ФОРМУВАННЯ ТА РАНЖУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ КОН'ЮНКТУРИ ТОВАРНОГО РИНКУ

Сакай Деже, Кобєлєва Т.О.

Мишкольцський университет, Угорщина, г.Мишкольц

В коло завдань даної роботи входить формування кон'юнктури товарного ринку на рівні окремого промислового підприємства, що передбачає використання наявних можливостей для досягнення цієї мети в рамках окремого підприємства. Це означає, що в полі нашого зору будуть мікроекономічні показники кон'юнктури, які мають найбільший вплив на рівень конюнкутри, а в ряді випадків вирішальний вплив, зокрема, при відносно стабільних значеннях макроекономічних кон'юнктуроутворюючих факторів.

1. *Комплексний кон'юнктуроутворюючий фактор «Товар».* Розробка цього блоку кон'юнктуроутворюючих показників, на наш погляд, є найбільш важливою, так як якраз товар є стрижневим в ринкових дослідженнях, де і проходять всі кон'юнктурні зрушення.

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

3. *Комплексний кон'юнктуроутворюючий фактор «Споживачі».* До показників, що характеризують якісну характеристику споживачів, слід віднести: моделі споживчої поведінки, особливості використання товару споживачами різних груп, споживчі переваги і т.п.

- *Комплексний кон'юнктуроутворюючий фактор «Ринкове середовище та канали розподілу».* Цей блок показників практично являється результатам 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.

Визначення найбільш важливих показників по окремим напрямкам ринкової діяльності підприємства, які в подальшому можуть бути покладені в основу ефективної системи моніторингу пропонується здійснити з використанням положень факторного аналізу. Факторний аналіз дозволяє стискувати вихідні дані, скоротивши їх розмірність при збереженні всієї необхідної інформації. Його принципова відмінність від інших методів статистичного аналізу полягає в тому, що економічні об'єкти і явища розглядаються з врахуванням не одного - двох, а одночасно багатьох ознак, що дозволяє добиватися в дослідженні повноти опису спостережуваних процесів і об'єктивності висновків.