

Н.В. БЕРЕЗНЯК, С.Н.С.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ МОДЕЛІ КОН'ЮНКТУРНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ, ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Резюме. Викладені в статті рекомендації щодо аналізу і прогнозу ринкової кон'юнктури та побудови моделі дослідження кон'юнктури є частиною розроблених авторами науково-методичних рекомендацій "Порядок проведення кон'юнктурних досліджень" [1]. Стаття описує послідовність дій і сукупність конкретних прийомів, використання яких допоможе суб'єктам господарської діяльності, безпосереднім виконавцям робіт із вивчення кон'юнктури, а також потенційним замовникам кон'юнктурних досліджень оперативно і якісно провести аналіз і прогнозування загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури товарних ринків.

Ключові слова: аналіз, динаміка виробництва, динаміка цін, кон'юнктурне дослідження, метод, прогноз, ринок.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У різних економічних школах проводили дослідження кон'юнктури ринку, серед них виділялися представники маржиналістів — К. Менгер, Ф. Фон Візер; неокласичної школи — А. Маршалл, Л. Вальрас; шкіл Німеччини — Ф. Ласаль, А. Вагнер, П. Момберт; Росії — М. Туган-Барановський, В. Штейн, С. Первушин, М. Кондратьєв та американської школи — У.К. Мітчелл, Р.Б. Прескотт.

Дослідженню кон'юнктури ринку присвячено праці сучасних вітчизняних учених, серед яких В. Кучеренко, В. Карпов, Г. Ляшенко, Л. Лазебник, О. Кошій, Л. Ліпич тощо, а також зарубіжних, зокрема: Ф. Левшина, Е. Хансена, С. Нікітіна, К. Макконела, С. Брю тощо.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За результатами проведеного у 2016 р. наукового дослідження щодо досвіду і методики вивчення кон'юнктури ринків запропоновано науково-аналітичну доповідь "Досвід та методика проведення кон'юнктурних досліджень: науково-аналітична доповідь" [2], а також науково-методичні рекомендації "Порядок проведення кон'юнктурних досліджень" [1].

В основу цієї статті покладено три розділи науково-методичних рекомендацій. Ці розділи присвячено формуванню моделі (методики) проведення кон'юнктурних досліджень, аналізу і прогнозуванню ринкової кон'юнктури.

Викладені в статті підходи є науково-методичним інструментом, який узагальнює і опи-

сує послідовність дій і сукупність конкретних прийомів для формування моделі проведення досліджень загальногосподарської кон'юнктури та кон'юнктури товарних ринків, здійснення аналізу і прогнозу ринкової кон'юнктури. Дослідники і замовники кон'юнктурних досліджень отримують необхідну методичну та інформаційно-ресурсну базу для формування мобільної системи поточного спостереження і вивчення кон'юнктури.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Науково-методичні рекомендації щодо побудови моделі проведення кон'юнктурного дослідження, здійснення аналізу і прогнозування кон'юнктури ринків передбачають здійснення наступних кроків.

Модель (методика) проведення дослідження ринкової кон'юнктури. Дослідник може у довільній формі обирати структуру і формувати власний варіант методики (порядку) проведення кон'юнктурного дослідження. На основі аналізу етапів (процедур), що є типовими як для дослідження загальногосподарської (загальноекономічної), так і кон'юнктури конкретних товарних ринків, розроблена і пропонується для використання в роботі наступна модель (методика) проведення кон'юнктурного дослідження (**рис. 1**) [1].

Рекомендована модель охоплює дев'ять етапів кон'юнктурного дослідження, кожному з яких надано науково-методичне супроводження у вигляді посилань на розділи науково-методичних рекомендацій "Порядок проведення кон'юнктурних досліджень" [1]:

