

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

**Економічний факультет  
Кафедра міжнародних економічних відносин**



**АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ  
методичні вказівки до вивчення курсу  
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини»**

**КРОПИВНИЦЬКИЙ — 2022**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**

**Економічний факультет  
Кафедра міжнародних економічних відносин**

**АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОН'ЮНКТУРИ СВІТОВОГО РИНКУ  
методичні вказівки до вивчення курсу  
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти  
за спеціальністю 292 «Міжнародні економічні відносини»**

Затверджено  
на засіданні кафедри  
міжнародних економічних відносин  
Протокол № 1 від 17.08.2022р.

Кропивницький 2022

Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку : метод. рек. до вивч. курсу для здобувачів другого (магістерського) рівня вищ. освіти за спец. 292 «Міжнародні економічні відносини» / [уклад. Л. М. Романюк, О. М. Соколовська] ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : ЦНТУ, 2022. – 24 с.

Рецензент: доктор економічних наук І.М. Миценко

## ВСТУП

**Мета** навчальної дисципліни «Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку» – полягає в одержанні студентами знань в галузі аналізу та прогнозування кон'юнктури міжнародних товарних ринків, механізмів, факторів формування ринкової кон'юнктури, інститутів та інструментів регулювання кон'юнктури товарних ринків, принципів побудови прогнозних моделей кон'юнктури, методів та форм презентації кон'юнктурного аналізу та інформації.

**Завданнями** є – вивчення теоретичних основ розвитку світових ринків, економічного аналізу світових ринків; а також використання набутих знань для розв'язання проблем виходу України на світовий ринок.

**Передумови для вивчення дисципліни.** Враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна вивчається після викладання наступних дисциплін: «Міжнародна економіка», «Основи підприємництва та міжнародний бізнес», «Міжнародна економічна діяльність України», «Економіка зарубіжних країн», «Світовий ринок ресурсів, товарів та послуг».

**Результати навчання.** У результаті вивчення дисципліни студент повинен

**знати:**

- основну методіку проведення кон'юнктурних досліджень;
- характеристика основних показників кон'юнктури;
- алгоритм проведення загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури товарного ринку;
- орієнтир у сучасному стані конкретних світових ринків товарів;
- основні методи ціноутворення на світових товарних ринках.

**уміти:**

- проводити кон'юнктурні дослідження товарних ринків;
- аналізувати кон'юнктуру світових товарних ринків;
- розробляти практичні пропозиції щодо окремих товарних ринків, складати прогнози їх розвитку;

- досліджувати причинно-наслідкові в'язки і прогнозувати наслідки прийнятих рішень суб'єктами ринку;
- аналізувати та оцінювати, на основі кон'юнктурних показників, перспективи розвитку світових ринків та пов'язаних з ними галузей промисловості.

*бути ознайомленим:* із сучасною методикою аналізу попиту і пропозиції на світових ринках, а також прогнозуванням їх величини у майбутньому з урахуванням імовірнісних подій.

# 1. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН КУРСУ

## Тема 1. Виникнення світового ринку і стадії його розвитку

1. Формування та етапи розвитку суспільного виробництва на світовому ринку.
2. Характерні риси світового капіталістичного ринку.
3. Місце країн, що розвиваються, в системі розвитку світового ринку

Формування та етапи розвитку суспільного виробництва на світовому ринку. На сучасному етапі суспільного розвитку значну роль для економіки кожної окремої країни і світу в цілому відіграє світове господарство, яке поєднує національні господарства, що пов'язані і взаємодіють за законами міжнародного поділу праці (МПП).

Світовий ринок – це сукупність ринків окремих країн, що пов'язані між собою товарообміном. Ринок - це засіб або механізм реалізації і придбання товарів і послуг, у якому беруть участь продавці і покупці, тобто він являє собою систему співвідношення пропозиції і попиту різних власників. Тобто, ринок - це вартісна система обміну різними продуктами праці.

Світовий ринок базується на міжнародній виробничій спеціалізації окремих країн. Він є сферою, де з метою забезпечення розширеного відтворення здійснюється заміщення виробів, зроблених одною країною, продуктами іншої. Обмін товарів на світовому ринку являє собою процес, що забезпечує безперервність розширеного відтворення. Тому зв'язки між товаровиробниками різних країн, що здійснюється через обмін товарів, розширюється в міру збільшення масштабів виробництва.

До основних причин формування національних ринків відноситься:

1. Пошуки підприємців оптимальних умов реалізації своєї продукції за межами своєї країни з метою отримання більших прибутків.
2. Промисловість дає можливість робити величезні партії товарів для продажу. У погоні за масою прибутку підприємці розширюють продаж своїх товарів не тільки всередині країни, але і за її кордоном. Це також призводить до розширення зовнішньої торгівлі, тобто до розвитку ємкості світового ринку.
3. Погоня за прибутком усередині країни відбувається в умовах гострої конкурентної боротьби між підприємствами.
4. Масове виробництво товарів на базі значної машинної промисловості викликає величезний попит на сировинні товари.

Сучасному світовому ринку характерні наступні риси, що розкривають особливості його функціонування:

1. Перша характерна риса визначається товарною природою капіталізму. Вона полягає в тому, що економічні зв'язки між окремими країнами здійснюються за принципом вигідності та прибутковості. Світовий капіталістичний ринок відіграє важливу роль у підвищенні норми прибутку підприємств промислово розвинутих країн за рахунок посилення експлуатації економічно відсталих країн.

2. Другою характерною рисою світового капіталістичного ринку є невідповідність виробництва і конкуренції. Визначальним чинником галузевого розміщення товаровиробників є прагнення кожного з них вкласти капітал у ту сферу діяльності, де норма прибутку вище.

