**Содержание :**

1. Введение и некоторые теоретические основы

2. Краткий экскурс в историю

3. Факторы влияющие на коньюктуру рынка.

4.Основные объекты коньюктурных исследований

5. Заключение

**Введение и некоторые теоретические основы.**

Одно из определений слова "конъюнктура"- это связь различных, сложившаяся на данный промежуток времени обстоятельств,явлений и условий,создающих определённую ситуацию в какой-либо сфере общественной жизни.Впервые понятие коньюктуры было использовано в Германии в 17 в.экономистом А.Вагнером .Наиболее важными факторами, влияющими на коньюктуру,он назвал изменения в технологии производства, изменения количества урожая в сельском хозяйстве, изменения в экономической политике и социальной структуре общества. Основоположником коньюктурных исследований стал У.Митчелл.Основной его идеей стало статистическое изучение системы экономических показателей,обьясняющих действие различных факторов и экономическое моделирование процессов изменяющих коньюктуру.Если говорить о экономической коньюнктуре, то она определяется отношением факторов и условий и выражаемая соотношением спроса, предложения и динамики цен.Факторами отражающими коньюктуру можно назвать, например, производство товаров и товарные запасы.Однако главной в механизме формирования рыночной коньюктуры является цена, потому, что она обеспечивает взаимодействие всех остальных факторов и поддерживает динамику.Определение понятиям спрос и предложение можно дать и относительно цены.Спрос это количество данного товара, которое может быть приобретенным по определённой цене.Цена это один из основных факторов, влияющих на спрос и предложения, а следовательно и на коньюктуру рынка. Коньюктура хозяйства, как объект исследования, представляет собой конкретное соотношение процесса общественного воспроизводства в определённое время, в различных рамках.,например отраслевых. Экономическая коньюктура, складывающаяся под воздействием коньюктурообразующих факторов является составной частью экономической науки.

**Краткий экскурс в историю.**

Коньюктурные исследованя-один из методов оперативного изучения рынка, который обеспечивает отрасли и предприятия информацией о состоянии рынка на данный момент,выявляет причины изменения спроса и предложения, а также ожидающиеся направления развития рынка в ближайшие месяцы.

Как мы уже говорили ранее основу коньюктурных исследований составила концепция У.Митчела о системе статистического изучения экономических показателей.Эта модель включала следующие блоки :

- Барометр доходов (учетные процентные ставки, индексы цен, курсы

 акций);

- Барометр производства (уровень занятости, поступление заказов,

 поставки сырья, объем производства);

- Барометр сбыта (оптовый и рознечный товарооборот );

- Барометр кредита (денежное обращение).

По данным данной модели исследовались рынки различных товаров, ценных бумаг,валют и.т.д..

Совместно с исследованиями рыночной коньюктуры формировалась различные теории ( распределения, сбыта ),которые впоследствии создали теорию маркетинга. Начиная с 50 годовисследования коньюктуры рынка в западных странах переориентируются на обслуживание стратегического планитования развития крупных корпораций.В наше время эти исследованя сформировали отдельное научное направление - ,, исследование рынка,, ( Market research).

**Факторы влияющие на коньюктуру рынка.**

Изучение коньюктуры товарных рынков включает в себя обработку, анализ и систематизацию количественных показателей и качественной информации, характеризующей развитие рынка в данный период времени.Выбор системы показателей определяется целями конкретного исследования,например анализ развития рынка, анализ ситуации на рынке за определённый период времени, изменение технико-экономических характеристик производства.

Все коньюктурообразующие факторы, стимулирующие развитие рынка или сдерживающие его, класифицируются на :

- постоянные

- временные;

- циклические;

- нециклические.

К *постоянно действующим* факторам относится государственное регулирование экономики, научно-технический процесс,инфляция,сезонность в производстве и потреблении товаров.

Факторы воздействующие на коньюктуру переодически называются *временными.*Это например,стихийные бедствия,сициальные конфликты, черезвычайная обстановка.

В развитии рынков может появляться определенная повторяемость, *цикличность*, вызванная сезонным изменением спроса и предложения, жизненными циклами товаров ( выведение товаров на рынок, рост, зрелость, упадок ), сдвиги в воспроизводственной структуре, колебаниями инвестиционной активности, сменой экономической политики.

Факторы нециклического характера определяют специфику производства и реализацию конкретных товаров.Воздействие различных факторов на процесс производства и обращения любого товара позволяет выявить связи между происходящими событиями и вызвавшими их причинами. Именно воздействие различных факторов на процесс производства и обращения товара отражается в движении коньюктуры рынков.

**Основные объекты коньюктурных исследований.**

Задача коньюктурных исследований состоит в определении степени воздействия отдельных факторов на формирование коньюктуры в определённый момент времени.Решить такую задачу возможно, если вести исследование коньюктуры с учетом новых явлений, возникающих в сфере производства.Для того, что бы представлять ситуацию происходящую на рынке, недостаточно знать изменения цен, биржевых индексов, движение запасов и колебания других показателей.Исследование рыночной коньюктуры требует знаний закономерностей развития экономики, взаимодействий рынков в воспроизводственном процессе.

Выделяются три уровня исследования коньюктуры :

- Общехозяйственный ( показывает состояние мирового хозяйства или хозяйства отдельной страны, группы стран,складывающихся под воздействием коньюктурообразующих факторов, включает следующие аспекты :экономический потенциал хозяйства и его элементы ( природные, производственные, трудовые, финансовые ресурсы., научно-образовательный и инфраструктурный потенциал; институциональная структура хозяйства.Включает фирменную структуру, масштабы концентрации , специализации производства и сбыта, организасионные формы государственного регулирования экономики; система региональных рынков и ее структура, характеристики реализуемых товаров,факторы влияющие на формирование региональных рынков, уровень экономического развития, распределение доходов между хозяйствующими субъектами и населением, соотношение цен на конкурирующие товары, накопление товарных запасов и др.; соотношение спроса и предложения с учётом степени использования материаолных,финансовых, трудовых ресурсов; коммерческие и финансовые условия реализации товаров.

