

АНАЛИЗ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА

Студент гр. 11308112 Болтрукевич А.И.

Канд. экон. наук, доцент Мелюшин П.В.

Белорусский национальный технический университет

Особенное место в маркетинговых исследованиях отводится изучению конъюнктуры рынка.

Конъюнктурное исследование – это целенаправленный, непрерывный сбор и обработка информации о состоянии рынка, анализ и выявление особенностей и тенденций его функционирования.

К изучению конъюнктуры конкретного товарного рынка приступают, используя монографический метод, т.е. проводится анализ публикуемых в статистических и периодических изданиях экономико-статистических показателей характера и особенностей развития данного товарного рынка.

Анализ и прогноз конъюнктуры каждого конкретного товарного рынка обязательно должны учитывать связи и взаимозависимость этого рынка с другими рынками и общехозяйственной конъюнктурой.

Изучение общехозяйственной конъюнктуры рынка предполагает отслеживание и детальное рассмотрение процессов, изменений, происходящих в народном хозяйстве отдельно взятой страны, экономического сообщества или мирового хозяйства в целом, и предусматривает анализ основных макроэкономических пропорций и тенденций, всей совокупности отраслей, представленных в рамках выбранного объекта исследований.

Масштаб рынка определяется объемом продажи товаров, а также числом и размером фирм, выступающих на нем в качестве продавцов, продуцентов и торговых посредников. Общую характеристику масштаба рынка дает показатель «емкость рынка» – расчет по потреблению.

Тип рынка определяется назначением конечного использования товара, интенсивностью конкуренции, степенью его сбалансированности, маркетинговой деятельностью и т.п.

Тенденции развития рынка определяются на основе анализа изменения основных параметров рынка (продажи, цен, товарных запасов).

Таким образом, комплексный подход к изучению конъюнктуры рынка позволяет успешно выработать или скорректировать стратегию управления.