3. Світовому капіталістичному ринку завжди була притаманна гостра конкурентна боротьба між підприємствами окремих країн. Зараз боротьба йде між США і Китаєм, країнами ЄС і іншими державами. В епоху корпоративного капіталізму, на світовому капіталістичному ринку важливе місце займали ТНК. Такі учасники міжнародних економічних відносин здійснюють економічний поділ, регулюючи поділ світового ринку різноманітних товарів і цін.

4. В системі зовнішньої торгівлі присутні країни, що знаходяться на різних рівнях розвитку товарного виробництва. Це обумовлено різноманітними історичними термінами виникнення капіталізму в різних країнах і регіонах і з нерівномірністю темпів його розвитку.

5. Визначальна риса сучасного світового ринку виявляється в тому, що промислово розвинуті держави активно проводили заходи щодо захисту національних ринків від імпорту товарів і збільшення експорту власної продукції. Тобто, дотримувалася політика протекціонізму.

6. На сучасному етапі розвитку капіталістичного ринку відбулося активне створення глобальних та регіональних інтеграційних угруповань - ЄС, Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА), Латиноамериканська економічна система (ЛАЄС), Асоціація держав Південно Східної Азії (АСЕАН) та ін.

7. Незважаючи на ріст монополізації регіональної-лібералізації, характерною рисою розвитку світового ринку є міжнародні державні форми його регулювання. До таких форм відносяться загальні торгові спілки типу Всесвітньої торгової організації, Міжнародний валютний фонд (МВФ), Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР), Європейський банк реконструкції і розвитку (ЕБРР) і ін.

## Тема 2. Світовий ринок: сутність та головні риси

1. Сутність та сучасні напрямки розвитку світового товарного ринку.
2. Світові товарні ринки та їх структура.
3. Кон'юнктура світового ринку ресурсів, товарів та послуг.
4. Принципи діяльності суб'єктів господарювання на світовому ринку ресурсів, товарів та послуг.

Ринок є невід'ємною частиною суспільного господарського відтворення і формується в тісній взаємодії з усіма його елементами: виробництвом, споживанням, розподілом. Ринок являє собою сферу товарно-грошового обміну, розвитку торговельних функцій між продавцем і покупцем. Первісним елементом світового ринку є внутрішній ринок, який здійснює торговельні операції з внутрішньої торгівлі. Національний ринок поєднує внутрішню та зовнішню торгівлю даної країни. Світовий ринок - це система обміну товарами і послугами, що історично склалася і постійно розвивається, а також базується на міжнародному поділі праці і міжнародних торговельно-економічних, валютно-фінансових і кредитних відносинах. Він є складною сукупністю міжнародних регіональних і товарних ринків, неоднорідним по складу і вкрай динамічним утворенням. Пов'язуючи виробництво з споживанням, ринок вказує виробникам, які товари слід виготовляти і в якій кількості. Через ринок споживачі впливають на виробництво. Це означає, що зміст поняття «ринок» як системи обміну стає більш широким. Він стосується всіх фаз суспільного виробництва — самого виробництва, розподілу, обміну і споживання. В даному випадку ринок — це система відтворення, яка саморегулюється, всі ланки якої перебувають під постійним впливом попиту і пропозиції. Ринок передбачає наявність носіїв ринкових відносин, тобто суб'єктів ринку, до яких належать виробники, продавці, покупці і споживачі. — юридичні і фізичні особи Об'єктами ринку є всі блага і послуги, через які виникають ринкові відносини. До них належать предмети споживання і послуги, засоби виробництва, фінансові ресурси, робоча сила.

До соціально-економічних умов функціонування ринку відноситься:

1. Міжнародний поділ праці і спеціалізація виробників.
2. Приватна власність (одноосібна, корпоративна), яка обумовлює повну свободу вибору кожним суб'єктом ринку своїх партнерів і цивілізовану економічну поведінку.
3. Обмежена економічна роль держави. Держава втручається у відносини між суб'єктами ринку тільки в тих випадках, коли це необхідно для створення конкурентного середовища і підтримання конкуренції.



4. Відокремленість суб'єктів ринку. Особисті економічні інтереси незалежних суб'єктів спрямовані на максимізацію доходів при мінімізації витрат.

Світовий ринок характеризується наступними основними рисами: він є категорією товарного виробництва, яке вийшло в пошуках збуту своєї продукції за національні межі; він виражається через міждержавне переміщення товарів, які знаходяться під дією не лише внутрішнього, але і зовнішнього попиту і пропозиції; він оптимізує використання факторів виробництва, підказуючи виробнику, в яких галузях і регіонах вони можуть бути застосовані більш ефективно; він витісняє з міжнародного обміну товари, а часто і їх виробників, які не в змозі забезпечити міжнародний стандарт якості конкурентних цін.

Основні особливості розвитку світового ринку проявляються через:

- діючу сферу міжнародного балансу попиту та пропозиції на товари, які експортуються та імпортуються країнами на світовому ринку;
- обсяги експорту, що визначаються обсягами надлишкової пропозиції товару, обсяги імпорту — обсягами надлишкового попиту на товари;
- факт наявності надлишкової пропозиції та надлишкового попиту на міжнародному ринку, що встановлюють, порівнюючи внутрішні рівноважні ціни на однакові товари у різних країнах;
- ціна, за якою здійснюється міжнародна торгівля, знаходиться між мінімальною та максимальною внутрішніми рівноважними цінами, які існують у країнах до початку торгівлі;
- зміну світової ціни, що призводить до зміни кількості товарів, які експортуються та імпортуються на світовому ринку та зміну кількості експортованих та імпортованих товарів, що призводить до зміни світової ціни.

Кон'юнктура світового господарства або окремої галузі та товарного ринку в кожний конкретний момент часу визначається великою кількістю сукупності факторів, причин і умов розвитку господарства. Розвиток кон'юнктури визначається впливом таких факторів: економічних; політичних; військових; науково-технічних; кліматичних; психологічних (чутток, паніки, очікувань).