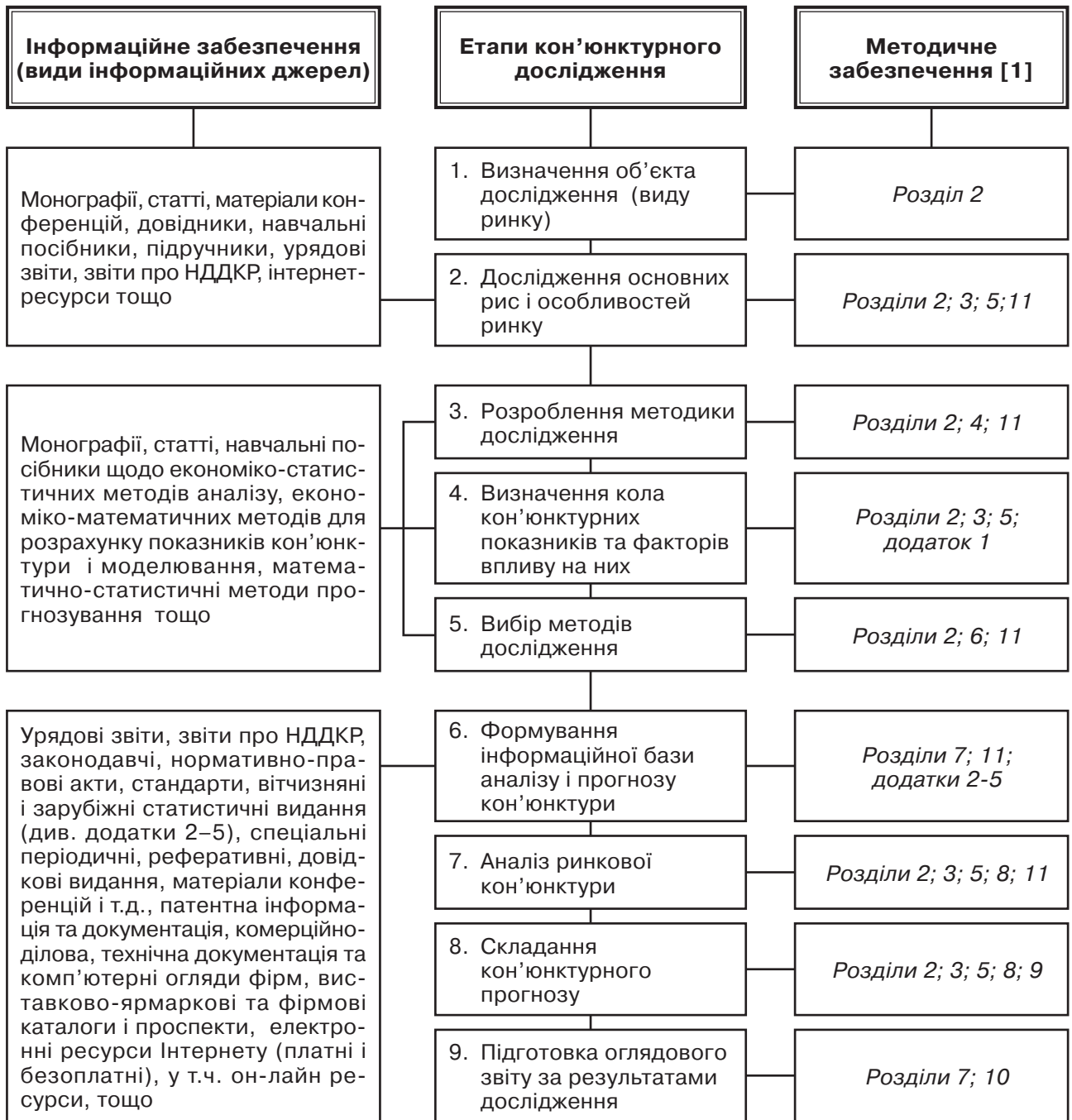


Рис. 1. Модель проведення кон'юнктурного дослідження, інформаційне і методичне забезпечення реалізації його етапів [1]

- 1 етап** — визначаються принципи проведення дослідження (розділ 2 “Загальнометодичні підходи до проведення кон'юнктурних досліджень”);
- 2 етап** — класифікація та загальні характеристики об'єктів дослідження (кон'юнктури обраного загальногосподарського ринку або товарного ринку) (розділ 2 “Загальнометодичні під-

- ходи до проведення кон'юнктурних досліджень”);
- 3 етап** — довільний вибір дослідником методики (порядку) проведення кон'юнктурного дослідження залежно від об'єкта дослідження (розділ 2 “Загальнометодичні підходи до проведення кон'юнктурних досліджень”; розділ 4 “Методика (порядок) дослі-