- Отраслевой ( показывает положение в отрасли национальнлго или

мирового хозяйства )

- Отдельного товара ( показывает положение отдельного товара в

масштабе мирового, национального или регионального рынка )

Одним из главных понятий исследования коньюктуры является изучение изменений в динамике и соотношении цен.Необходимо установить пречины , вызвавшие сдвиг в уровне или структуре цены.Так же необходим анализ изменений технологии производства, условий потребления товаров, учет изменений в оптовой и розничной торговле.Исследования этих изменений помогают лучше понять направления движения цен.На цены и издержки производства товаров воздействует ряд различных факторов. Оценка этого воздействия, т.е.учет происходящих изменений в уровне цен, производится путём анализа соответствующих показателей, определяющих динамику и уровень цен различных товаров.После того как получено представление о направлении развития экономики в целом, следует переходить к исследованию развития тех отраслей экономики, которые являются главными потребителями на данном рынке.В результате исследований изменений в объёме и структуре потребления составляется оценка развития производства товара, коньюктура рынка которого изучается.Анализ развития потребления и производства позволяет сделать вывод об изменении в соотношении между спросом и предложением, определить возможную емкость рынка и будующий уровень цен.

Методы исследования коньюктуры любого товарного рынка, хозяйства или отрасли разрабатываются на основе показателей, которые могут помочь в определении направления развития производства, торговли и финансов в будущем. При этих исследованиях проводится оценка соотношения предложения и спроса за необходимый отрезок времени, изучение колебаний цен, продажи товаров и услуг, товарных запасов, оценка устойчивости развития рынка.

При изучении коньюктуры рынков необходимо рассмстривать показатели, которые могут дать количественную оценку различным изменениям, которые происходят в экономике исследуемой отрасли. Количественно состояник коньюктуры может быть оценено с помощью следующих групп показателей :

- Измеряется объём и динамика производства в целом, размер иквестиций, уровень занятости, размеры заработной платы, данные о заказах.Это так называемые показатели сферы производства.

- Платёжеспособный спрос, размеры реализации товаров в кредит, данные о розничной и оптовой торговле –Перечисленное относится к показателям внутрирегиональной торговли.

- Обьёмы, динамика, географическое распределение межрегиональных связей, объёмы импорта и экспорта, объемы грузоперевозок Данная группа показателей относится к группе межрегиональных и внешнеэкономических связей.

- Кредитно-денежное обращение.К этой группе оценки относятся курсы акций и других ценных бумаг, процентные ставки, размеры банковских депозитов, валютные курсы.

Основной характеристикой коньюктуры рынка является степень сбалансированности спроса и предложения.Она проявляется в поведении цен, скорости оборачиваемости товаров.Эта оценка позволяет определять тип коньюктуры,Типы коньюктуры различают на благоприятный или неблагоприятный.

При благоприятной коньюктуре достигается сбалансированность спроса и предложения,цены удерживаются на стабильном уровне.

При неблагоприятной коньюктуре спрос отстает от предложения, что приводит к росту товарных запасов,замедлению оборачиваемости товатов, наблюдаются затрудненис в сюыте товаров.

Успех коньюктурных исследований зависит от скорости получения объективной и полной информации о причинах, характере и размере колебаний соответствия спроса и предложения на различных рынках.Главные требования к информации – оперативность и представительность.Информация состоит из трёх этапов :

- Определение круга показателей;

- разработка схемы передачи информации во времени и пространстве;

- Объём и форма представления информации.

При изучении коньюктуры рынка ведутся систематические наблюдения за всеми экономическими показателями, изменение которых показывает сдвиги в соотношении спроса и предложения, а также позволяет анализировать причины этих изменений.После переработки информации составляется аналитический документ,который называется коньюктурный обзор.

**Заключение.**

Итак, что же такое коньюктура рынка и для чего она нужна ? Коньюктура это совокупность определённых признаков,сочетание различных обстоятельств, которые характеризуют состояние экономики в определённый период. Коньюктура хозяйства, является составной частью экономической науки. Поскольку основными характерными признаками коньюктуры являются изменчивость, неравномерность, противоречивость, поэтому чтобы принять правильное , экономическое решение необходимо обладать информацией о ситуации на рынке, а значит проводить его изучение.Процес изучения включает в себя такие аспекты, как исследование процесов производства и реализации продукции, деятельность ведущих промышленных и торговых фирм, финансирование и кредитование, ценообразование, перспективы развития производства и потребления.

 Результаты коньюктурных исследований могут быть использованы для различных целей , таких как составление экономических и технических прогнозов, определение перспективы направления научных исследований, составления бизнес- планов.

В настоящее время появляются большие возможности быстрого и качественного исследования коньюктуры.Для качественного анализа, прогноза необходимо условие быстрого получения, обмена и обработки информации. В настоящее время благодаря новым информационным системам и компьютерным технологиям становится возможным более точное и быстрое получение всей необходимой информации для исследования коньюктуры, что повышает качество прогнозов и принятия экономически эфективных решений.

**Список используемой литературы :**

1. Р.И.Хасбулатов МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ /М:Новости - 1991/

2. К.Р.Макконнелл, С.Л.Брю ЭКОНОМИКС /М:Республика - 1992/

3.Ф.М.Левшин.,В.В.Пономарёв КОНЬЮКТУРА МИРОВЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ М.Инфра – 1985/