### **Тема 3. Роль і місце кон'юнктурних досліджень в системі ринкових відносин**

1. Сутність кон'юнктури ринку і кон'юнктурних досліджень.
2. Основні завдання кон'юнктурних досліджень ринку.
3. Характеристика підходів до визначення поняття «кон'юнктура» та підходів до класифікації видів кон'юнктури.
4. Історичний досвід дослідження економічної кон'юнктури.

Слово «кон'юнктура» має походження від астрономічного терміну, який подібний за своїм змістом зі словом «констеляція». Слово «констеляція» означає наступне: положення зірок (в певний момент); положення справ, збіг обставин, ситуація.

Починаючи з XVII сторіччя поняття «кон'юнктура» стало загальноновживаним у значенні «положення речей, тимчасові взаємозв'язки».

Кон'юнктура являє собою комплексне і швидкозмінне явище, яке відображає динамічність та стихійність, непередбачуваність розвитку ринку. Це зв'язано з тим, що ринкова кон'юнктура формується під впливом безлічі елементів та дій, які в свою чергу підпорядковуються імовірнісним законам. Кон'юнктуру ринку можна оцінити за допомогою ряду якісних та кількісних характеристик. Завдяки цим особливостям кон'юнктури, використання різноманітних саме статистичних методів збору, обробки та аналізу інформації дає можливість одержати ефективні та цінні результати.

Кон'юнктурні дослідження являють собою визначену систему дій, заходів науково-дослідної діяльності, спрямованих на одержання достовірних інформаційних матеріалів про стан кон'юнктури галузевого, товарного чи регіонального ринку про співвідношення попиту і пропозиції товарів та послуг, ступінь масовості попиту, відповідність обсягів, структури і якості товарної продукції обсягам, структурі і попиту, відповідність матеріально-технічної бази торгівлі потребам розвитку ринку тощо.

Виділяють чотири рівні параметра «час», що є межами об'єкта кон'юнктурних досліджень у часовій площині: кон'юнктура на визначену дату; кон'юнктура за короткостроковий період; кон'юнктура за середньостроковий період часу; кон'юнктура за довгостроковий період часу.

Кон'юнктура є надзвичайно різноманітною і потребує постійного вивчення та дослідження. Це можна пояснити тим, що постійні дослідження дають можливість повно та всебічно враховувати вплив різноманітних факторів кон'юнктури і передбачати показники для забезпечення ефективного розвитку в умовах ринкової економіки.

Проблемі дослідження економічної кон'юнктури присвячені праці Гейця В., Карпова В., Клінова В., Крючкової І., Кучеренко В., Лукінова І.,

Піскоппеля Ф., Рождественської Л. та інших вчених. Проте питання вивчення досвіду досліджень економічної кон'юнктури потребує подальших досліджень. Особливо це актуально для України, в якій тільки починає формуватися система кон'юнктурних досліджень ринку.

Дослідження економічної кон'юнктури розвивались на емпіричній основі і мали прикладний характер, так як були покликані сприяти вирішенню практичних завдань, які виникали внаслідок зміни темпів і пропорцій зростання ринку разом з еволюцією економічної системи в міру розвитку виробничих сил. У джерел практичних кон'юнктурних досліджень стояли видатні економісти. Основи сучасної методології економічних досліджень заклали:

- 1) професор Гарвардського університету, розробник еталонного економічного барометра М. Персонс;
- 2) професор Колумбійського університету, засновник Національного бюро економічних досліджень У. Мітчелл;
- 3) лауреат Нобелівської премії 1971 р. С. Кузнець;
- 4) професор Римського університету, голова Центрального інституту статистики в 1926-1932 рр. Коррадо Джині;
- 5) голова Інституту кон'юнктурних досліджень в Берліні Ернст Вагеман;
- 6) засновник Австрійського інституту кон'юнктурних досліджень, лауреат Нобелівської премії 1974 р. Фрідріх А. фон Хайек.

#### **Тема 4. Рівновага в економіці та кон'юнктурні дослідження**

1. Рівновага в економіці, економічна статика і динаміка.
2. Види економічних процесів.
3. Зміст і форми прояву макроекономічної нестабільності.
4. Характеристика макроекономічних показників і параметрів економічного циклу.
5. Класифікація економічних циклів та причини виникнення циклічних коливань в економіці.
6. Циклічні коливання економічного росту. Теорія економічних циклів.  
Промисловий економічний цикл.  
Еволюція економічних циклів.  
Причини середніх циклічних коливань.  
Теорія довгих хвиль Кондрат'єв М.Д.
7. Кризи в розвитку соціально-економічних систем: загальні поняття і типологія криз; цикли суспільного відтворення та їхня роль у виникненні економічних криз.

8. Основні теорії економічних криз.
9. Технологія антикризового управління.
10. Теорія і методологія інноваційного розвитку економіки.
11. Класифікація інновацій та інноваційних підходів.

Під економічною статикою розуміється така теорія і практика, яка розглядає економічні явища поза зміною в часі. Навпаки, економічна динаміка вивчає економічні явища в процесі їхньої зміни в часі.

Методи кон'юнктурного аналізу становлять сполучну ланку в уявленнях про статичні елементи економічної системи (суб'єкти господарювання, держави, власності і т. д.) і їхню поведінку в економічній системі та в часі.

Для аналізу економічної кон'юнктури дуже важливе значення має поняття стан системи.

Для статичної основною категорією аналізу об'єкта слугує категорія незмінності, тотожності. З цими категоріями пов'язана концепція статичного стану рівноваги економіки.

Для динаміки основною категорією є зміна, розбіжність елементів системи. Однак динаміка може використовувати категорію динамічної рівноваги.

