



Конъюнктура мирового рынка



План

- 1. Понятие конъюнктуры мирового рынка.
- 2. Основные конъюнктурообразующие факторы.
- 3. Способы прогнозирования конъюнктуры.

1. Понятие конъюнктуры мирового рынка

- Термин «**конъюнктура**» происходит от средневекового латинского *conjuncture* (лат. *conjungo* — связываю, соединяю) и означает **сложившуюся обстановку, создавшееся положение, временную ситуацию в какой-либо области общественной жизни, например «международная конъюнктура».**
- **Конъюнктура экономическая — конкретные условия процесса воспроизводства на каждый данный момент.**
- В основе формирования и изменения конъюнктуры лежат главным образом факторы, определяющие движение цен, ценных бумаг, размеров производства, занятости и др.

Конъюнктура рынка, или рыночная конъюнктура, — это конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени.

Понятие рыночной ситуации **включает**:

- степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения);
- сформировавшиеся, наметившиеся или изменившиеся тенденции развития рынка;
- уровень устойчивости или колебаний основных параметров рынка;
- масштабы рыночных операций и степень деловой активности;
- уровень коммерческого (рыночного) риска;
- силу и размах конкурентной борьбы;
- положение рынка в определенной точке экономического или сезонного цикла.

- **Главная цель изучения конъюнктуры рынка** — определить характер и степень его сбалансированности, прежде всего соотношения спроса и предложения.
- Суть действия рыночного механизма проявляется в стремлении спроса и предложения к равновесию. Однако этот процесс, имеющий стохастический характер, происходит под постоянным воздействием множества противоречивых факторов, что и обуславливает наличие постоянных колебаний и отклонений от основной тенденции развития рынка. **Анализ возможных диспропорций спроса и предложения предупреждает об изменении рыночной ситуации.**

Сочетание стратегических и оперативных целей позволяет выявить задачи конъюнктурного анализа, которые состоят в следующем:

- Характеристика масштаба рынка,
- Оценка и анализ основных пропорций рынка,
- Выявление, анализ и прогнозирование тенденций развития рынка и его динамической устойчивости,
- Оценка и анализ сезонности и цикличности развития рынка,
- Оценка и анализ региональных различий,
- Оценка и анализ деловой активности,
- Оценка интенсивности конкуренции,
- Оценка коммерческого риска.

Виды конъюнктуры:

- В зависимости от ситуации на рынке:
 - **благоприятная** – (повышательная ситуация на рынке) – характеризуется наличием активного достаточно устойчивого спроса на рыночные товары и услуги, **превышением спроса над предложением, стремлением цен к росту** на наиболее представительные товары;
 - **вялая** – положение на рынке характеризуется низким уровнем спроса и деловой активности, небольшим количеством сделок, тенденцией к **снижению цен на определенные товары и услуги (спрос \leq предложение)**;
 - **устойчивая** - положение на рынке характеризуется стабильным уровнем сделок купли-продажи и установившимися, **близкими к равновесным ценами (спрос \geq предложение)**.

- 
- **В зависимости от объема рынка:**
 - - **общехозяйственная** – характеристика состояния экономики страны, мировой экономики в целом, характеристика всех воспроизводственных процессов;
 - - **отраслевая** – характеристика отрасли и динамика ее развития;
 - - **товарного рынка** – характеристика рынка отдельного товара либо в мировом масштабе, либо в масштабах страны.

2. Основные конъюнктурообразующие факторы

- **Конъюнктура** в каждый конкретный период или момент **определяется всей совокупностью факторов, причин и условий развития экономики.**
- Развитие конъюнктуры определяется воздействием экономических, политических, военных, научно-технических, социальных, естественно-биологических, природно-климатических и многих других факторов.
- Характер воздействия на конъюнктуру каждого из факторов имеет существенное различие по силе и масштабам воздействия, по времени и направленности действия, по самой его природе.

Вся совокупность конъюнктурообразующих факторов состоит из:

- постоянно действующих и временных, случайных и стихийных факторов;
- факторов стимулирующих и факторов, сдерживающих развитие экономики или её отдельной отрасли;
- факторов, составляющих основу формирования конъюнктуры цикла (циклических факторов);
- факторов нециклических по своей природе.

Наиболее часто в практике и теории изучения конъюнктуры встречается группирование конъюнктурообразующих факторов на **циклические и нециклические**, что имеет в своей основе методологические цели.

К группе *циклических факторов* относятся:

- обновления основного капитала,
- спрос на товары широкого потребления (состояние сферы обращения),
- активность развития кредитно-денежной сферы.

Характер развития экономики, темпы роста промышленного производства; объем внутреннего товарооборота и международной торговли **определяются темпами** и объемом капиталовложений в строительство зданий и сооружений, объемом закупок машин и оборудования; уровнем поступающих заказов на инвестиционное оборудование и объемом его производства и т.д.

