

# Конъюнктура рынка

определенное соотношение между спросом и предложением как по отдельным товарам и их группам, так и по товарной и денежной массе в целом

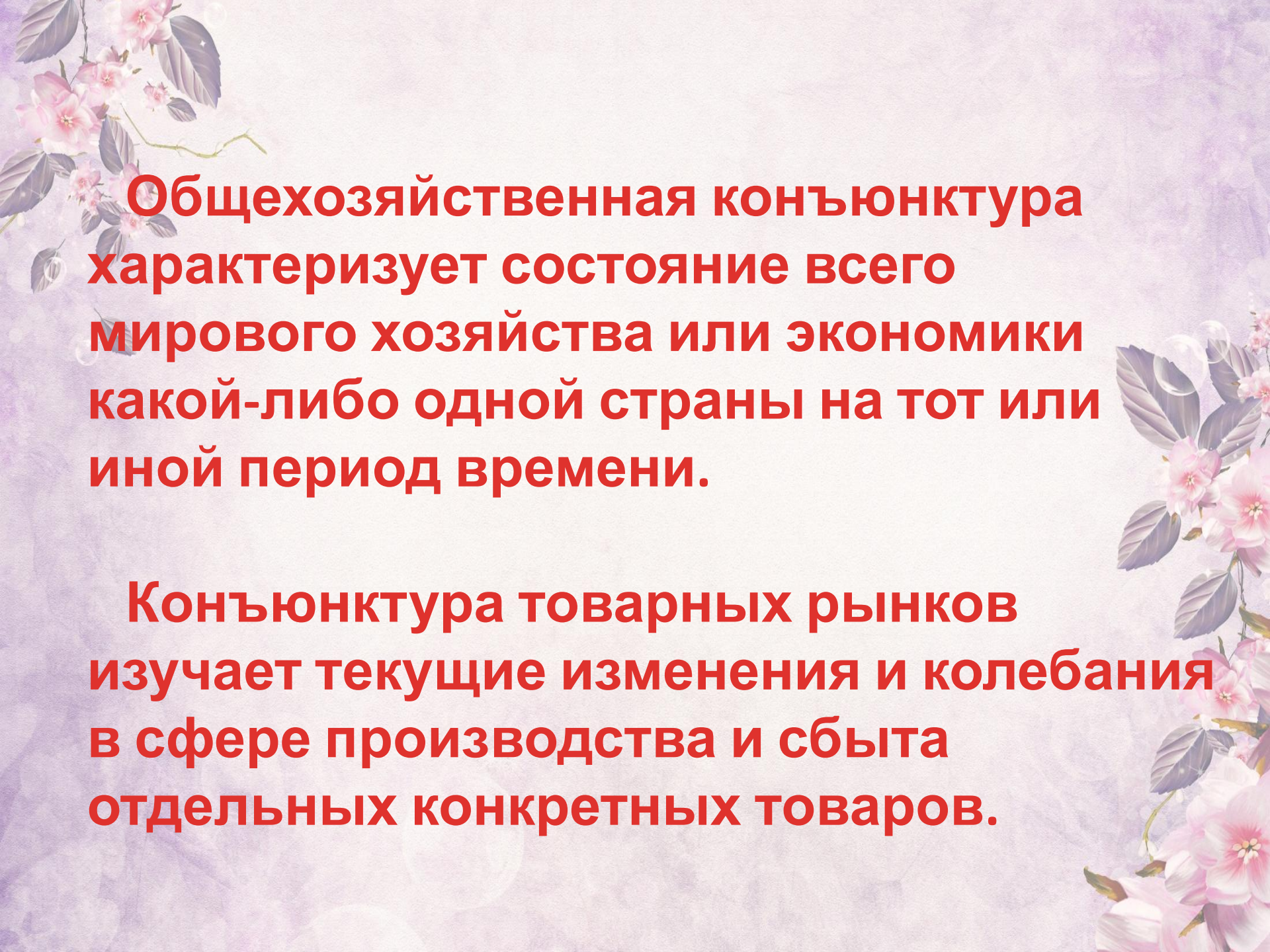
конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке в данный момент времени или какой-то период времени и отражающая текущее соотношение спроса и предложения

