

*Потехина О.С., Потехина Т.С.  
Научный руководитель: к.э.н., доцент Л.И. Пугина  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: ptkhnl@mail.ru*

### **Оценка экономической конъюнктуры рынка: методика анализа и показатели**

Анализ экономической конъюнктуры рынка имеет большое значение в системе рыночных исследований в целом. В данное время рынок является очень перспективной единицей коммерческой деятельности, и, следовательно, изучением конъюнктуры просто необходимо для полного восприятия деятельности рынка.

Дадим определение экономической конъюнктуры рынка.

По мнению И.Н. Богдановой, термин «конъюнктура» означает временное, уникальное сочетание конкретных экономических, социальных, политических и экологических условий и факторов, которые влияют на формирование и взаимодействие спроса и предложения на отдельные товары, а также соотношение между совокупным спросом и предложением всех товарных ресурсов. Поэтому одной из важнейших задач является измерение факторов конъюнктурного анализа, так как именно движущая сила определяет характер изменяющейся среды, направление и темпы ее развития.

Под категорией «экономическая конъюнктура рынка» понимается сложная система, которая развивается под влиянием большинства факторов самого различного характера. Представляя существующую в каждый момент ситуацию на конкретном рынке, экономическая конъюнктура является результатом действий на рынке производителей и потребителей, конкурирующих друг с другом, ограничений или поддержки со стороны государства, политических и других факторов.

Основателем конъюнктурных исследований является У. Митчелл. Его радикальной идеей было статистическое исследование системы экономических показателей, объясняющих влияние различных факторов и экономическое моделирование меняющихся рыночных условий. По словам У. Митчелла, «экономическая конъюнктура рынка» представляет собой соотношение факторов, условий и выражается соотношением спроса, предложения и динамики цен, производства товаров и материальных запасов.

Основная цель изучения конъюнктуры рынка – определить характер и масштабы его баланса, особенно соотношение спроса и предложения. Суть функционирования рыночного механизма проявляется в стремлении и требовании к равновесию. Однако этот процесс, имеющий стохастический характер, находится под воздействием многих противоречивых факторов, что приводит к наличию постоянных колебаний и отклонений от основного направления развития рынка. Анализ возможных дисбалансов спроса и предложения указывает на изменение рыночной конъюнктуры. Оценка состояния рынка может варьироваться от отметки, «ясной» до уровня «шторм»; и является информацией и предупреждающей информацией, как для предпринимателей, так и для правительств [1].

Подчеркиваются следующие уровни исследования конъюнктуры рынка:

1. **Общехозяйственный уровень.** Демонстрирует пребывание мирового хозяйства или хозяйства отдельной страны, группы стран, складывающихся под воздействием конъюнктурообразующих факторов, включает следующие аспекты: экономический потенциал хозяйства и его элементы (природные, производственные, трудовые, финансовые ресурсы, научно-образовательный и инфраструктурный потенциал);
2. **Отраслевой уровень.** Отражает положение в отрасли национальной или глобальной экономики;
3. **Уровень отдельных товаров.** Показывает положение отдельных товаров на глобальном, национальном или региональном рынке.

Все факторы формирования и развития конъюнктуры рынка находят свое выражение в

определенных показателях. Эти показатели дают возможность соизмерить состояние экономики в целом или ее отдельных отраслей. Круг показателей изменяется в зависимости от объекта исследования: от того, проводится ли анализ конъюнктуры глобальной экономики или экономики отдельной страны, отдельной отрасли или отдельного рынка.

К числу основных показателей конъюнктуры рынка относятся показатели состояния и развития отраслей материального производства, сферы товарного обмена и потребления и кредитно-денежной сферы [2].

Анализ конъюнктуры рынка включает в себя изучение двух взаимосвязанных блоков – общехозяйственной конъюнктуры и конъюнктуры рынка конкретного товара. Для анализа общехозяйственной конъюнктуры используют результаты изучения внешней среды предприятия.

Среди важнейших показателей общехозяйственной конъюнктуры назовем следующие:

- объем и динамика валового национального продукта, национального дохода, производства в отраслях народного хозяйства;
- объем инвестиций;
- величина средней и реальной заработной платы;
- численность работающих в народном хозяйстве и в отраслях;
- показатели состояния внутреннего рынка (товарные запасы, объем и структура розничного товарооборота и пр.);
- динамика оптовых и розничных цен, индексы инфляции;
- уровень жизни населения;
- динамика внешнеэкономической деятельности;
- индексы фондовых рынков;
- уровень безработицы.

Таким образом, изучение товарного рынка и своевременное реагирование на изменения на рынке сегодня является одной из важнейших целей и условий успешного функционирования предприятий. Прежде всего, это обусловлено переходом нашей страны на качественно новые рыночные отношения. Пребывание экономической конъюнктуры рынка дает полную информацию о том, насколько благоприятной или неблагоприятной является ситуация на рынке, и тем самым принимать рациональные решения.

### Литература

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 511 с
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. – М.: Финпресс, 2014. – 490 с.
3. Источник IMF World Economic Outlook, 2007.