Обычно резкое сокращение объема заказов на машины и оборудование отмечается в период кризиса, застой в поступлении заказов — в период депрессии, определенный рост числа заказов на машины и оборудование — в период оживления и значительный рост заказов и значительный уровень объема капиталовложений — в период подъема в экономике. Аналогичный цикл в объеме и активности спроса наблюдается и на рынке потребительских товаров.

- **Сроки обновления оборудования (а значит и капиталовложений в него) в условиях развивающейся научно-технической революции в большинстве отраслей экономики заметно сократились.**
- Сокращение этих сроков неодинаково для отдельных отраслей промышленности. В наиболее прогрессивных отраслях промышленности (машиностроение, химия и т.п.) и ряде других отраслей народного хозяйства сроки обновления стали заметно короче, нежели в отраслях «старых», таких, как текстильная, пищевая, угольная и ряд других.
- **Это сокращение сроков, сокращение цикла обновления капитала в отдельных отраслях и в экономике в целом создает заметную специфику в развитии экономики, в объемах производства в отдельных отраслях и в конечном итоге в общем ходе экономического развития.**

К группе **нециклических факторов** относятся все процессы и причины, развитие которых по своей природе не имеет циклического характера. Но влияние их весьма существенно.

Постоянно действующие нециклические факторы:

- *Изменение внешних условий развития мировой экономики* — увеличение доли развивающихся стран вследствие проведения политики индустриализации — до 25% импорта машин и оборудования.
- *НТП*. Существует несколько тенденций развития НТП:
 - все чаще мировой рынок предъявляет спрос на средства труда с более коротким сроком службы и материало- и энергосберегающим эффектом;
 - бурное развитие новых отраслей промышленности (лазерная, робототехника, компьютерные технологии и др.);
 - появляется глобальная информационная инфраструктура;
 - конъюнктура рынков морально устаревшей продукции ухудшается.

- *Влияние международных корпораций и монополий.* В настоящее время идет концентрация производства и капитала:

- появляются концерны, которые объединяются в альянсы;
- многие концерны больше стараются использовать кооперационную стратегию, чем конкурентную;
- часто компании сотрудничают с банками (финансово-промышленные группы).

- *Влияние государства:*

- государство следит за изменением конъюнктуры рынка;
- государство является крупнейшим покупателем на внешнем и внутреннем рынке;
- государство выпускает стандарты, занимается унификацией;
- государство планирует программы стратегического характера;
- государство выплачивает субсидии и т. д.

Существует двойное влияние *милитаризации* — концентрация военных отраслей оттягивает из промышленных отраслей большой объем ресурсов.

- *Воздействие инфляции* противоречиво — степень воздействия инфляции зависит от ее темпов:

- если инфляция умеренная (ползучая) — 2-4% в год, то она выгодна капиталу и способна создать стимул для увеличения производства — цены на продукцию растут быстрее, чем издержки;
- если инфляция выше, то происходит *бегство от денег*, население начинает приобретать определенные товары;
- если же инфляция составляет 10-12% — это очень опасно, поскольку начинает происходить нарушение функционирования денежно-кредитной системы, так как банкам становится трудно спрогнозировать темп инфляции, который может быть выше процента

- **Непостоянно действующие нециклические факторы:**

- *Сезонность* представляет собой неравномерное поступление определенных товаров на рынок в течение года. К таким товарам относятся:

- сельскохозяйственная продукция;
- продукция рыбной промышленности;
- продукция пищевой промышленности.

- *Социальные конфликты* оказывают сильное влияние на мировую конъюнктуру, поскольку ведут к падению объемов производства. Забастовки в базовых отраслях экономики ведут к ее резкому ухудшению.

- *Политический кризис* (политические конфликты, предвыборные кампании и т. д.) влечет за собой разрыв экономических связей, приостановку экономической деятельности, в худшем случае может привести к экономической блокаде, эмбарго, ограничению кредитов.

- *Стихийные бедствия и погодные изменения* влияют на всю общехозяйственную конъюнктуру страны (например, на сбор сельскохозяйственных культур), что ведет к повышению цен.

- При изучении **общехозяйственной конъюнктуры** основное **внимание концентрируется на постоянно действующих факторах**, а факторы кратковременного воздействия (забастовки, стихийные бедствия, спекуляции и т.п.) имеют, как правило, подчиненное значение. Факторы долгосрочного плана лежат в основе исследования и товарной конъюнктуры, однако эти факторы определяют конъюнктуру рынка в общем и целом. Конъюнктура рынка отдельных товаров в своем развитии имеет отличие от общехозяйственной конъюнктуры.
- При анализе **конъюнктуры товарного рынка** внимание **сосредоточивается на факторах кратковременного значения, стихийных и т.п.**, особенно когда речь идет о сельскохозяйственных товарах и некоторых видах минерального сырья. В меньшей степени это относится к рынкам машин и оборудования, где основу формирования конъюнктуры составляют, как правило, постоянно действующие факторы.