совокупность условий, определяющих рыночную ситуацию

# Конъюнктура рынка

результат взаимодействия различных факторов, определяющих в каждый данный момент времени положение фирмы на рынке

состояние экономики на данный момент времени, определяемое изменениями различных экономических показателей




**Общехозяйственная конъюнктура характеризует состояние всего мирового хозяйства или экономики какой-либо одной страны на тот или иной период времени.**

**Конъюнктура товарных рынков изучает текущие изменения и колебания в сфере производства и сбыта отдельных конкретных товаров.**



# **Характерные черты конъюнктуры:**

**непостоянство, изменчивость и  
частые колебания,  
противоречивость,  
неравномерность, единство  
противоположностей  
(несмотря на  
противоречивость).**



**Постоянно  
действующие факторы  
конъюнктуры**




научно-технический  
прогресс, влияние  
монополий,  
вмешательство  
государства,  
инфляция,  
сезонность и др.


**Непостоянные факторы  
конъюнктуры:**



социальные  
конфликты,  
стихийные  
бедствия,  
политические  
кризисы и др.



Все конъюнктурообразующие факторы,  
стимулирующие развитие рынка или  
сдерживающие его, классифицируются  
на:

- ***Постоянные***
  - ***Временные***
  - ***Циклические***
  - ***Нециклические***
- 




**Благоприятная (высокая) конъюнктура** —

характеризуется сбалансированным рынком, стабильным или растущим объемом продаж, равновесными ценами

**Неблагоприятная (низкая) конъюнктура** —

характеризуется признаками дисбаланса рынка, отсутствием или снижением спроса, резкими колебаниями цен, кризисов сбыта, дефицитом товаров.






**Предмет статистики конъюнктуры рынка —**

это массовые процессы и явления, определяющие конкретную рыночную ситуацию, поддающиеся количественной и качественной оценке.