дження ринкової кон'юнктури; розділ 11 "Деякі особливості дослідження кон'юнктури ринку науково-технічної продукції");

- 4 етап** — вибір кон'юнктурних показників і факторів впливу на них, проведення розрахунків основних груп показників (розділ 2 "Загальнометодичні підходи до проведення кон'юнктурних досліджень"; розділ 3 "Визначення і характеристика факторів розвитку економічної кон'юнктури"; розділ 5 "Основні показники кон'юнктури ринку"; додаток 1 "Характеристика та розрахунки основних груп кон'юнктурних показників");
- 5 етап** — вибір методів для проведення кон'юнктурного аналізу, складання кон'юнктурного прогнозу (розділ 2 "Загальнометодичні підходи до проведення кон'юнктурних досліджень"; розділ 6 "Вибір методів для проведення кон'юнктурного аналізу"; розділ 11 "Деякі особливості дослідження кон'юнктури ринку науково-технічної продукції");
- 6 етап** — напрями формування інформаційно-ресурсної бази для кон'юнктурного аналізу і прогнозу залежно від ступеня організованості ринку, схеми поточного спостереження за його розвитком, характеру і обсягу інформації для аналізу конкретного ринку (розділ 7 "Формування інформаційної бази для аналізу ринкової кон'юнктури"; розділ 11 "Деякі особливості дослідження кон'юнктури ринку науково-технічної продукції"; додаток 2 "Статистичні видання міжнародних організацій"; додаток 3 "Статистичні джерела інформації деяких країн світу"; додаток 4 "Світові загальноекономічні і галузеві видання"; додаток 5 "Статистичні видання України");
- 7 етап** — проведення аналізу кон'юнктури, визначення стратегічних і оперативних цілей, основних завдань і стадій реалізації (розділ 2 "Загальнометодичні підходи до проведення кон'юнктурних досліджень"; розділ 3 "Визначення і характеристика факторів розвитку економічної кон'юнктури"; розділ 5 "Основні показники кон'юнктури ринку"; розділ 8 "Аналіз ринкової кон'юнктури"; розділ 11 "Деякі особливості дослідження кон'юнкту-

ри ринку науково-технічної продукції");

- 8 етап** — визначення послідовності проведення коротко-, середньо- і довгострокових прогнозів, обрання потрібних економіко-прогностичних методів і прогностичних параметрів розрахунків (розділ 2 "Загальнометодичні підходи до проведення кон'юнктурних досліджень"; розділ 3 "Визначення і характеристика факторів розвитку економічної кон'юнктури"; розділ 5 "Основні показники кон'юнктури ринку"; розділ 8 "Аналіз ринкової кон'юнктури"; розділ 9 "Розроблення прогнозу розвитку кон'юнктури");
- 9 етап** — рекомендації щодо вибору структури і змісту аналітичного документа за результатами дослідження, зокрема структури і змісту зведеного огляду кон'юнктури (розділ 7 "Формування інформаційної бази для аналізу ринкової кон'юнктури"; розділ 10 "Структура (апарат) і зміст оглядового звіту за результатами кон'юнктурного дослідження").

У межах описаної моделі наведено перелік інформаційних джерел (за видами), які доцільно використовувати для реалізації етапів кон'юнктурного дослідження.

Аналіз ринкової кон'юнктури. Проведення кон'юнктурного аналізу об'єкта дослідження необхідно починати із визначення цілей і завдань. Доцільно розглядати стратегічні та оперативні цілі аналізу кон'юнктури ринку.

Стратегічні цілі кон'юнктурного аналізу потребують виявлення і моделювання закономірностей ринкового механізму. Це дозволяє прогнозувати розвиток ринку і обґрунтовувати застосування економічних механізмів його регулювання.

Оперативні цілі передбачають визначення ситуації, що склалася на ринку, та орієнтовані на задоволення потреб маркетингу і менеджменту.

Аналіз загальногосподарської кон'юнктури або кон'юнктури конкретного товарного ринку залежно від цілей можна проводити за такими напрямками:

- якщо ціллю є з'ясування тенденцій розвитку кон'юнктури ринку за якийсь період, то аналіз проводиться через вивчення її динаміки за цей період;
- якщо ставиться завдання визначити кон'юнктуру ринку на поточну дату, то аналіз здійснюють з урахуванням фази економічного циклу в установлений період.