Поняття «економічна рівновага» досить просте, під яким розуміють такий стан економіки, при якому досягається стале урівноваження та взаємне збалансування структур, що протидіють одна одній (виробництво і споживання, попит і пропозиція тощо).

М.Д. Кондрат'єв до основних характеристик великих циклів відносив науково-технічні винаходи, відкриття, зміни технологічного устрою, оскільки всі ці складові мають вплив на соціально-економічне життя суспільства, утворення нових ринків тощо. Науково-технічна революція розглядалася як основа циклу, а згідно теорії «інноваційних пакетів» нововведення розподіляються в часі нерівномірно і з'являються групами.

Щодо траєкторії економічного зростання чи спаду, тобто тренду, то його визначають два основних показники: швидкість оновлення виробничих засобів; ефективність нововведень.

Феноменом циклу називають періодичність повторення характерних соціоекономічних і технологічних ситуацій через певні проміжки часу. Особливий інтерес викликає ситуація, коли короткі та середні цикли «начиплюють» на довгі хвилі.

Хвильоподібний рух - це не що інше, як процес відхилення від стану рівноваги, якої намагається досягти економіка, а вона періодично порушується і виникає необхідність створення нового запасу основних капітальних благ, тобто основних засобів, які б відповідали новому способу

виробництва. Зрозуміло, що таке оновлення відбувається не плавно, а раптово, так би мовити поштовхами, ключова роль при цьому припадає саме на науково-технічні винаходи, відкриття та науково-технічний прогрес.

Теорія довгих хвиль має надзвичайно важливе значення для економіки:

по-перше, вона закладає наукові основи довгострокового прогнозування економічного прогресу;

по-друге, дає змогу визначити фундаментальні закономірності функціонального розвитку способів виробництва та їхні фазові переходи.

Антикризове управління - це сукупність методів, прийомів, які дають змогу розпізнавати кризи, здійснювати їхню профілактику, дозволяють подолати їхні негативні наслідки та згладити перебіг кризи.

Технологія антикризового управління включає в себе ряд послідовних кроків щодо реалізації механізму впливу на систему з метою попередження, пом'якшення та подолання криз різних типів.

Й. Шумпетера можна вважати засновником теорії інновацій. Він зосередив увагу саме на економічних інноваціях та достатньо високо оцінив роль підприємця, якого вважав новатором в економічному прогресі, чия ключова роль полягала в реформації або революціонізації виробництва, використовуючи для випуску нових товарів або виробництва старих більш новим способом, відкриваючи нові джерела і матеріали або нові ринки. Тобто, можна стверджувати, що саме завдяки підприємцю - інноватору відбуваються динамічні зміни в економіці. Також Й. Шумпетер вперше зазначив відмінність між такими категоріями як винахід та нововведення. Він трактував нововведення як відкриття нових знань, нових продуктів, нових джерел постачання, нових форм індустріальних організацій та їх практичного застосування в економіці.

## **Тема 5. Державна кон'юнктурна політика**

1. Сутність та характеристика кон'юнктурної політики.
2. Основні функції держави у галузі кон'юнктурної політики.
3. Державні методи впливу на кон'юнктурну політику.
4. Антициклічні заходи економічної політики держави.

Основною метою державної галузевої політики є вирішення проблем, пов'язаних з так званими провалами ринку, до яких можна віднести недосконалість системи інформації, серед якої надзвичайно важливе місце посідає такий її феномен як асиметрична інформація; суспільні блага, монопольна влада, зовнішні ефекти.

Кон'юнктурна політика держави - це сукупність урядових заходів стосовно забезпечення динамічного та рівноважного стану національної

економіки в умовах повної зайнятості, стабільних цін і зовнішньоекономічної рівноваги (антициклічне регулювання). Причини, що спонукають державу розробляти та здійснювати кон'юнктурне регулювання, пов'язані з такими негативними явищами: зростання безробіття, збільшення ризикованості інвестицій, дефіцит деяких ресурсів, інфляція, несформованість ринку цінних паперів, диференційований споживчий попит населення (зосередження великої грошової маси з обмеженими можливостями інвестування в одних групах і недостатня грошова маса для раціонального споживання - у інших).

Ключовими показниками, що характеризують рівень загальноєкономічної кон'юнктури ринку є інфляція та безробіття. Причому спостерігається тенденція до росту інфляції в період високої кон'юнктури, а безробіття - в період низької кон'юнктури.

Антициклічне регулювання - це система економіко-політичних заходів, які здійснюються державою з метою пом'якшення циклічних коливань, мінімізації понесеного збитку.

## **Тема 6. Дослідження кон'юнктури галузевого ринку**

1. Класифікація факторів, що утворюють кон'юнктуру.
2. Ключові фактори, утворюють кон'юнктуру підприємств .
3. Характеристика позитивно та негативно діючих факторів індустрії.
4. Дослідження структурних елементів ринку.
5. Методика дослідження економічної кон'юнктури.
6. Оцінка стратегій розвитку кон'юнктури ринку.
7. Методи аналізу основних тенденцій кон'юнктури ринку.

Під факторами розуміють причини, за яких утворюються чи формуються певні наслідки. Будь-яка ситуація, що складається на галузевому ринку, є наслідком взаємодії певної кількості факторів. У свою чергу, ринкові ситуації формуються під впливом значної кількості факторів, так званих факторів, що впливають на кон'юнктуру. Саме тому, з метою більш ефективного аналізу, їх дії необхідно класифікувати багатofакторні сукупності за відповідними критеріями.

Економічні фактори характеризують такі негативні або позитивні прояви ринкового механізму як загальний спад (ріст) виробництва, криза (пожвавлення), інфляція, високий (низький) рівень безробіття, нестабільність (стабільність) фінансової системи, зростання (падіння) цін на ресурси, неплатоспроможність (платоспроможність) партнерів тощо.