**Субъектами изучения конъюнктуры**

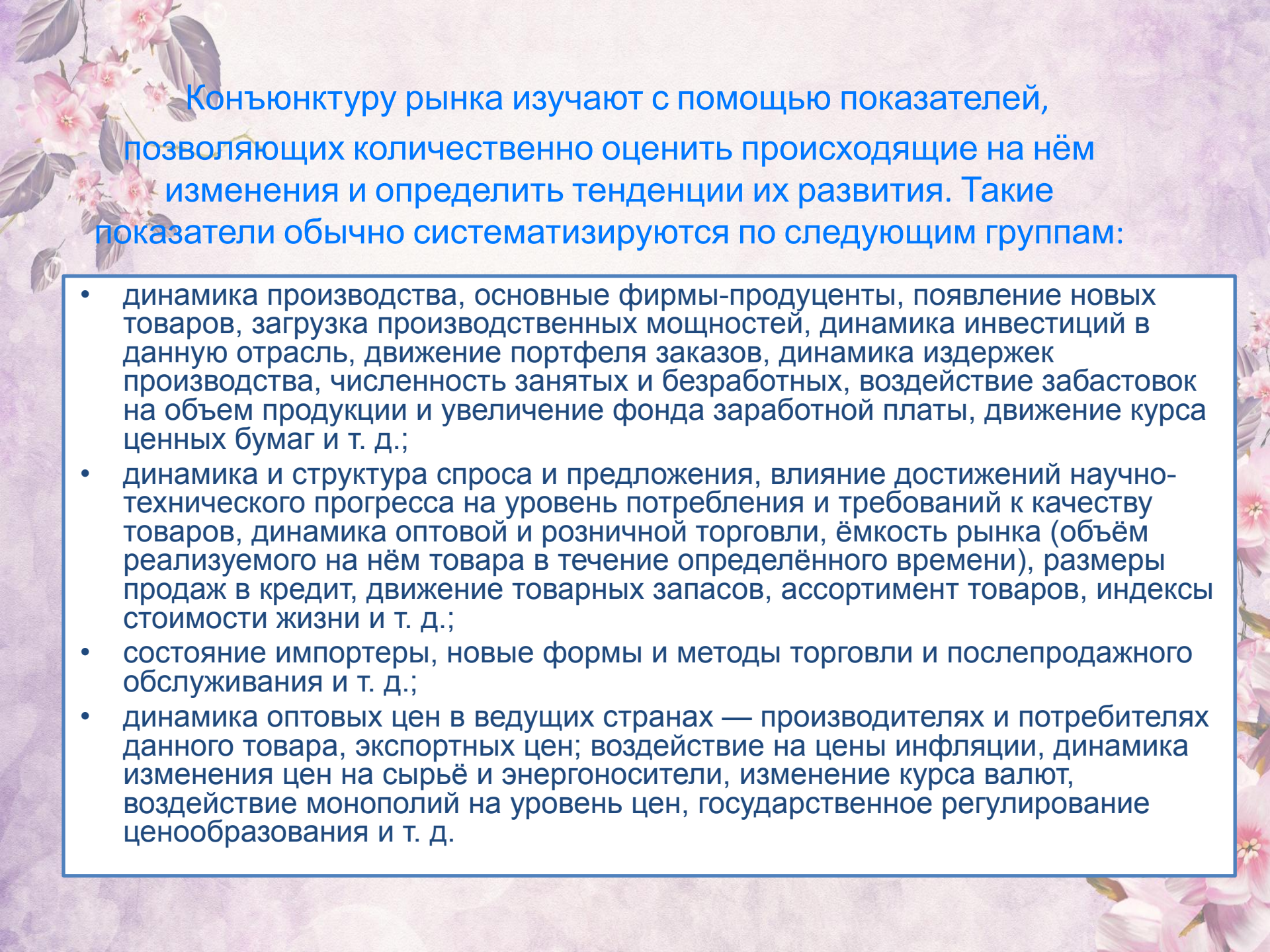
**рынка** могут быть коммерческие рыночные структуры (их маркетинговые подразделения), государственные органы (в том числе статистические), общественные организации, научные учреждения.





# Задачи статистики конъюнктуры рынка:

- Характеристика масштаба рынка.
- Оценка и анализ основных пропорций рынка.
- Выявление тенденции развития рынка.
- Анализ колеблемости, сезонности и цикличности развития рынка.
- Оценка региональных различий рынка.
- Оценка деловой активности.
- Оценка коммерческого риска.
- Оценка степени монополизации рынка и интенсивности конкуренции.



Конъюнктуру рынка изучают с помощью показателей, позволяющих количественно оценить происходящие на нём изменения и определить тенденции их развития. Такие показатели обычно систематизируются по следующим группам:

- динамика производства, основные фирмы-производители, появление новых товаров, загрузка производственных мощностей, динамика инвестиций в данную отрасль, движение портфеля заказов, динамика издержек производства, численность занятых и безработных, воздействие забастовок на объем продукции и увеличение фонда заработной платы, движение курса ценных бумаг и т. д.;
- динамика и структура спроса и предложения, влияние достижений научно-технического прогресса на уровень потребления и требований к качеству товаров, динамика оптовой и розничной торговли, ёмкость рынка (объём реализуемого на нём товара в течение определённого времени), размеры продаж в кредит, движение товарных запасов, ассортимент товаров, индексы стоимости жизни и т. д.;
- состояние импортеры, новые формы и методы торговли и послепродажного обслуживания и т. д.;
- динамика оптовых цен в ведущих странах — производителях и потребителях данного товара, экспортных цен; воздействие на цены инфляции, динамика изменения цен на сырьё и энергоносители, изменение курса валют, воздействие монополий на уровень цен, государственное регулирование ценообразования и т. д.