Для реалізації стратегічних і оперативних цілей основними завданнями кон'юнктурного аналізу об'єкта дослідження доцільно визначити:

- 1) оцінку стану ринку з урахуванням кон'юнктурутворюючих факторів;
- 2) характеристику масштабу (місткості) ринку;
- 3) оцінку та аналіз основних пропорцій (часток) ринку;
- 4) аналіз і прогнозування тенденцій розвитку ринку;
- 5) аналіз сезонності та циклічності розвитку ринку;
- 6) оцінку регіональних особливостей і відмінностей ринку;
- 7) аналіз ділової активності;
- 8) оцінку комерційного (ринкового) ризику;
- 9) характеристику ступеня монополізації ринку та інтенсивності конкуренції.

Аналіз кон'юнктури потрібно проводити не на базі довільно відібраних показників, що підтверджують ту або іншу суб'єктивну думку, а з урахуванням кон'юнктурутворюючих факторів, які відображають сукупність суперечливих економічних тенденцій, процесів і явищ та впливають на розвиток досліджуваного ринку.

Процес аналізу кон'юнктури, на думку експертів, може складатися із таких стадій [3]:

1. Проведення класифікації кон'юнктурутворюючих факторів і показників стану кон'юнктури. Побудова динамічних рядів по кожному із кон'юнктурутворюючих факторів, а також по кожному кількісному і якісному показнику, що відображає дію відповідного кон'юнктурутворюючого фактора в минулому, сьогоднішньому та майбутньому (наявні оцінки і прогнози).

2. Визначення сили і напрямку дії основних кон'юнктурутворюючих факторів. Аналіз проводиться в ретроспективному форматі із використанням динамічних рядів.

3. Об'єднання і розгляд у взаємозв'язку сукупності основних кон'юнктурутворюючих факторів як цілого.

Результати аналізу кон'юнктури забезпечують визначення місця і ролі кожного з основних факторів та показників за досліджуваній період. Разом із висновками щодо прогнозу розвитку кон'юнктури ці результати можуть бути оформленими у вигляді оглядового звіту.

Експерти рекомендують зважати на суб'єктивність кон'юнктурного аналізу з огляду на те, що дослідження, як правило, проводиться в інтересах однієї із взаємодіючих сторін. *Певний ступінь об'єктивності кон'юнктурного аналізу може забезпечити лише незалежне досліджен-*

ня з аналізом діяльності усіх основних суб'єктів ринкових відносин [3].

Завершальний етап аналізу економічної кон'юнктури — це прогнозування напрямів і тенденцій розвитку ринку, що є необхідною умовою для прийняття управлінських рішень щодо збуту товарів і послуг, а також для планування науково-технічної та виробничої діяльності.

Розроблення прогнозу розвитку кон'юнктури. Метою прогнозу є визначення найбільш імовірних оцінок стану кон'юнктури у майбутньому. Основне завдання кон'юнктурного прогнозу — виявлення тенденцій розвитку факторів, які впливатимуть на ринок протягом певного часу в майбутньому. Прогноз є головною стадією кон'юнктурного дослідження та результатом аналізу ринкової кон'юнктури.

Прогноз кон'юнктури доцільно здійснювати у такій послідовності [1; 3]:

- 1) вибір об'єкту (горизонту) прогнозування.
- 2) визначення параметрів прогнозування.
- 3) вибір методів прогнозування.
- 4) проведення розрахунків прогнозних параметрів.
- 5) інтерпретація прогнозу.

Об'єкту прогнозування — це строк, на який здійснюється прогноз. Він не повинен перевищувати 1,5 року. Слід враховувати, що кон'юнктурні прогнози на більш тривалі терміни виявляються недостовірними унаслідок швидких змін на ринку. Тому періодизація кон'юнктурних прогнозів докорінно відрізняється від загальноприйнятої, характерної для інших видів прогнозування.

Необхідно розрізняти коротко-, середньо- і довгострокові прогнози. Як правило, *короткостроковий прогноз* кон'юнктури є необхідним для вибору поведінки на ринку з урахуванням змін факторів. Наприклад, короткостроковий прогноз (до одного місяця) на ринку небанківських фінансових послуг розробляється з урахуванням впливу короткострокових факторів, виявлених в процесі аналізу короткострокових коливань кон'юнктури на окремих сегментах ринку небанківських фінансових послуг [4].

