



ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ)

Вопрос 5. *Емкость, доля и конъюнктура рынка товаров народного потребления: сущность, значение и методика определения.*



Понятие конъюнктуры

Конъюнктура рынка представляет собой совокупность конкретных экономических, социальных, организационных и других условий, определяющих в каждый данный момент времени соотношение спроса и предложения, уровней цен и конкуренции.

Конъюнктура рынка – ситуация, сложившаяся на рынке в конкретный период времени под воздействием субъективных и объективных факторов внешнего характера.

Под торговой конъюнктурой понимается состояние торговли за определенный период времени, складывающееся под влиянием спроса и товарного предложения в конкретных условиях деятельности торговых организаций.



Виды конъюнктуры рынка

Различают конъюнктуру

- - общую;
- - отдельных рынков или взаимосвязанных товаров;
- - региональных рынков (республики, экономических районов).

Данные разновидности взаимосвязаны и взаимообусловлены.



Цели изучения конъюнктуры торговли

Изучение конъюнктуры рынка включает анализ его текущего состояния, обоснование прогноза и разработку рекомендаций по оперативному и стратегическому управлению рынком.

Цели изучения конъюнктуры торговли:

- оценка влияния внутренних и внешних факторов на деятельность субъектов хозяйствования;
- определение направлений развития деятельности на перспективу;
- разработка мероприятий по повышению степени удовлетворения спроса населения на товары и услуги;
- обеспечение условий выполнения плана товарооборота.



Конъюнктура на рынке потребительских товаров и УСЛУГ

изучается на основе следующих понятий и

показателей:
*объем и структура производства товаров и их соответствие
спросу населения;*

- **сезонность колебания спроса и предложения**
- *покупательные фонды населения;*
- **емкость рынка;**
- *динамика и уровень цен;*
- **специфика сегмента рынка;**
- *темпы инфляции;*
- **тенденции развития рынка ;**



Условия изучения конъюнктуры торговли

Основное условие эффективного изучения конъюнктуры торговли – наличие достоверной и оперативной информации о состоянии спроса, предложения за конкретный период, факторах, обусловивших изменение их объема и структуры.

Внутренняя информация характеризует:

- **товарное обеспечение** планов розничного товарооборота;
- **условия закупки** товаров;
- **запасы товаров** в розничных и оптовых организациях;
- **выполнение плана** товарооборота;
- **изменение объемов** покупательных фондов населения;
- **качество поступивших** товаров и др.

Внешняя информация – сведения, поступающие от других организаций в виде официальных форм отчетности, обзоров, справок и др.



Емкость рынка

Емкость рынка *товаров народного потребления*

— *это максимально возможный объем реализации товаров на рынке при данном уровне платежеспособного спроса, товарного предложения и розничных цен;*

При изменении хотя бы одного из этих составляющих меняются и границы рынка.

— *это масса товаров, которую можно реализовать населению и организациям на сумму их покупательных фондов в определенный период времени при данном уровне цен;*

Населению можно реализовать товары на сумму покупательных фондов, с учетом процента их охвата розничным товарооборотом; организациям – на сумму их финансовых возможностей при условии достаточности товарного предложения, его соответствия спросу населения.

Населения.



Факторы изменения емкости рынка

В условиях **насыщенности товарного рынка** его **емкость** находится в прямой зависимости от **совокупного спроса** потребителей и в обратной от уровня **цен** на товары. **Повышение** уровня цен уменьшает емкость рынка, **снижение** их уровня увеличивает платежеспособность покупателей на данном рынке.

На **величину емкости** рынка влияют:

- ✓ **доходы населения,**
- ✓ **деловая активность субъектов рынка,**
- ✓ **развитие и специализация производства,**
- ✓ **развитие транспортных связей,**
- ✓ **объем и структура товарного предложения,**
- ✓ **численность и состав рыночных потребителей,**
- ✓ **динамика и соотношение цен.**

Емкость рынка отдельного товара зависит от наличия **взаимозаменяемых и взаимодополняемых товаров,** динамики цен



Виды емкости рынка

В зависимости от масштабов рынка различают :

- **общую емкость рынка страны;** возможный объем реализации товаров в границах *национального рынка* определяется величиной реального спроса населения и организаций социальной сферы;
- **емкость рынка региона;** при определении емкости *регионального рынка* кроме перечисленных показателей учитывается объем инорайонного спроса в данном регионе;
- **емкость рынка какой-либо группы товаров;** рассчитывается на основе норм потребления либо с учетом тенденций среднестатистического объема реализованного спроса на данные товары;
- **емкость рынка зоны деятельности организации;** она определяется на основе покупательных фондов обслуживаемого населения, объема отложенного и инорайонного спроса, объема потребностей в товарах организаций и учреждений социальной сферы с учетом корректировки на объем покупок товаров населением в других торгующих системах.



Емкость рынка зоны деятельности торговой организации

Для обоснования и оценки товарооборота, размеров необходимых ресурсов рассчитывается емкость рынка зоны деятельности торговой организации.

$$E_p = ПФ + O_c + И_c + M_o - П_{др},$$

где E_p — емкость рынка зоны деятельности организации;

$ПФ$ — покупательные фонды обслуживаемого населения;

O_c — объем отложенного спроса населения;

$И_c$ — объем инорайонного спроса;

M_o — объем потребностей в товарах организаций, учреждений для хозяйственных нужд и коллективного пользования;

$П_{др}$ — объем покупки товаров населением в других торгующих системах.



Доля рынка

Доля рынка организации определяет ее рыночную активность, место на рынке и является ключевым фактором доминирующей позиции в отрасли.

Высокая доля рынка позволяет увеличить **объем реализации** и способствует росту **прибыли**.



ПОКАЗАТЕЛИ ДОЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

$$\text{Доля рынка по спросу} = \frac{\text{Товарооборот организации}}{\text{Объем спроса в зоне деятельности}} \times 100$$

$$\text{Доля рынка по количеству торговых объектов} = \frac{\text{Количество торговых объектов организации}}{\text{Количество торговых объектов в зоне деятельности}} \times 100$$

$$\text{Доля рынка по товарообороту} = \frac{\text{Товарооборот организации}}{\text{Товарооборот зоны деятельности}} \times 100$$