

Останнє у свою чергу залежить від стану компанії, усієї галузі промисловості і загальної економічної ситуації у країні. Залежність курсу акцій від оцінювання майбутніх дивідендів і дає змогу використовувати цей показник у сукупності показників прогнозу. Зміни у спрямуванні курсів акцій, зазвичай, передують зміні кон'юнктури.

Чутливим показником кон'юнктури ринку позичкового капіталу є рівень облікового (позичкового) відсотка, що є ціною банківського капіталу.

Вагомий вплив на зменшення банківських депозитів здійснює хвиля банкрутств, що посилюється під час кризи і свідчить про неплатоспроможність торгових або промислових підприємств, тобто нездатність їх погасити свої зобов'язання через відсутність коштів.

При переході з однієї фази циклу до іншої кількість банкрутств змінюється, відображаючи закономірності перелому. Банкрутства змінюються обернено пропорційно зміні виробництва. За умов зростання надлишкових виробничих потужностей і посилення конкурентної боротьби характерним є загальне збільшення кількості банкрутств.

Нерідко банкрутства мають прихований характер, тобто здійснюються під видом різноманітних злиттів, реорганізацій і поглинань. Такі приховані банкрутства не відображаються статистикою, тому для одержання точнішого уявлення про динаміку банкрутств необхідно враховувати зміни фірмової структури ринку [8].

У разі потреби можуть бути використані (залучені) та інші показники кредитно-грошової сфери (динаміка банківських депозитів, позичкового капіталу, грошового обігу тощо), що також можуть відображати зміни на ринку. Наприклад, зменшення банківських депозитів го-

ворить про уповільнення процесу обертання товарів. Значне накопичення товарних запасів, що не знаходять збуту, різко скорочує повернення авансованих засобів і примушує удаватися до додаткового фінансування за рахунок вилучення своїх банківських депозитів У цьому випадку динаміка банківських депозитів свідчить про зміну динаміки загальногосподарської кон'юнктури.

З показниками динаміки і коливання ринку нерозривно пов'язані показники ризику, які значною мірою обумовлені конкурентною боротьбою і небезпечні втратою позицій на ринку. Ризик – складне явище ймовірної категорії, нерозривно пов'язане з ринковими процесами, загальною економічною кон'юктурою, соціально-політичною обстановкою і навіть психологією ринкових партнерів, що не піддається безпосередньому виміру. Можливе лише непряме оцінювання ризику. Це створює серйозні труднощі для об'єктивної його характеристики.

Таким чином, показники вивчення кон'юнктури є інструментарієм, за допомогою якого висвітлюються найважливіші зміни у сфері виробництва й обороту і використання якого дає змогу кількісно оцінити зміни на досліджуваніх ринках, що відбуваються під впливом різноманітних чинників.

Розмаїтість чинників, що впливають на ринкову економіку, створює певні труднощі у визначенні її розвитку на тривалу перспективу. При цьому, чим більше залучається, показників і чим коротшим є прогнозований період, тим вища точність прогнозу. Збільшення ж періоду і скорочення кількості показників можуть призвести до значної розбіжності між прогнозом і дійсним ходом подій.

Висновок

В даній статті виявлено варіанти розрахунку особливих показників ринкової кон'юнктури та аналізу кон'юнктури товарів і послуг в контексті процесу приведуть до підвищення ефективності управління діяльністю підприємств.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Аналіз ринкової кон'юнктури* / В.Р. Кучеренко, А.В. Андрійченко, С.А. Горбаченко, Р.В. Грінченко. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 345 с.
2. *Кучеренко В.Р., Карпов В.А.* Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: навчальний посібник. – К.: Знання, 2003. – 284 с.
3. *Кучеренко В.Р., Карпов В.А.* Основи економічної кон'юнктури: монографія. – К.: ЦНЛ, 2004: – 222 с.

4. *Соломяцев И.А., Кучеренко В.Р., Карпов В.А.* Проблемы конъюнктурных исследований на рынках товаров и услуг: научное издание. – Одесса: Полиграф, 2007. – 226 с.

5. *Конкуренция, конкурентноспособность, рыночная конъюнктура: учебное пособие* / В.И. Дубницкий, В.В. Комирная, Н.Ю. Науменко, О.В. Овчаренко, за общ. ред. д.э.н., проф. В.И. Дубницкого. – Днепропетровск: ГВУЗ УГХТУ, 2016. – 400 с.

6. *Пазуха М.Д.* Кон'юнктура світових товарних ринків / М.Д.Пазуха. – К.: ЦНЛ, 2008. – 312 с.

7. *Кочетов Э.Г.* Геополитика: освоение мирового экономического пространства. – М.: Нирма, 2010. – 460 с.

8. *Майер Дж., Олесевич А.* Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання у глобальній економіці: пер. з англ. – К.: Либідь, 2002. – 345 с.

Надійшла до редакції 28.10.2016

Рецензент: к.е.н., проф. В.П. Колесніков

ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ РЫНОЧНОЙ КОНЬЮНКТУРЫ В КОНТЕКСТЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ЕГО ВЫПОЛНЕНИЯ

Дубницкий В.И., Журавель В.В., Ямьяк А.В.

Исследованы теоретические вопросы изучения конъюнктуры при использовании отдельных показателей. Рассмотрены последние исследования и публикаций теоретико-методологических основ, решения проблем анализа рыночной конъюнктуры, которые отражены в трудах известных отечественных ученых. В статье представлены собственное видение показателей внутреннего товарооборота, а также отраженные изменения конъюнктуры внутреннего рынка. И характеристика формирования конъюнктурной ситуации на нем: обороты оптовой и розничной торговли, индексы стоимости жизни, данные о направлении товарных запасов, объемы продаж в кредит (или со скидкой), информация о внутренних перевозках грузов и т.д. Обосновано, что показатели внутреннего товарооборота особенно важны для изучения конъюнктуры рынков товаров потребительского назначения.

Ключевые слова: экономическая конъюнктура, рынок, промышленное производство, показатели предложения, экономическое пространство, уровни монополизации.

CALCULATION OF INDICATORS FEATURES SPECIAL SITUATION IN THE MARKET OF MANAGEMENT OF ITS

Dubnitskiy V.P., Zhuravel V.V., Yamyak A.V.

The theoretical aspect of the issue conditions using selected indicators, have been analyzed. We consider recent research and publications theoretical-methodological principles, problem solving, analysis of market conditions in the works of famous domestic scientists. The article presents vision of indicators of internal trade, display fluctuations of the internal market, market research situation characteristic formed on it, the turnover of wholesale and retail trade, the cost of living index, data on the direction of inventories, the size of credit sales (or at a discount), information on domestic freight and so on. Indicators of internal turnover is particularly important to study the market conditions consumer goods.

Keywords: economic conditions, market, industrial production, levels of proposition, economic environment, the monopolization level.