|  |
| --- |
| Статистика ринку |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Реферат**  ПЛАН  1. Ринок та його статистичне дослідження 2. Завдання статистики споживчого ринку та цін 3. Статистика обсягу товарообороту споживчого ринку 4. Завдання статистичного вивчення фінансового ринку Висновки Література     1. Ринок та його статистичне дослідження    Ринок – це система господарських зв’язків , що реалізуються через купівлю – продаж.    Основна мета статистичного дослідження ринку – це інформаційне забезпечення управління розвитком асортименту і якості товарів та послуг відповідно до споживчих вимог, збалансованістю попиту і пропозиції. Інформація має характеристики стану та поповнення товарного асортименту, товарних запасів, виконання заявок і замовлень промисловості, виробничих програм підприємств, ярмарків, діяльності товарних бірж, товарообороту.    Вивчення ринку передбачає врахування вимог окремих груп споживачів. Диференціація споживчих вимог є базою сегментації ринку. Під сегментацією ринку розуміють поділ ринку на окремі частини (сегменти) за ознакою економічної поведінки груп споживачів. Сегментація ринку відбувається за продуктами і споживачами.    Для характеристики ринкових процесів застосовують систему показників, що характеризує обсяг та структуру попиту і пропозиції.    Статистика надає інформацію для характеристики кон’юнктури ринку. Кон’юнктура – економічна ситуація, яка склалася на ринку і характеризується співвідношенням між попитом і пропозицією, рівнем цін, товарних запасів, портфелем замовлень.    Елементи кон’юнктури ринку:    1 ) виробництво;    2 ) попит та споживання;    3 ) товар і його збут;    4 ) міжнародна торгівля;    5 ) ціни.    Види кон’юнктури :    - висока ( стабільна ) - характеризується відносною сталістю високих цін та активністю споживачів і постачальників;    - кон’юнктура, яка знижується, зумовлена затоварюванням ринку - при цьому відбувається зниження цін, скорочення договорів.    Головна мета інформаційного забезпечення дослідження ринку споживчих товарів - це створити систему показників, які дозволяють діставати кількісну та якісну характеристику стану та перспектив розвитку ринку.    При розрахунку місткості ринку (можливого обсягу реалізації товарів на ринку) враховують специфіку окремих груп товарів.    Прогнози місткості ринку бувають:    - короткострокові;    - середньострокові;    - довгострокові.    Розрізняють місткість ринку продовольчих товарів та непродовольчих товарів.    Нормативний метод прогнозування місткості ринку використовує норми споживання. Можна використовувати також метод економіко – статистичного моделювання ,метод експертних оцінок.    Категорії товарообороту:    - оптовий , який забезпечує рух товарних мас для подальшого продажу або їх переробки;    - роздрібний забезпечує рух товарних мас зі сфери виробництва до споживача.    Товарооборот може бути валовим. Він дорівнює сумі роздрібного та оптового товарооборотів.    Чистий товарооборот - це валовий за мінусом подвійного рахунку.    Роздрібний товарооборот визначається як обсяг продажу товарів населенню роздрібною торговою мережею, мережею громадського харчування незалежно від форм власності, а також промисловими, транспортними та іншими підприємствами безпосередньо населенню через касу підприємства. У роздрібний товарооборот включається продаж організаціям, закладам і підприємствам продовольчих товарів для харчування у санаторіях, лікарнях, дитячих закладах.    Оборот підприємств оптової торгівлі в Україні за 2004 рік становив 230,7 млрд. грн., що більше за обсяг попереднього року на 27,8%. Оборот роздрібної торгівлі за цей же період становив 56,1 млрд. грн., або на 11,7% більше рівня 2003 року. В складі обороту роздрібної торгівлі на ринки припадає 35%.. Оборот ресторанного господарства (громадського харчування) у 2004 році проти 2000 року збільшився на 8% і становив 2,5 млрд. грн..    Статистика вивчає види роздрібного товарообороту; роздрібного товарообороту за місцем реалізації товарів (в містах, у сільській місцевості).  