Середньостроковий прогноз (на місяць, квартал, до року) доцільно проводити для укладення форвардних угод і оцінки перспектив розвитку кон'юнктури. Так, середньостроковий прогноз на ринку небанківських фінансових послуг слугує для коригування окремих напрямів державної фінансової політики [4].

Довгостроковий прогноз кон'юнктури пов'язаний із вибором стратегії суб'єкта господарювання та експертною оцінкою зміни ситуації загалом на ринку. Тому довгостроковий прогноз не передбачає аналізу тенденцій, а спрямова-

ний на експертизу якісних змін ситуації на ринку. Так, довгостроковий прогноз на ринку небанківських фінансових послуг пов'язаний із розробкою фінансової стратегії та формуванням інвестиційних рішень щодо реалізації капіталомістких інвестиційних проектів [4].

На етапі визначення параметрів прогнозування дослідник повинен виділити сегмент ринку для оцінювання та окреслити показники, які характеризуватимуть кон'юнктуру. Для складання короткострокових і середньострокових прогнозів необхідно оперувати показниками динаміки змін кон'юнктури ринку. Так, глибина прогнозних розрахунків показників ринку небанківських фінансових послуг визначається цілями фінансової діяльності, пов'язана з поглибленою сегментацією цього ринку (ринку страхових послуг, послуг кредитних спілок та інших кредитних установ; ринку послуг недержавного пенсійного забезпечення тощо) та спирається на: аналіз динаміки і циклічності економічних процесів; аналіз загальногосподарської кон'юнктури; аналіз рівня і динаміки цін, а також цінних показників кон'юнктури; дослідження попиту і пропозиції; дослідження особливостей поведінки суб'єктів ринку; оцінку потенціалу та основних пропорцій ринку; оцінку підприємницького ризику [4].

Слід зважати, що економічне прогнозування може ґрунтуватися на таких основних припущеннях: якщо система перебуває в стані рівноваги, то її поведінка залежить від внутрішніх законів розвитку; якщо система вийшла зі стану рівноваги, то прогнозування її поведінки залежить від зовнішніх факторів.

Методи економічного прогнозування, які доцільно використовувати для проведення розрахунків прогнозних параметрів кон'юнктури, можна розподілити на: екстраполяції; експертних оцінок; економічного моделювання. Класифікацію методів економічного прогнозування за ступенем формалізації, на думку експертів, можна зобразити так, як це показано на **рис. 2** [1; 5].

Методи екстраполяції базуються на гіпотезі збереження взаємозв'язків, що склалися, і їхньому поширенні на прогнозований період. Так, *статистичні методи екстраполяції* зводяться до використання розрахункових функціональних залежностей динамічного ряду показника кон'юнктури або кореляційних залежностей ряду кон'юнктурних показників (кореляційно-регресійних залежностей).

Серед методів екстраполяції основним розрахунковим методом виявлення функцій тренду є так званий *метод найменших квадратів*.

