

ФОРМУВАННЯ ФАКТОРІВ ТА ПОКАЗНИКІВ КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ

Дослідження кон'юнктури ринків промислових товарів реалізуються з використанням різних методик в залежності від поставлених завдань, наявної інформації і відтворюється певним набором показників, що в повній мірі характеризуються той чи інший ринок. Від складу цих показників, коректного представлення методів їх визначення, об'єктивності визначення міри важливості багато в чому залежить дієвість та ефективність управління підприємством. Розглянемо більш детально окремі комплексні мікроекономічні кон'юнктуруотворюючі фактори.

1. *Комплексний кон'юнктуруотворюючий фактор «Товар».* Розробка цього блоку кон'юнктуруотворюючих показників, на наш погляд, є найбільш важливою, так як, по-перше, якраз товар є стрижневим в ринкових дослідженнях, навколо нього проходять всі кон'юнктурні зрушення. Дослідження товару, на наш погляд, слід проводити на підставі аналізу і порівняння національних, галузевих, регіональних внутрішньофірмових та інших стандартів, які мають безпосереднє відношення до товару, який є предметом дослідження. Дослідження по цим напрямкам носить попередній характер і його доцільно проводити на підставі неформалізованого аналізу стандартів, які можуть бути отримані з відповідних держаних, регіональних, галузевих і інших джерел. Основним завданням цього етапу є отримання попередніх даних про типи, види та асортимент продукції, які допоможуть структурувати ринок по різним модифікаціям товару. Важливими в цьому блоці також являються вимоги до сировини, упаковки, збереження, транспортування і т.п., які тісно пов'язані з виробництвом, дистрибуцією та споживанням продукту, в тому числі і за межами цільового ринку, дослідження якого безпосередньо проводиться.

На наш погляд, в залежності від завдань дослідження і рівня його деталізації, слід розглядати можливість виштовхування даного товару з ринку товарами-субститутами. Туму є надзвичайно важливим виявлення товарів-субститутів, функціональне використання яких перетинається або може перетинатися з функціональним використанням даного товару і дослідження їх показників. У випадку максимальної деталізації кон'юнктурних досліджень можливо проведення повного комплексного дослідження кон'юнктури по кожному з товарів-субститутів. Але зазвичай обмежуються оцінкою динаміки місткості ринку товарів-субститутів і ступенем їх дії на динаміку місткості ринку товару, що досліджується.

Неможливо зробити прикінцеві висновки щодо конкретного товару без детального аналізу сировинної бази, який проводиться на підставі аналізу інформації про вимоги, які висуває виробник продукції до всіх видів сировини і напівфабрикатів, що використовуються при виробництві товару. Як і в випадку з товарами-субститутами можливий різний урівень деталізації, включно до проведення повного комплексного дослідження кон'юнктури по кожному виду сировини.

2. *Комплексний кон'юнктуруотворюючий фактор «Виробники».* Цей фактор ми пропонуємо розглядати в контексті всіх постачальників даного товару на конкретний ринок, включаючи експортно-імпортні відносини, а також послуги по ремонту і обслуговуванню товару, якщо це є важливим, необхідним і можливим.

В цьому блоці кон'юнктуруотворюючих показників, як нам представляється, найбільш важливим є динаміка виробництва товару по окремим типам та видам. Інформаційними джерелами для цих показників являються відповідні статистичні органи, засоби масової інформації, звіти відповідних галузевих дослідницьких організацій, думки експертів. Не менш важливою є інформація про найбільших виробників товару, їх виробничому потенціалу, структурі капіталу, їх сильних та слабких сторонах, методах проведення комерційної діяльності і т.п. Крім того, слід надати відповідну увагу географічному роз положенню основних виробників продукції, їх близькість або віддаленість від основних споживачів товару.

На сучасному етапі розвитку світового ринку надзвичайно важливим є можливість надання виробниками продукції послуг фірмового сервісу. Ця теза пояснюється тим, що для багатьох товарів виробничого та споживчого призначення з досить значними термінами служби є характерним наявність спеціалізованих організацій, які забезпечують наладку, ремонт та обслуговування продукції, що дозволяє подовжити термін її ефективної експлуатації, а в деяких випадках є необхідною умовою успішного почату експлуатації виробу.

3. *Комплексний кон'юнктуруотворюючий фактор «Споживачі».* Розуміння поведінки споживачів, на наш погляд, найважливішим фактором успішної комерційної діяльності. До показників, що характеризують якісну характеристику споживачів, слід віднести: моделі споживчої поведінки, особливості використання товару споживачами різних груп, споживчі переваги і т.п. Дослідження показують, що багато комерційних фірм навіть не проводять на ринку ніяких інших досліджень, крім споживчих. Важливими показниками, які характеризують фактор «Споживачі» є величина споживчого попиту, його динаміка, ступінь задоволення попиту, структура незадоволеного попиту, причини його виникнення і т.п. В цю групу показників необхідно також включити кількість споживачів на ринку, середню частоту покупок даного товару, сезонні коливання попиту, рівень забезпеченості споживачів товаром, що досліджується, і т.п.

4. *Комплексний кон'юнктуруотворюючий фактор «Ринкове середовище та канали розподілу».* Цей блок показників практично являється результатом всього дослідження, так як характеризує ринок як систему, в якій відтворюється розвиток ринкової ситуації, що є ключем до ефективного управління діяльністю підприємства на ринку товару, що досліджується. Важлива роль в управлінні комерційним виробництвом товару належить показникам, що характеризують систему доведення товару до кінцевого споживача, включаючи всю наявну інфраструктуру збуту. Під останньою зазвичай розуміють сукупність посередницьких організацій, які допомагають виробнику здійснювати ефективну збутову діяльність. Основна увага в цьому блоці приділяється каналам збуту: види каналів збуту, їх характеристика, кількість посередників, відносини між ними, характеристика товарного асортименту і т.п. Перелік показників, які характеризують цей комплексний кон'юнктуруотворюючий фактор є найбільш широким та різноманітним. При цьому основна задача комплексного дослідження ринкової кон'юнктури визначається як характеристика поточного стану ринку. На наш погляд, в певній мірі ринкове середовище характеризують всі інші комплексні кон'юнктуруотворюючі

фактори, розглянуті вище. Разом з тим, до цього блоку входять надзвичайно важливі показники, серед яких цінові характеристики товару, показники стимулювання, місткість ринку та її динаміка, сегментація ринку, характеристики позиціонування, конкурентний рівень і конкурентні переваги окремих виробників і т.п.