Следующим классификационным признаком является **продолжительность действия, в соответствии с чем выделяют следующие факторы:**

- **краткосрочного действия;**
- **среднесрочного действия;**
- **долгосрочного действия;**
- **дальнесрочного действия.**

- Если действие фактора происходит в промежуток времени, за который экономическая конъюнктура не претерпевает существенных количественных изменений, это фактор **краткосрочного действия**.
- Если действие фактора происходит в промежуток времени, за который экономическая конъюнктура претерпевает количественные изменения, но ее структура не меняется, это фактор **среднесрочного действия**.
- В том случае, когда в период действия фактора экономическая конъюнктура претерпевает количественные изменения и структурные изменения, перед нами фактор **долгосрочного действия**.
- В том случае, когда продолжительность действия фактора охватывает такой промежуток времени, при котором происходят существенные структурные изменения конъюнктуры, этот фактор можно отнести к факторам **дальнесрочного действия**.

- 
- По признаку принадлежности к изучаемому объекту конъюнктурообразующие факторы могут быть представлены в виде двух больших групп:
 - эндогенные (внутренние);
 - экзогенные (внешние).

Можно выделить три возможные группы факторов:

- **детерминированные (определенные);**
- **стохастические (вероятностные);**
- **неопределенные.**

Группа детерминированных факторов полностью снимает неопределенность. Информация о них полностью достоверна и не содержит даже ошибок округления. Динамика такой группы факторов может быть легко проанализирована и предсказана с заданной точностью. Это самый простой для прогнозирования случай.

- **Стохастические факторы** являются результатом проявления множества факторов случайной природы. Как правило, эти факторы отражаются информацией, имеющей вероятностную природу. Они могут быть предсказаны с той или иной степенью вероятности на основе статистического анализа исходных данных о них. Чем больше накоплено статистических данных, тем точнее можно предсказать динамику этой группы факторов.
- **Неопределенность** может быть вызвана или незнанием того, что какая-либо группа факторов оказывает влияние на экономическую конъюнктуру, или незнанием того, что означают данные проявления группы неопределенных факторов и как их следует интерпретировать.

По управляемости группы факторов могут быть:

- регулируемые (управляемые, контролируемые),
- нерегулируемые (неуправляемые, неконтролируемые).

По направленности воздействия возможно деление конъюнктурообразующих факторов:

- на стимулирующие;
- сдерживающие;
- нейтральные.

Использование этой классификации дает возможность определить **форму влияния** каждого фактора, отнесенного к той или иной группе, на результирующий признак (прямая пропорциональность или обратная и т.п.).

Группировка конъюнктурообразующих факторов **по признаку тесноты связи** дает возможность разбить изучаемые факторы на две группы: непосредственно влияющие (прямого действия), косвенно влияющие.

По признаку природы происхождения принята следующая классификация:

- научно-технические;
- технико-экономические;
- социально-экономические;
- военно-политические;
- государственно-правовые;
- естественно-природные.

К факторам научно-техническим следует отнести состояние отраслевой и вузовской науки, уровень технологии и новой техники, условия и способы внедрения в практику научно-исследовательского продукта и т.п.

- К факторам **технико-экономическим** следует отнести те из них, которые характеризуют производство или производственное потребление, — **производительность машин и оборудования, Производительность труда, себестоимость и ее отдельные составляющие, энерго- и материалоемкость продукции, качество продукции и ее объемы** и др.
- Факторы **демографического характера, доходы потребителей, уровень занятости и структура занятости** — эти и подобные им факторы следует отнести к группе социально-экономических факторов. К этой же группе следует отнести факторы национальных особенностей, **вероисповедания, обычаев и нравов**.
- К группе **военно-политических факторов** относятся политическая ситуация как в регионе, так и за его пределами, влияющая на конъюнктуру; наличие военных конфликтов; военная доктрина и другие факторы данного рода. В отдельных случаях факторы этой природы являются предопределяющими состояние конъюнктуры рынка (например, политические скандалы влияют на курсы валют, не говоря уже об очень тесной зависимости этого рынка от военных конфликтов и кризисов в мировой политике).