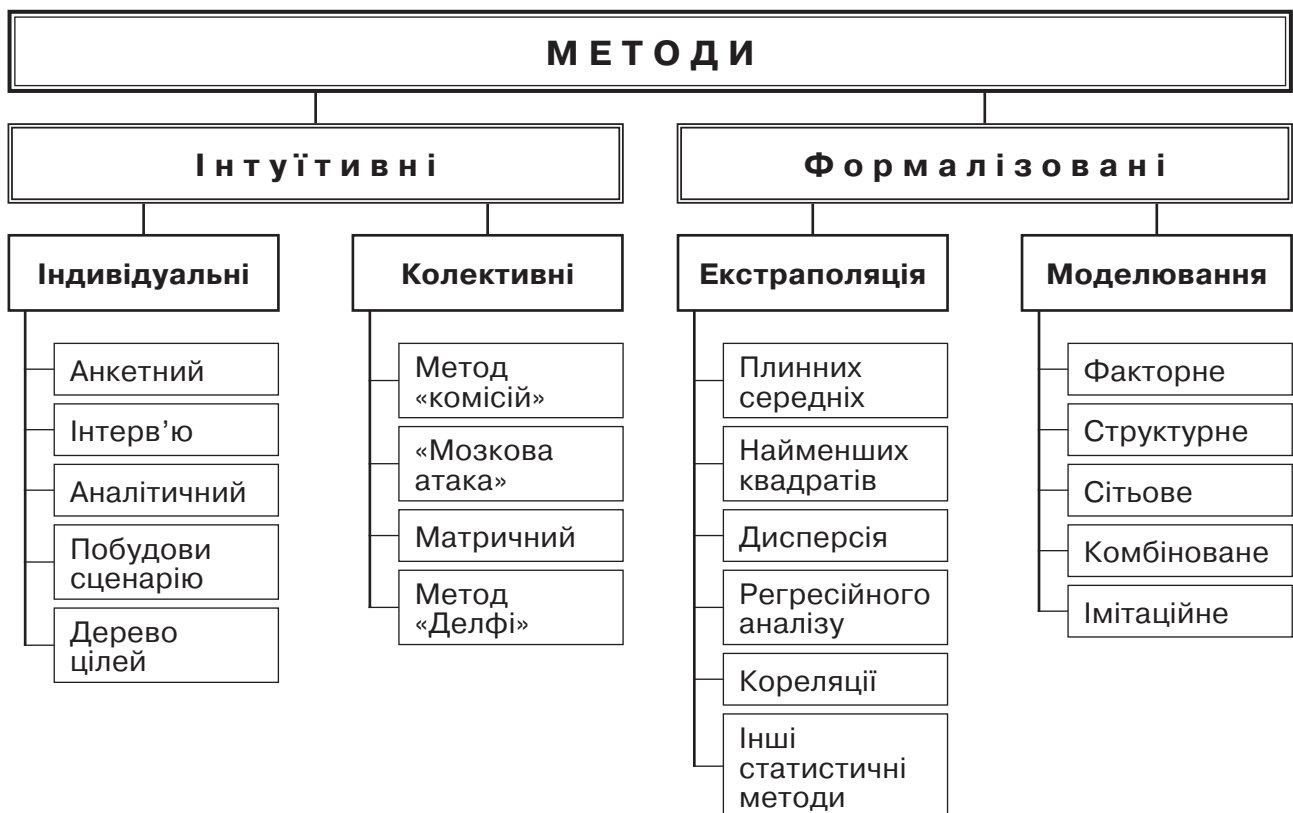


Рис. 2. Класифікація методів економічного прогнозування за ступенем формалізації [1; 5]

Сутність його полягає в гіпотезі про те, що розрахункова функція з найбільшою мірою вірогідності описує фактичний тренд кон'юнктури, якщо відхилення фактичних моментів кон'юнктури є максимально наближеними до значень, що розраховуються на основі гіпотетичної функції тренду.

Методи експертних оцінок передбачають різні ймовірнісні результати розвитку системи та ґрунтуються на використанні знань та інтуїції експертів, які здійснюють прогнозування економічних явищ.

Методи економічного моделювання передбачають створення моделей взаємодії різних факторів, що визначають ринкову кон'юнктуру.

Потрібно зважати на те, що наведений розподіл методів прогнозування є досить умовним, оскільки вони можуть взаємно перетинатися і доповнювати один одного. Наприклад, економічне моделювання може використовувати гіпотезу екстраполяції, а значення деяких факторів виявлятися експертним шляхом.

До основних розрахунків прогнозних параметрів кон'юнктури доцільно віднести прогноз:

- *динаміки виробництва товару* — враховуються резервні й запровадження нових потужностей, державне регулювання виробництва, поява принципово нової технології виробництва, нових факторів, що мають вплив на виробництво; рух загальногосподарської кон'юнктури (для традиційних виробництв);
- *попиту і пропозиції* — враховуються перспективи розвитку галузей, що використовують даний товар (наприклад, для устаткування виробничого призначення) або ймовірність тенденцій руху споживчого попиту (для товарів споживчого призначення), очікуваних обсягів споживання тощо;
- *динаміки і рівня цін* — враховуються рівень розвитку виробництва, споживання, світової торгівлі та інші показники стану і перспектив розвитку ринку; використовуються оцінки динаміки цін, що наводяться в зарубіжних виданнях; береться до уваги рух цін у минулому і їхній рівень у момент розробки прогнозу;
- *розвитку світових товарних ринків* — враховуються перспективи розвитку загальногосподарської кон'юнктури країн, імовірні тенденції виробництва і попиту загалом, очікувані тенденції в міжнародному розподілі праці, торговельно-політичні заходи країн та інші фактори. Особлива увага приділяється визначенню динаміки, обсягів експорту та імпорту товарів у розподілі за основними країнами — експортерами і імпортерами тощо.