Таблиця 1. Розподіл роздрібного товарообороту за місцем реалізації товарів, %   |  |  |  | | --- | --- | --- | |  | У містах | У селах | | 1995 | 87 | 13 | | 2000 | 89 | 11 |      У період становлення ринкової економіки споживчий ринок набирає різноманітних форм, утворюються нові канали реалізації товарів населенню. Для обліку роздрібного товарообороту виокремлюють такі його складові :    а ) організований ринок;    б ) міські ринки сільськогосподарської продукції;    в ) неорганізований ринок.    Організований ринок охоплює реалізацію товарів через офіційно зареєстровану торгівельну мережу магазинів, палаток, підприємств громадського харчування, комерційно–комісійну торгівлю. Сюди відноситься також реалізація товарів населенню безпосередньо виробничими підприємствами, організаціями.    Міські ринки охоплюють реалізацію селянами, фермерами, окремими громадянами, колективними господарствами та іншими підприємствами сільськогосподарської продукції, яка вироблена у своїх господарствах , сільськогосподарської продукції, яка надійшла з інших країн.    Неорганізований ринок охоплює реалізацію приватними особами товарів, як вироблених у країні, так і завезених з інших країн у порядку вільної торгівлі у спеціально відведених місцях (на стадіонах, речових ринках або на вулицях, площах та інших місцях ).    Динаміка роздрібного товарообороту супроводжується змінами його товарної структури. Динаміка обсягу та структури роздрібного товаро-обороту вивчається в порівняльних цінах та цінах відповідних років.    Для того, щоб процес реалізації товарів був безперервним, частина товарів має перебувати у вигляді товарних запасів. Запаси можуть бути:    1 ) поточного зберігання;    2 ) довгострокового зберігання (утворюються за рахунок сезонного попиту).    Період часу, протягом якого товар перебуває у сфері обігу, називається часом обігу. Він безпосередньо пов’язаний з розміром товарного запасу. Чим більший обсяг товарних запасів, тим тривалішим буде процес обігу, і навпаки.    Існують особливості статистичного вивчення ринку засобів виробництва. Кількість споживачів на ринку засобів виробництва значно менша, ніж на ринку споживачів товарів, а вартість купівлі кожного споживача більша. Можна також стверджувати високу концентрацію споживачів у межах певного географічного регіону. Слід зазначити, що процес купівлі, який пов’язаний з перевіркою якості виробів, укладанням угод та іншими діями, що потребують вищого професійного рівня менеджерів, більш повного і різнобічного статистичного забезпечення маркетингу, повільніший, ніж процес купівлі споживчих товарів. Попит на засоби виробництва інерційніший, ніж на споживчі товари.    Ринок засобів виробництва можна класифікувати за такими ознаками: територіальною, призначенням виробів.    На підставі цієї класифікації ринок засобів виробництва сегментується за такими ознаками:    - географічною    - вагомістю споживачів;    - за галуззю;    - за основними функціями, що іх виконують вироби.    Важливим напрямком статистичного забезпечення управління збутом засобів виробництва та задоволення потреби в них є аналіз відповідних міжрегіональних зв’язків.     2. Завдання статистики споживчого ринку та цін.    Основними показниками для характеристики обсягу і структури споживчого ринку є обсяг товарообороту (товарної виручки). Він характеризує ступінь розвитку різних форм споживання промислової та сільськогосподарської продукції.    Ціни споживчого ринку виконуючи функцію кількісного вираження вартості виробленої промислової та сільськогосподарської продукції. Відіграють провідну роль у заміщенні затрат на виробництво продукції, одержані прибутку та нагромадженні капіталу.    