- Что касается факторов **государственно-правовой природы**, то к ним следует отнести состояние законодательной базы и влияние отдельных законов, регламентирующих предпринимательскую деятельность на данном рынке; отношения собственности, установленные законодательными актами; защищенность бизнеса от воздействия криминального мира; степень и условия вмешательства государства в рыночные механизмы и т.п.
- Последняя из групп факторов, выделяемая по признаку природы происхождения, — группа **естественно-природных факторов**. К ним следует отнести факторы климатических и географических условий, наличие сырьевой базы, естественных транспортных путей

Показатели конъюнктуры:

По сферам экономики:

- прямые (динамика ВВП, ВНП по странам и по миру в целом);
- косвенные (занятость по отраслям, продолжительность рабочей недели)

По способу исчисления:

- абсолютные (кг, тонны, барели...)
- относительные (индексы, проценты доли...)

Показатели внутреннего товарооборота:

- объем оптовой и розничной торговли,
- объем товарных запасов,
- внутренние перевозки.

Показатели внешней торговли:

- - экспорт;
- - импорт;
- -внешнеторговый оборот.

Показатели денежно-кредитной сферы:

- курс акций,
- количество банкротств предприятий.

Показатели инвестиций:

- общий объем инвестиций;
- динамика внутренних и внешних инвестиций.

Алгоритм изучения конъюнктуры товарного рынка:

- **1. Анализ производства товара**
- Изучается стадия цикла страны, рассматриваются основные тенденции в производстве данного товара в масштабах страны или конкретной фирмы.
- **2. Анализ спроса и предложения**
- Изучаются основные потребители и производители, емкость рынка и динамика запасов.
- **3. Анализ международной торговли**
- Изучаются основные потоки экспорта и импорта, удельный вес стран экспортеров и импортеров по данному товару.
- **4. Строится ценовой прогноз**

Задачи, которые можно решить, анализируя конъюнктуру мирового рынка

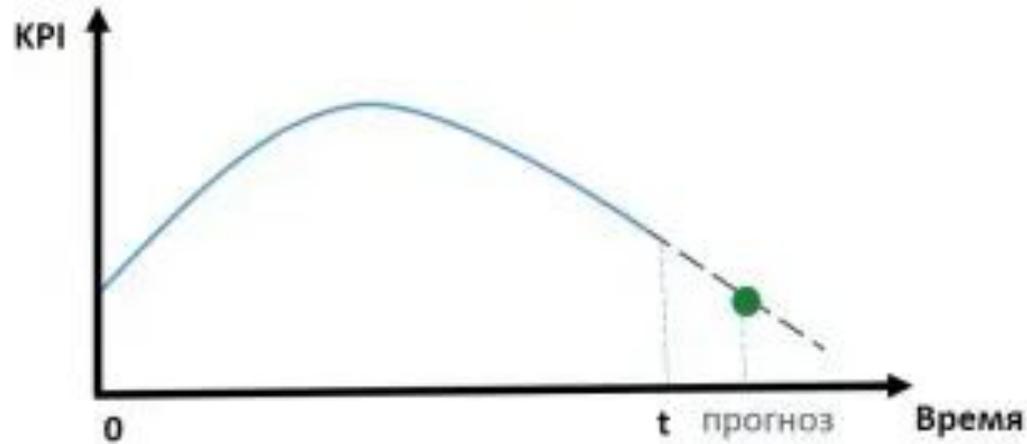
- 1. Оценка коммерческой ценности и конкурентоспособности продаваемых товаров и услуг.
- 2. Выбор потенциальных и фактических стран для экспорта и импорта товара.
- 3. Поиск благоприятного момента выхода на рынок.
- 4. Стратегия, тактика, формы и методы действия на рынке.
- 5. Политика ведения торговых переговоров.
- 6. Корректировка действий в связи с изменением рыночной ситуации.
- 7. Формирование основных условий контракта, в том числе контрактных цен.

3. Способы прогнозирования конъюнктуры

- Прогноз для конъюнктуры очень важен.
- Вариантов прогнозирования много, приведем пример трех.
- **1. Метод экстраполяции.**
- Экстраполяция является одним из самых распространенных и наиболее разработанных среди всей совокупности методов прогнозирования.
- Фактически, экстраполяция — это попытка распространить наблюдаемые в прошлом зависимости в данных, на будущее.

Прогнозирование KPI

1 способ: Экстраполяция



- С точки зрения прогнозирования **линейная модель экстраполяции является довольно грубой и приближённой**, особенно если исходная функция существенно нелинейная.
- Однако линейная экстраполяция является достаточно простой в реализации и понимании, что делает её актуальной во многих практических случаях прогнозирования.

- **2. Экономическое моделирование.**

- Строятся имитационные модели, чаще всего регрессионные.

- Сложность метода состоит в проблеме отбора необходимых факторов, тех, которые действительно оказывают влияние на исследуемый процесс, и сбор данных по этим факторам. Метод затратный с точки зрения времени.

- **3. Метод экспертных оценок.**

- Подходит для срочной оценки ситуации в конкретный промежуток времени.

- Часто применяется как дополнительный метод.

- В данном случае все зависит от грамотности экспертов.