При складанні прогнозу важливо повною мірою враховувати специфіку даного виду товару та обумовлені цим особливості поведінки кон'юнктури ринку (попиту та пропозиції), а також тривалість виробництва товару.

Наприклад, незважаючи на настання фінансової кризи, обсяг виробництва важкого промислового устаткування (із циклом виготовлення 1–2 роки), як правило, продовжує залишатися на високому рівні ще протягом тривалого періоду (півроку — рік) і тільки потім починає скорочуватися [1; 3].

Для підвищення практичної значущості прогнозу його корисно доповнювати конкретними рекомендаціями щодо експорту та імпорту товару із урахуванням очікуваних змін на ринку, зокрема прогнозованих “переломів” у динаміці цін.

На завершальному етапі прогнозування здійснюється інтерпретація та оцінка вірогідності прогнозу, отриманого на основі будь-якого методу. Чим довшим є період прогнозування, тим меншою є його достовірність. Інтерпретація прогнозу полягає в аналізі тенденцій зміни кон'юнктури ринку на основі отриманих розрахункових показників [1; 3].

При складанні прогнозу, окрім визначення ймовірної спрямованості розвитку кон'юнктури, доцільно виявляти можливість альтернативного ходу розвитку кон'юнктури.

ВИСНОВКИ

Запропонована для розгляду і використання в роботі модель (методика) проведення кон'юнктурного дослідження дозволить:

- *досліднику, потенційному виконавцю або замовнику кон'юнктурного дослідження* — перед проведенням дослідження скласти відповідний план або розробити дерево цілей, на всіх етапах дослідження вносити в нього необхідні корективи, в процесі реалізації кожного етапу керуватися відповідними методичними рекомендаціями та інформаційними джерелами. Одночасно виступати у ролі споживача інформації (первинної і вторинної), а також у ролі генератора ресурсів нової інформаційної бази, створеної для якісного аналізу і прогнозування кон'юнктури ринку, підготовки зведеного огляду кон'юнктури.
- *будь-якому суб'єкту господарської діяльності* — освоїти мобільну систему вивчення кон'юнктури, що в свою чергу дасть можливість оперативно та адекватно реагувати на постійну зміну обставин, які обумовлюють ступінь напруги на тому або іншому ринку, та розбудовувати власну господарську політику, виходячи з потреб потенційних покупців. Така

система має ґрунтуватися на відповідних інформаційних ресурсах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Порядок проведення кон'юнктурних досліджень: науково-методичні рекомендації / Н.В. Березняк, Т.К. Кваша. — Київ : УкрІНТЕІ, 2016. — 85 с. (Електронна версія УкрІНТЕІ).
2. Досвід та методика проведення кон'юнктурних досліджень: науково-аналітична доповідь / Н.В. Березняк, Т.К. Кваша. — Київ : УкрІНТЕІ, 2016. — 85 с. (Електронна версія УкрІНТЕІ).
3. Кучеренко В.Р. Проблеми кон'юнктурних досліджень на ринках товарів і послуг: науч. изд. / В.Р. Кучеренко, В.А. Карпов, И.А. Соломенцев. — Одесса: ОГЭУ, 2006. — 205 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/175/1/Kucherenko%20V.R., %20Karpov, %20V.A., %20Solomentsev%20I.A.pdf](http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/175/1/Kucherenko%20V.R.,%20Karpov,%20V.A.,%20Solomentsev%20I.A.pdf) (дата звернення 21.11.2016).
4. Конарівська О.Б. Методика дослідження кон'юнктури ринку небанківських фінансових послуг / О.Б. Конарівська // Бізнес та інтелектуальний капітал. Інтелект XXI. — 2014. — № 6. С. 71–76 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/](file:///C:/Documents%20and%20Settings/...)
5. Класифікації методів економічного прогнозування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://library.if.ua/book/72/5247.html>