Щодо політичних факторів, то важливо зазначити такі характеристики як: політична нестабільність (стабільність) суспільства, зовнішньоекономічна політика уряду, внутрішньоекономічна політика

уряду, зміна умов експорту та імпорту, втрата (поява) ринку збуту, недосконалість законодавства взагалі та галузевого зокрема, інші прояви регулювальної функції держави та уряду.

Умови формування конкурентного середовища, механізм формування і підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та національної економіки зокрема, науково-технічний прогрес, його можливості та наслідки - це домінанти ринкових факторів що утворюють кон'юнктуру.

Демографічні фактори також є надзвичайно важливими для діяльності підприємств індустрії і потребують постійно діючого моніторингу щодо чисельності і складу населення, життєвого рівня та якості життя населення, культурного устрою суспільства, розміру і структури потреб, платоспроможного (реального) та потенційного попиту населення тощо.

Характеризуючи кон'юнктуру як економічну категорію необхідно розглядати, перш за все, такі основні характеристики як попит, пропозиція і ціна.

Для розробки класифікації факторів, що утворюють кон'юнктуру, які відображають особливості об'єкта дослідження, необхідно проаналізувати різні підходи щодо їх систематизації. Оскільки, найчастіше кон'юнктуру ідентифікують як співвідношення попиту і пропозиції, тому всі фактори, що утворюють кон'юнктуру, залежно від їх взаємозв'язку з ринковими елементами, їх доцільно класифікувати на фактори попиту та фактори пропозиції.

Виділяють такі ключові нецінові фактори, які мають вплив на попит: доходи покупців; чисельність покупців; ціни на взаємозамінні товари; споживчі смаки, у тому числі об'єктивні смаки і мода; споживчі характеристики товарів; зміна споживчих властивостей товару; зміни, що відбуваються у навколишньому середовищі; споживчі сподівання тощо.

Необхідно підкреслити, що вибір факторів, які визначають стан попиту являє собою надзвичайно складне і в той же час творче завдання, де мають бути враховані наступні характеристики: споживчі очікування; експлуатаційні витрати; обмеженість можливостей отримання споживчого кредиту; розмір ліквідних активів; нагромаджений обсяг майна; впевненість у майбутньому; склад родини та її характеристика тощо.

Щодо пропозиції, то до складу факторів пропозиції, які мають принциповий вплив на кон'юнктуру підприємств, можна виділити наступні: ціни на ресурси (собівартість виробництва); технологія виробництва; число конкуруючих продавців на ринку; ціни на інші товари, які випускаються цим підприємством, тобто інші джерела прибутку; очікування зміни цін; умови продажу, включаючи маркетинг та рекламу; ціни на взаємозамінні товари.

Існує дещо інший підхід щодо поділу факторів, що утворюють кон'юнктуру: попиту; пропозиції; рівень і співвідношення цін на товари; якість товарів; моду; рекламу, тощо.

Безпосередньо з дослідження та прогнозування кон'юнктури впливає необхідність в управлінні факторами. Залежно від керованості факторів, їх можна розділити на такі групи: регульовані; частково регульовані; нерегульовані; випадкові.

Особливої уваги заслуговують основні принципи, що є необхідними для забезпечення оптимальних результатів для організації кон'юнктурного дослідження: цілеспрямованість; комплексність; системність; безперервність.

Методика вивчення економічної кон'юнктури містить такі види робіт: визначення об'єкта (вид ринку або його частини) дослідження; дослідження основних рис і особливостей ринку; визначення кола показників кон'юнктури; формування інформаційної бази аналізу кон'юнктури; визначення методів дослідження; аналіз результатів дослідження; визначення методів прогнозування кон'юнктури; складання кон'юнктурного прогнозу.

Кон'юнктурні дослідження повинні здійснюватися в певній послідовності. Прийнято виділяти такі стадії (етапи) вивчення економічної кон'юнктури: дослідження основних рис і особливостей ринку; розробка методики вивчення кон'юнктури; збір і нагромадження кон'юнктурної інформації; аналіз кон'юнктури; прогноз кон'юнктури.

Основною метою аналізу ринкової кон'юнктури є вивчення тенденцій розвитку ринку. На практиці крива кон'юнктури може бути побудована лише на основі динамічних рядів показників - індикаторів ринку. Для оцінки динаміки кон'юнктури використовують статистичні методи аналізу часових рядів та індексний метод. При дослідженні кон'юнктури прийнято дотримуватись такої послідовності: розраховуються показники динаміки рівнів ряду (ланцюгові, базисні темпи росту і приросту); будуються графіки рівнів аналізованого показника і показників його динаміки; за допомогою того чи іншого методу дається оцінка кривої кон'юнктури; робиться інтерпретація основної тенденції та функції кон'юнктури; розраховуються показники коливання і циклічності кон'юнктури.

### **Тема 7. Характеристика кон'юнктурних показників**

1. Основні вимоги до використання економічних показників у кон'юнктурному аналізі.
  - 1.1. Система показників кон'юнктури ринку.
2. Характеристика макроекономічних та мікроекономічних показників кон'юнктури.
3. Класифікація показників ринкової кон'юнктури.
4. Завдання аналізу динаміки та коливання ринку.
5. Аналіз динаміки та стійкості розвитку ринку.



Вивчення кон'юнктури здійснюють за допомогою комплексу економічних показників, які дозволяють, по-перше, дати кількісну характеристику тим якісним змінам, що відбуваються в процесі відтворення й характеризують сформовану ситуацію на ринку, по-друге, визначити значимість, напрямки й тенденції розвитку кон'юнктури, тобто скласти прогноз. Значення цих показників для характеристики стану й перспектив розвитку кон'юнктури не рівнозначне.