Завданнями статистики споживчого ринку та цін є:    - характеристика рівня, структури і динаміки товарообороту (товарної виручки) за допомогою натуральних та вартісних показників;    - вивчення надходження до різних форм споживчого ринку виробленої промисловості та сільськогосподарської продукції за джерелами галузями промисловості, категоріями сільськогосподарських підприємств та господарств населення;    - аналіз діяльності бірж, особливо аграрних;    - аналіз сезонності у споживанні продукції, зокрема сільськогосподарської;    - систематичне спостереження за рівнем цін споживчого ринку, їх поведінкою при інфляції, зростанні (зниженні) реальних доходів населення тощо;    - аналіз структури цін споживчого ринку та співвідношення між цінами на продукцію промисловості та сільського господарства;    - розрахунок середніх цін;    - вивчення сезонності в руху цін, рівнів цін на сільськогосподарську продукцію по окремих регіонах;    - оцінка співвідношення між рівнями цін на однорідні види продукції промисловості та сільського господарства по окремих формах споживчого ринку;    - розрахунок індексів споживчих цін (індексів інфляції);    - аналіз впливу чинника ціни на життєвий рівень населення.     3. Статистика обсягу товарообороту споживчого ринку    Основними формами товарообороту споживчого ринку вступають:    1) товарооборт підприємств організованого рику;    2) продаж сільськогосподарської продукції на міських (сільських) ринках;    3) Продаж непродовольчих товарів на речових, змішаних тапвтомобільних ринках;    4) грошова виручка об’єктів торгівлі і громадського харчування, які належать (орендуються) суб’єктами підприємницької діяльності-фізичними особами.    Підприємствами роздрібної торгівлі та громадського харчування (юридичні особи) формують обсяг роздрібного товарообороту організованого ринку.    Обсяг роздрібного товарообороту організованого ринку – це виручка від продажу безпосередньо населенню споживчих товарів для особистого споживання як за готівку, так і за розрахункові чеки установ банків, через організований споживчий ринок, тобто спеціально організовану торгову мережу (магазин, аптеки, палатки, кіоски, автозаправні станції, їдальні, кафе, ресторани тощо) усіма діючими підприємствами незалежно від відомчої підпорядкованості, форма власності та господарювання, а також виручка одержана через касу не торгових підприємств, організацій, установ, від продажу безпосередньо населені товарів власного виготовлення, закуплених на стороні або одержаних по бартеру (враховується як продаж поза торговою мережею).    До складу роздрібного товарообороту включається також відпуск товарів по безготівковому розрахунку із роздрібної мережі і мережі громадського харчування окремим категоріям устонов.    У роздрібному товарооборотів враховується продаж як нових товарів, так і уживаних – скуплених у населення, прийнятих торговими підприємствами у населення на комісію.    Обсяг товарообороту підприємств громадського харчування складається з:    - обороту по реалізації продукції власного виготовлення підприємствами громадського харчування;    - обороту по роздрібному продажу купованих товарів.    Реалізація продукції власного виготовлення поділяється за своїм призначенням на дві групи:    1) роздрібний продаж безпосередньо населенню;    2) оптовий продаж іншим підприємствам громадського харчування та роздрібної торгівлі.    До продукції громадського харчування власного виготовлення відносять готові вироби і напівфабрикати, що виготовлені на кухні або в підсобних виробничих цехах даного підприємства громадського харчування шляхом теплової або холодної обробки сировини і продуктів, незалежно від того, як реалізується ця продукція – на даному підприємстві безпосередньо населенню, іншим підприємствам громадського харчування або роздрібним торговим підприємствам для подальшого продажу населення.    Неорганізований споживчий ринок – це мережа (міських, сільських) ринків на яких проводиться продаж сільськогосподарських продуктів і худоби господарствами населення (колективними та фермерськими господарствами, селянами та іншими громадянами).    В умовах корінної перебудови виробництва сільськогосподарської продукції в Україні все більшого поширення набирає напрямок по створенню селянських фермерських господарств, як форми вільного підприємства на основі використання майна і землі – власності фермера або орендованої ним. Ці господарства займаються виробництвом, переробкою та реалізацією сільськогосподарської продукції.    До неорганізованого споживчого ринку належить також продаж непродовольчих товарів на речових, змішаних, автомобільних ринках. Ці ринки розташовані у спеціально відведених місцях і зареєстровані місцевими органами влади.     