REFERENCES

1. Berezniak N.V., Kvasha T.K. (2016) Poriadok provedennia koniunkturykh doslidzhen: naukovo-metodychni rekomendatsii [The order of market research: scientific report]. Kyiv: UkrINTEI, p. 85. Available at: <http://www.uintei.kiev.ua>
2. Berezniak N.V., Kvasha T.K. (2016) Dosvid ta metodyka provedennia koniunkturykh doslidzhen: naukovo-analitychna dopovid [Experience and technique market research, scientific and analytical report]. Kyiv: UkrINTEI, p. 85. Available at: <http://www.uintei.kiev.ua>
3. Kucherenko V.R., Karpov V.A., Solomentsev Y.A. (2006) Problemy koniunkturykh issledovaniy na rynkakh tovarov i usluh [Problems of goods and services market's research]. Odessa (in Ukrainian), p. 205 p. Available at: [http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/175/1/Kucherenko%20V.R., %20Karpov, %20V.A., %20Solomentsev%20I.A.pdf](http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/175/1/Kucherenko%20V.R.,%20Karpov,%20V.A.,%20Solomentsev%20I.A.pdf) (accessed 21.11.2016).
4. Konarivska O.B. (2014) Metodyka doslidzhennia koniunktury rynku nebankivskykh finansovykh posluh [Methodology for market researching of non-banking financial services]. Biznes ta intelektualnyi kapital. Intellekt XXI [Business and intellectual capital. Intelligence XXI], no. 6, pp. 71–76. Available at: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/](file:///C:/Documents%20and%20Settings/...)
5. Klyasyfikatsii metodiv ekonomichnoho prohnozuvannia [Classification of economic forecasting methods]. Available at: <http://library.if.ua/book/72/5247.html>

N.V. BEREZNYAK, Senior Researcher

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE CONSTRUCTION OF THE MARKET RESEARCH'S MODEL, ANALYSIS AND FORECAST OF MARKET CONDITIONS

Abstract. This article presents the recommendations for the analysis and forecasting of market conditions and the construction of the market research's model. They are the part of the scientific and methodical recommendations "The order of the leadthrough of the market research" [1], developed by the authors. This article describes the sequence of actions and a set of specific techniques, the use of which will help economic agents, direct executors of studies on the environment, as well as potential customers of market research quickly and efficiently carry out the analysis and prediction of general market conditions and the conjuncture of product markets.

Keywords: analysis, dynamics of production, price dynamics, market research, method, forecast, market.

Н.В. БЕРЕЗНЯК, с.н.с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ КОНЬЮНКТУРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ, ПРОВЕДЕНИЮ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗА РЫНОЧНОЙ КОНЬЮНКТУРЫ

Резюме. Изложенные в статье рекомендации по проведению анализа и прогноза рыночной конъюнктуры и построению модели исследования конъюнктуры являются частью разработанных авторами научно-методических рекомендаций "Порядок проведения конъюнктурных исследований" [1]. Статья описывает последовательность действий и совокупность конкретных приемов, использование которых поможет субъектам хозяйственной деятельности, непосредственным исполнителям работ по изучению конъюнктуры, а также потенциальным заказчикам конъюнктурных исследований оперативно и качественно провести анализ и прогнозирование общехозяйственной конъюнктуры и конъюнктуры товарных рынков.

Ключевые слова: анализ, динамика производства, динамика цен, конъюнктурное исследование, метод, прогноз, рынок.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРА

Березняк Наталія Володимирівна — с.н.с. Українського інституту науково-технічної експертизи та інформації, вул. Антоновича, 180, м. Київ, Україна, 03680; 521-09-34; bereznyak@uintei.kiev.ua

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Berezniak N.V. — Senior Researcher of Ukrainian Institute of Scientific and Technical Expertise and Information, 180, Antonovycha Str., Kyiv, Ukraine, 03680; 521-09-34; bereznyak@uintei.kiev.ua

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Березняк Н.В. — с.н.с. Украинского института научно-технической экспертизы и информации, ул. Антоновича, 180, г. Киев, Украина, 03680; 521-09-34; bereznyak@uintei.kiev.ua