При розробці системи показників кон'юнктури, потрібно зважати на те, що вона має сприяти вирішенню кількох задач, зокрема: вивченню порівняльної показової сили окремих даних кон'юнктури; дослідженню послідовності у часі, яка притаманна певним показникам кон'юнктури, оскільки деякі з них ідуть один за одним; а також послідовності їхнього руху та знаходження (при можливості) інтервалів між цими показниками; аналізу загальних показників кон'юнктури: так званих єдиних показників чи тотальних індексів, які необхідні для діагностики та економічних барометрів - для прогностичних цілей.

Однією із спільних особливостей усіх показників кон'юнктури має бути їхня властивість змінюватися в залежності від руху господарства із однієї фази циклу в іншу. На основі результатів дослідження зміни показників кон'юнктури, які мали місце під час руху циклів, можна робити висновок не лише про зміни, які вже мали місце, але й використовувати деякі з цих показників для прогнозування кон'юнктури.

Основною метою вивчення кон'юнктури ринку є вивчення закономірностей її формування, зміни основних притаманних їй тенденцій, а також характер дії ринкового механізму. В зв'язку з цим, приступаючи до аналізу ринкової кон'юнктури, необхідно звертати увагу на характер і ступінь збалансованості ринку, тобто розпочати цей аналіз з детального вивчення попиту й пропозиції. Відомо, що сутність дії ринкового механізму зводиться до намагання попиту й пропозиції зрівноважитись. Але цей процес постійно знаходиться під впливом багатьох чинників, які суперечать один одному. Це призводить до постійних коливань і відхилень від основної тенденції розвитку ринку. Тому, аналізуючи можливі диспропорції, які виникають між попитом і пропозицією, можна виявити, попередити і вжити певних заходів у зв'язку зі зміною ринкової ситуації, тобто кон'юнктури.

Особливе місце в кон'юнктурних дослідженнях динаміки відводять розрахунку та аналізу індексів ринку. Це пояснюють тим, що індексний метод дозволяє вирішити ряд важливих завдань, які стоять перед аналізом динаміки ринку. Такими принципово важливими завданнями є наступні: оцінка вектора та швидкості розвитку ринку; відображення якісних, кількісних і цінових компонент динаміки ринку; виявлення та характеристика значення факторів зовнішнього й внутрішнього середовища в

динаміці ринку; відображення ролі регіонів у формуванні процесу загальної зміни ситуації; виявлення та оцінка асортиментних та структурних зрушень у динаміці ринку.

Основні завдання вивчення динаміки ринку пов'язані також із оцінкою та дослідженням процесів стійкості та коливання ринку, оскільки є потреба знати та розуміти як розвивається ринок - рівномірно, плавно чи з певними коливаннями, - а також оцінити розмах та сили цих коливань, їх напрямки та інтенсивність.

Стійкість стану та розвитку ринку, тобто рівномірність та нестійкість, коливання ринку, тобто нерівномірність являють собою єдність протилежностей.

Необхідно враховувати, що ринкові коливання можуть проявлятися:

по-перше, у часі, коли ринкові коливання проявляються в динаміці, у формі ломаної лінії тенденції змін ринку;

по-друге, у просторі (нерівномірний розвиток ринку або коливань підприємств чи територій).

Під час проведення аналізу враховують, що чим меншим є розмах варіації, тим більш стійким є ринок і його розвиток, а також більш надійними та достовірними вважаються його оцінки та прогнози.

Коливання, тобто варіація - є протилежністю (антиподом) стійкості. У часі коливання розвитку ринку можна виміряти як середнє значення суми відхилень фактичних рівнів розвитку від основної тенденції, тобто від тренду.

Цей показник називають коефіцієнтом апроксимації та виражають у відсотках до середнього рівня і розраховують як середньоквадратичне відхилення емпіричних рівнів від тренду.

При проведенні оперативного аналізу динаміки стійкості можна використовувати, так званий кон'юнктурний метод тестування. Кон'юнктурний тест - це середня арифметична із трьох можливих оцінок тенденції розвитку ринку, що склалася, і кожній з яких присвоюють відповідний бал. Такими можливими тенденціями розвитку ринку виступають: зростання (підйом); стабільність; зниження (спад).

Кон'юнктурний аналіз динаміки дає узагальнюючу оцінку тенденції розвитку ринку.

При побудові кон'юнктурного тесту використовують три групи показників:

- інструментальні показники, які залежать від діяльності підприємств і плануються самими підприємствами;
- змінні очікування - залежать не від підприємств, а від зовнішніх факторів;
- сукупні показники є залежними як від дій підприємств, так і від зовнішніх факторів.

## Тема 8. Методи аналізу кон'юнктури галузевого ринку

1. Характеристика методів аналізу економічної кон'юнктури.
2. Класифікація методів технічного аналізу.
3. Теорія Доу.
4. Хвильова теорія Еліота.
5. Методи фундаментального аналізу.
6. Метод головних компонент, його сутність і призначення.
7. Кластерні процедури класифікації.

У сучасному трактуванні методи аналізу економічної кон'юнктури підрозділяють на фундаментальний і технічний аналіз.

Фундаментальна методика в тому або іншому ступені доступна будь-якій людині, тому що дані можна одержувати як із засобів масової інформації, так і зі спеціальних видань. Широко використовується такий набір фундаментальних показників: валовий національний продукт, паритет купівельної спроможності, рівень процентних ставок, рівень безробіття та інфляції, стан платіжного балансу країни, різні зведені індекси.

**Технічний аналіз у цілому можна визначити, як метод прогнозування економічного процесу (найчастіше цін), що засновані на математичних, а не на економічних викладеннях.**

Основу аналітичного апарата технічного аналізу становить побудова й інтерпретація графіків динаміки рівня цін і обсягів продажу окремих видів фінансових інструментів.