4. Завдання статистичного вивчення фінансового ринку    Фінанси — це система економічних відносин, яка охоплює процеси утворення, розподілу та використання грошових фондів, а також виконує функції економічного регулятора виробництва, розподілу та перерозподілу суспільного продукту та національного доходу.    Фінансово-кредитна система в останні роки знаходиться у стадії постійного розвитку та реформ відповідно до вимог розвитку економічних та політичних процесів.    У Декларації про державний суверенітет України (16 липня 1990 р.) зазначається, що Україна самостійно створює банкову (включаючи зовнішньоекономічний банк), цінову, фінансову, митну, податкову системи, формує державний бюджет, а якщо треба, впроваджує свою грошову одиницю.    Утворення нових економічних відносин у сфері фінансів передбачає формування ринків кредиту та цінних паперів.    Ринок кредитів створюється на базі реформи банківської системи. Згідно з Законом України Про банки та банківську діяльність, прийнятому 20 березня 1991 р., банківська система країни є дворівневою. До її складу входить Національний банк України та комерційні банки, у тому числі Зовнішньоекономічний банк, Ощадний банк та інші комерційні банки різних видів та форм власності. Дворівнева система забезпечує ліквідацію монополізму в сфері кредитування.    Національний банк України координує і регулює наявний та безнаявний грошовий оборот, резервуючи кредитні ресурси банків другого рівня та встановлюючи облікову процентну ставку за кредитні ресурси, які надають комерційним банкам, що забезпечує державне регулювання кредитної діяльності. Національний банк проводить єдину державну політику в галузі грошового обігу, є емісійним центром країни, організовує міжбанківські розрахунки, визначає курс грошової одиниці відносно валют інших країн, має монопольне право на випуск наявних грошей у обіг, а також друк національних грошових знаків, створює і організовує діяльність державної скарбниці, зберігає резервні фонди грошових знаків, дорогоцінні метали та золотовалютні запаси, представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших країн та міжнародними фінансово-кредитними організаціями, проводить реєстрацію та встановлює форми обліку і звітності комерційних банків другого рівня.    Банки другого рівня, в тому числі спеціалізовані державні та галузеві кооперативні й інші створюються на акціонерних або пайових засадах, у здійсненні своєї кредитної діяльності повністю самостійні і працюють на госпрозрахунковій, комерційній основі. Наявність вільних можливостей у дебіторів у виборі того чи іншого банку для одержання кредитів забезпечує створення ринку кредиту, що спонукає обидві сторони до більш ефективної взаємодії.    Ринковий обіг цінних паперів забезпечує фондова біржа. До категорії цінних паперів належать різноманітні грошові документи, що визначають фінансові відносини між юридичними та фізичними особами, які випустили ці папери, та їх фактичними власниками. Такі папери найчастіше передбачають одержання, а також можливість передачі прав, зумовлених в документі, іншим особам через вільну купівлю-продаж. До категорії цінних паперів можуть бути віднесені облігації, казначейські зобов'язання, ощадні сертифікати, акції, векселі та ін. Облігації посвідчують внесення власником коштів із зобов'язанням повернути їх номінальну вартість в зумовлений строк з виплатою процента у вигляді виграшу. Ощадні сертифікати передбачають повернення через зумовлений строк їх номінальної вартості та процента кожному власнику. Казначейські зобов'язання держави гарантують власнику погашення номіналу в зумовлений строк з виплатою доходу щорічно. Вексель гарантує повернення власнику означеної у ньому суми, яка, як правило, перевищує суму боргу, в конкретний строк. Акції посвідчують внесок коштів з правом одержання відповідного дивіденду у вигляді частки прибутку підприємства.    Власнику грошей ринок цінних паперів забезпечує вільний вибір форми вкладу своїх коштів з бажаним ступенем ризику. З позицій народного господарства вільний оборот цінних паперів приводить до більш раціонального перерозподілу та використання фінансових коштів, прискорює грошовий обіг.    