**До методів технічного аналізу належать: графічні; теорія циклів; з використанням фільтрації або математичної апроксимації.**

Теорія Доу, була створена для використання на ринках цінних паперів та індексів. Ця теорія є основою технічного аналізу, а тому принципово важливо зрозуміти її сутність та ключові особливості задля можливості використовувати інструментарій та методику теорії Доу для вирішення нагальних завдань в умовах сучасності.

До принципово важливих положень теорії Доу відносяться наступні пункти:

- рух індексів враховує все;
- ринок має свої три тренди;
- головний тренд має притаманні йому три фази;
- індекси мають підтверджувати один одного.

Хвильова теорія Еліота - одна з найстаріших теорій технічного аналізу. Із часу її створення ніхто з користувачів не вносив до неї яких - небудь помітних нововведень. Навпаки, усі зусилля були спрямовані на те, щоб

принципи, сформульовані Еліотом, вимальовувалися чіткіше. Теорія Еліота не дуже проста у використанні, але якість прогнозів, що одержані при її використанні, дуже висока.

Основою теорії слугує так звана хвильова діаграма. Хвиля - це чіткий помітний ціновий рух. Дотримуючись правил розвитку масової психологічної поведінки, всі рухи цін розбивають на п'ять хвиль у напрямку сильнішого тренду, і на три - при русі (корекції) вниз.

Якщо виходити із традиційної класифікації методів, що використовують у кон'юнктурному аналізі, то в цілому їх можна поділити на такі групи:

- 1) методи економічного загальносистемного аналізу;
- 2) економіко-математичні методи;
- 3) економіко-статистичні методи.

Основними методами загальносистемного аналізу економічної кон'юнктури є:

- методи порівняння;
- візуально-графічні методи;
- балансовий метод;
- формально-логічні методи.

У кон'юнктурному аналізі самостійне значення приділяють візуально-графічним методам. У загальному вигляді ці методи зводяться до побудови таблиць і графіків, які завдяки своїй наочності дуже успішно застосовують для аналізу кон'юнктури.

Балансовий метод також з успіхом застосовують при оцінці динаміки певного процесу в рамках обмеженого календарного періоду (наприклад, побудова балансу попиту та пропозиції).

До формально-логічних методів слід віднести методи експертних оцінок та інші методи теорії масового попиту. До експертних методів належать і різні рейтингові розрахунки. Сутність рейтингів полягає в складанні впорядкованих списків (за зменшенням або зростанням функціонального фактору) суб'єктів аналізованої сукупності (наприклад, список найбільш високорозвинених країн за темпами приросту ВВП).

Для проведення моделювання та прогнозування кон'юнктури ринку протягом останніх років все більше використовують багатовимірні методи. Серед них чільне місце посідає метод головних компонент. Це пояснюють тією особливістю методу головних компонент, що за його допомогою можна одночасно досліджувати чималу кількість ознак, у тому числі і взаємозалежних. У результаті узагальнення початкових ознак є змога виявити загальні закономірності, тобто, в результаті дослідження значної кількості ознак, які характеризують ринок, можна виявити чинники що

утворюють кон'юнктуру, які безпосередньо неможливо спостерігати та оцінювати, оскільки вони є внутрішніми, прихованими властивостями явищ.

## **Тема 9. Кон'юнктурне оцінювання підприємницького ризику**

1. Сутність та класифікація ризиків, пов'язаних із діяльністю підприємств індустрії.
2. Характеристика індикаторів ризику.
3. Класифікація методів оцінки та аналізу ризику.
4. Методи зменшення ризиків.

Ризик - це імовірна загроза програти на ринку, наприклад, не продати товар, не одержати запланований прибуток, понести прямі чи непрямі збитки, бути усуненим з ринку тощо.

Ризик являє собою складне явище, яке нерозривно пов'язане з ринковими процесами, загальною економічною кон'юнктурою, соціально-психологічним становищем і, навіть, психологією ринкових партнерів.

**Для кон'юнктурних досліджень дуже важливою є сама можливість оцінки ризику, виміру його сили та наслідків.**

Основною метою дослідження факторів ризику є виявлення та пояснення причин, які призвели до ситуації, що пов'язана із появою ризику. Основними умовами та факторами ризику є наступні:

- ринкова ситуація;
- наявність (відсутність) конкурентів, рівень конкурентоспроможності;
- ступінь заповнюваності портфелю замовлень;
- рівень попиту, збалансованість попиту та пропозиції;
- наявність та ефективність маркетингової та консалтингової служби;
- фінансова стійкість підприємства.

Найчастіше використовують класифікацію ризиків за рівнем можливого результату, поділяючи ризики на чисті та спекулятивні.

Чисті ризики являють собою ситуацію, яка передбачає лише два варіанти: або фінансові збитки, або їх відсутність, але не виграш. До чистих ризиків можна віднести природні, екологічні, політичні, транспортні ризики, а також частину комерційних ризиків. Чисті ризики можна розділити на прямі (наприклад, вартість втраченого майна) та на ті, що витікають із прямих (наприклад, витрати підприємства через невиконання зобов'язань перед партнером тощо).

Спекулятивні ризики, на відміну від чистих, із певною ймовірністю одержання збитків все - таки передбачають і можливість виграшу.

Прикладом спекулятивних ризиків є фінансові, які, в свою чергу, є частиною комерційних ризиків.

При оцінці ринкової кон'юнктури та інших індикаторів ділової активності, використовують ряд характеристик і критеріїв ризику. Ключовими ринковими індикаторами та критеріями ризику виступають такі:

- стійкість (нестійкість) ринку;
- швидкість та тенденції росту (спаду) ринку;
- конкурентоспроможність та інтенсивність конкуренції;
- кредитоспроможність підприємства;
- стан маркетингу та менеджменту підприємства;
- технічна забезпеченість і розвиток інфраструктури;
- позиція в ринковому циклі.