У процесі вивчення фінансово-кредитної системи статистика здійснює аналіз: виконання, структури і динаміки бюджету) вивчення кредитних та розрахункових операцій у на родному господарстві: діяльності ощадних банків по акумуляції коштів населення; показників діяльності органів державного страхування; основних показників грошового обігу; фінансових результатів виробничо-господарської діяльності підприємств; вивчення розрахункових відносин фінансової системи з галузями народного господарства.    Збір і обробка даних про доходи та видатки державного бюджету — справа статистики. Державний та місцеві бюджети складаються з дохідної та видаткової частин. Статистика аналізує І структуру та динаміку цих частин. Аналіз структури доходів і витрат дозволяє визначити основні джерела формування доходів держави і напрямки розподілу одержаних коштів, що має принципове економічне і соціально-політичне значення.    При виконані цих задач статистика спирається на звітність про виконання Державного бюджету України і місцевих бюджетів, яка надається бюджетними і банківськими установами, органами Державного комітету статистики і господарськими організаціями.    До завдань статистики грошового обігу належить вивчення купюрного складу грошової маси. Під купюрним складом розуміють питому вагу грошових знаків різної вартості в загальній масі грошей, що обертаються. При цьому купюрний склад може бути визначений як за кількістю, так і за сумою купюр.    Купюрний склад грошової маси формується під впливом грошових доходів населення, роздрібних цін на товари та послуги, структури товарообороту, схильності населення до витрачання грошей. Динаміку купюрного складу грошей можна схарактеризувати, скориставшись показником про середню купюрність, значення якого обчислюється за формулою середньої арифметичної зваженої.    Кількість оборотів грошей визначається за формулою  Формула     де ВВП — номінальний валовий внутрішній продукт; М — загальна маса грошей, що визначається як середні залишки грошей за період.    Цей показник характеризує скільки в середньому за рік оборотів здійснила грошова маса.    Швидкість грошового обігу можна визначити як кількість оборотів, що їх робить грошовий агрегат (наприклад, М2), щоб забезпечити певний рівень економічної діяльності, який приблизно дорівнює номінальному ВВП. Зміна швидкості обігу відбиває зміну реального грошового попиту. Отже, швидкість обігу зростає, коли економічні агенти очікують зростання альтернативної вартості утримання грошових активів у національній валюті, наприклад зростання номінальних процентних ставок, рівня інфляції або обмінного курсу. Зростання швидкості обігу грошей призводить до росту цін.    Сукупна швидкість обсягу грошової маси формується під впливом обіговості грошових агрегатів, рівень яких для окремих агрегатів неоднаковий і може бути різний у динаміці. За допомогою індексного методу можна кількісно вимірювати приріст середньої швидкості обігу грошей, зумовлений зміною швидкості окремих агрегатів грошей, структурними зрушеннями в масі грошей та неоднаковими темпами зростання параметрів грошової маси.    Кількість грошей, які перебувають в обігу, впливає на випуск продукції, рівень цін, зайнятість та інші явища, тому важливою задачею статистики є прогноз грошової маси.    Прогнозні розрахунки грошової маси можна виконувати двома шляхами:    1) прогнозування попиту на гроші;    2) прогнозування пропозиції грошей.    Зіставлення прогнозів попиту на гроші і пропозиції грошей дозволяє зробити висновки про рівновагу грошового обігу, сталість його розвитку.    Початковим моментом при прогнозуванні пропозиції грошей є визначення грошової бази. Грошова база включає в себе готівку небанківського сектору економіки, готівку банківських установ, депозити комерційних банків, приватного сектору і державних структур.    Грошова база вимірюється як приріст активів банківської системи: державного боргу грошово-кредитним установам, зобов'язань комерційних банків перед центральним банком, закордонних чистих активів (результат платіжного балансу), а також приросту нерезервних зобов'язань центрального банку (капітал і прибуток цього банку, закордонні та інші зобов'язання).    Динаміка грошових агрегатів об'єднаної банківської системи може бути пов'язана з динамікою грошової бази центрального банку таким рівнянням:  M = kR = K(NFА + NDCG + DCB + OIN),     де М — грошовий агрегат, NFА — чисті зовнішні активи; NDCG — чисті зобов'язання уряду; DСВ — чисті зобов'язання комерційних банків; OIN— інші статті (нетто).    При прогнозуванні попиту на гроші незалежним параметром є обов'язкові фактори і змінні фактори “обов'язкових витрат”. Обов'язкові фактори мають ураховувати співвідношення кількості грошей з обсягом операцій, які потрібно профінансувати. Під обов'язковим фактором звичайно розуміють валовий внутрішній продукт. Фактор “обов'язкових витрат” виявляє ступінь переваги готівки порівняно з іншими активами. Деякі економісти пропонують для “обов'язкових витрат” використовувати ставки за короткостроковими цінними паперами (ощадні та позичкові депозити, векселі). На думку інших економістів, попит на гроші (реальні касові залишки) залежить від рівня доходів на облігації та акції. З огляду на це вони рекомендують при прогнозуванні попиту на гроші для фактора “обов'язкових витрат” використовувати процентні ставки на довгострокові активи.    Статистика вивчає формування процентної ставки під впливом основних факторів, досліджує її динаміку та здійснює прогнозування.    Процентна ставка зазнає впливу передусім попиту і пропозиції на позиковий капітал. Підвищення попиту відповідно підвищує ціну і навпаки. Другим важливим чинником є інфляція. При зростанні інфляції зростають і процентні ставки, оскільки інфляція знецінює гроші.    Одним з визначальних факторів є також облікова ставка Національного банку України.    За допомогою статистичних методів вивчаються динаміка процентних ставок під впливом основних факторів, а також вплив на динаміку доходів банку динаміки обсягу позик і процентних ставок.    Важливим фактором ефективної кредитної діяльності банку є статистичне забезпечення контролю з боку банку за виконанням умов кредитного договору, особливо своєчасності сплати позичальником чергових внесків на погашення позики і процентів за нею.    Для запобігання відповідним ризикам оцінюють кредитоспроможність позичальників.     Висновки    Отже, основна мета статистичного дослідження ринку – це інформаційне забезпечення управління розвитком асортименту і якості товарів та послуг відповідно до споживчих вимог, збалансованістю попиту і пропозиції. Інформація має характеристики стану та поповнення товарного асортименту, товарних запасів, виконання заявок і замовлень промисловості, виробничих програм підприємств, ярмарків, діяльності товарних бірж, товарообороту.    Вивчення ринку передбачає врахування вимог окремих груп споживачів. Диференціація споживчих вимог є базою сегментації ринку. Під сегментацією ринку розуміють поділ ринку на окремі частини (сегменти) за ознакою економічної поведінки груп споживачів. Сегментація ринку відбувається за продуктами і споживачами.    Основними показниками для характеристики обсягу і структури споживчого ринку є обсяг товарообороту (товарної виручки). Він характеризує ступінь розвитку різних форм споживання промислової та сільськогосподарської продукції.    До завдань статистики грошового обігу належить вивчення купюрного складу грошової маси. Під купюрним складом розуміють питому вагу грошових знаків різної вартості в загальній масі грошей, що обертаються. При цьому купюрний склад може бути визначений як за кількістю, так і за сумою купюр.  Література  1. Статистика: Підручник / СС. Герасименко, А.В.Головач, А.М. Єріна та ін.;За ред.докт.екон.наук С.С.Герасименко – К.: КНЕЦ, 2000р. 2. Статистика: Підручник / А.В.Головач, А.М. Єріна, О.В. Козирєв та ін.; За ред. А.В. Головача, А.М. Єріної, О.В. Козирєва. – К.: Вища шк., 1993р. 3. Статистика. Збірник задач. / Під ред. А.В.Головач, 1994р. 4. Елисеева А.Н., Юзбашев В.К. Общая теория статистики. – М. Финансы и статистика, 1995г. 5. Пальян В.С., Ерина А.М. Теория статистики. Практикум., 1997г. |