Надзвичайно важливою ознакою і фактором ризику є ступінь стійкості (коливання) ринку. За умови інших рівних умов, чим вище коливання ринкових показників, тим вище рівень ризику. В якості індикаторів ризику можна використовувати показники варіації.

До інших критеріїв ризику відносять: динамічні показники зміни ринку, зокрема, тенденції, швидкість і вектор розвитку ринку. В даному випадку індикаторами ризику виступають темпи росту та інші показники та моделі динаміки підприємства. Чим швидше розвивається підприємство та ринок в цілому, тим меншою є імовірність ризику.

Індикатором ризику вважають оцінку інтенсивності конкуренції. Наступними індикаторами ризику вважаються такі показники. По-перше, кредитоспроможність підприємства, оскільки успіх чи невдача підприємства залежать від його кредитоспроможності; від того, яким чином підприємство зможе одержати вільні й залучені кошти. По-друге, підприємство, яке має розвинену інфраструктуру, має більше шансів на успіх. По-третє, результат ринкової діяльності в значній мірі залежать від умілого керівництва, від впровадження принципів і методів маркетингу тощо. По-четверте, важливо знати, який цикл ринкової кон'юнктури є характерним для даного ринку (криза, депресія, поживлення чи підйом).

В процесі вивчення ризику будують модель аналізу ризику, яка передбачає чотири послідовних етапи:

1) розробляють список потенційно можливих небажаних подій із зазначенням заходів щодо їх запобігання та контролю. Цей крок за своєю методологією нагадує SWOT - аналіз;

2) розробляють перелік факторів ризику і їх комбінацій. Можлива побудова математичної моделі невизначеності дій, обирають її тип;

3) визначають якісні й кількісні показники ризику;

4) розробляють експертну систему оцінки ризиків.

Існує декілька способів зменшення, тобто страхування ризиків: страхування як запобігання ризику, не беручи участь у ризикованому заході; одержання додаткової інформації; диверсифікація діяльності підприємства; лімітування; страхування в страхових компаніях; самострахування, хеджування.

## **Література:**

### **Основна**

1. Аналіз ринкової кон'юнктури : навч. посіб. / А. В. Андрейченко [та ін.]. ОНЕУ, – Одеса, 2014. 345 с.
2. Березовенко С. М. Кон'юнктура світових товарних ринків: підручник для студ. вищих навч. закл. / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. : ВПЦ "Київський ун-т", Київ, 2008. 271с.
3. Іванова Л.О. Кон'юнктура ринків : початковий посібник. URL: [http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11839/1/KR\\_posibnyk\\_10112015.pdf](http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11839/1/KR_posibnyk_10112015.pdf)
4. Кучеренко В. Р., Карпов В.А. Основи економічної кон'юнктури : навч.: Центр навчальної літератури, Київ, 2004. 224 с.
5. Ляшенко Г. П. Кон'юнктурні дослідження на світових ринках : навч. : Академія ДПС України, Ірпінь, 2003. 92 с.
6. Набок І.І. Кон'юнктура світових товарних ринків . Навч. посібник: НАУ, Київ, 2018. 193 с.
7. Пазуха М. Д. Кон'юнктура світових товарних ринків : навч. посібник: Центр навчальної літератури. Київ, 2008. 272 с.

### **Допоміжна**

1. Дослідження ринку: конспект лекцій / укладачі: Г.А. Мішеніна, Ю.Т. Матвєєва. – Сумський державний університет, Суми, 2015. 185с.
2. Інфраструктура товарного ринку. Моніторинг товарних ринків України : навч. посібник / [під ред. І. В. Сороки]. НМУВО МОН України, НВФ "Студцентр", Київ, 2002. 607 с.
3. Міжнародні ринки ресурсів : навч. посібник / за ред. проф. Ю.В. Макогона. Центр навчальної літератури, Київ, 2005. 194 с.
4. Світовий ринок товарів та послуг : підручник. Ч.1. / за ред. А. А. Мазаракі , Київ. нац. торг.-економ. ун-т, Київ, 2005. 319с.
5. Світовий ринок товарів та послуг : підручник : у 2 ч. / за ред. А. А. Мазаракі – Ч.2. Київ. нац. торг. екон. ун.-т., Київ, 2006. 318 с.
6. Чаус І. В. Світовий ринок товарів та послуг : опорний конспект лекцій: ЦУЛ, Київ, 2004. 246 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. [www.president.gov.ua](http://www.president.gov.ua) – офіційний сайт Президента України
2. [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) – офіційний сайт Верховної Ради України
3. [www.ac-rada.gov.ua](http://www.ac-rada.gov.ua) – офіційний сайт Рахункової палати України
4. [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua) – офіційний сайт Кабінету міністрів України
5. [www.unctad.org](http://www.unctad.org) — Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД).
6. [www.wto.org](http://www.wto.org) — Світова організація торгівлі (WTO).  
[www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm) — Щорічне видання Світової організації торгівлі. [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua) — Міністерство економіки України.

## ЗМІСТ

1.	Вступ .....	4
2.	Тематичний план курсу .....	6
3.	Тема 1. Виникнення світового ринку і стадії його розвитку.....	6
4.	Тема 2. Світовий ринок: сутність та головні риси.....	8
5.	Тема 3. Роль і місце кон'юнктурних досліджень в системі ринкових відносин.....	10
6.	Тема 4. Рівновага в економіці та кон'юнктурні дослідження.....	11
7.	Тема 5. Державна кон'юнктурна політика.....	13
8.	Тема 6. Дослідження кон'юнктури галузевого ринку.....	14
9.	Тема 7. Характеристика кон'юнктурних показників.....	16
10.	Тема 8. Методи аналізу кон'юнктури галузевого ринку.....	19
11.	Тема 9. Кон'юнктурне оцінювання підприємницького ризику.....	21
12.	Література.....	23