

Содержание:

Image not found or type unknown



ВВЕДЕНИЕ

Вопросы, которые появляются перед предприятием, связанные с переходом к рыночной системе по многим причинам связаны с тем, что персонал, занимающийся управлением на предприятии, не знает основных законов механизма рынка. Многие компании в современном мире столкнулись с такими проблемами, как: продукция их производства, в связи с низким уровнем спроса, не реализуется на рынке товаров, и как увеличить спрос на товар, специалисты не знают. Чтобы увеличить доход, получить прибыль и увеличить рост объема сбыта нужно в первую очередь провести внешний и внутренний анализ рынка, изучить конкурентов, наладить связи с потребителями, а также улучшить свое положение на рынке. Как итог, это поможет укрепить свои позиции в условиях рынка.

Первый и основной шаг к изучению внешней среды, где предприятие намерено реализовать свой товар, это изучение рынка. Главной ошибкой предприятия, является выйти со своим товаром на все рынки. Чтобы не допускать фатальных ошибок, следует, в первую очередь, провести аналитическую работу, целью которой является выбрать потенциальный рынок сбыта с наиболее выгодными условиями.

Исследование рынка – это основное направление в маркетинговых исследованиях. Невозможно анализировать и сопоставлять информацию, которая необходима для принятия решений, связанных с дальнейшей деятельностью на выбранном рынке, а также определения объема продаж и прогнозирования рыночной деятельности, без данных полученных в ходе исследования.

В современное время одной из основных задач развития экономики нашей страны, антимонопольного регулирования субъектов, является демонополизация и всемирное содействие развитию конкуренции на рынке, как на обособленных рынках, так и на масштабных. Стоит отметить, что при переходном периоде формирования конкурентной среды подвержено сложной связи экономических, политических и социальных факторов, которые действуют в противоположных

направлениях на различных уровнях.

Сама степень развития конкуренции на товарных рынках нашей страны, является достаточно актуальной и, без условно, может быть полезной как для большого развивающегося предприятия, так и для антимонопольных органов. Правильное, четкое и грамотное проведения мониторинга товарных рынков может позволить: на уровне администрации – положительно воздействовать на состояние конкурентной среды, на уровне субъектов – обеспечить наименее беспрепятственный выход на рынки торговли не только на межрегиональном уровне, но и на международном.

Целью данного исследования является изучение товарных рынков, а также развитию, возникновению конкуренции на товарных рынках.

Исходя из указанной цели работы, основными задачами являются:

- изучить и понять сущность товарных рынков;
- рассмотреть виды и характеристики товарных рынков;
- дать оценку современному состоянию товарных рынков;
- рассмотреть товарных рынок и его роль в развитии рыночной экономики;
- изучить проблемы функционирования торговых рынков и рассмотреть пути его решения;

1.

ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ

1.

Товарный рынок: понятие, сущность

Для исследователей-экономистов рынок всегда был интересной и привлекательной средой для изучения. Например, английский экономист Дживонс рассматривал рынок, как группу людей, которая вступает в партнерские отношения, и которые совершают крупные сделки, связанные с любым товаром. Также современных экономист Ф. Котлер описывает рынок как совокупность нынешних и возможных покупателей товара, отмечая особую роль потребителя. Британская энциклопедия же описывает рынок, как совокупность различных инструментов, с помощью

которых происходит обмен товарами и услугами в результате взаимодействия покупателей и продавцов друг с другом. Сам контакт может быть осуществлять прямо, либо через различных посредников или организации.

Внутренний рынок существует как единая система структур, которые имеют связь между друг другом. Сама рыночная система подразумевает под собой всю составляющую экономику рынка продуктов и ресурсов, которые имеют действующую связь между ними. Это и есть совокупность организационных структур и определенных форм хозяйствования, различных методов управления, а также правовых норм, которые позволяют ценам, образующихся на рынке сбыта, точно распределять дефицитные экономические ресурсы [1].

Товарный рынок – это сфера обмена товаром, где проявляются отношения по поводу купли-продажи различных товаров и осуществляется деятельность, связанная с реализацией продаваемого товара.

Состав товарного рынка состоит из самих товаров, которые готовы к потреблению на рынке сбыта, и товаров, которые предназначены для личного потребления. Рынок предметов потребления делятся на рынки продовольственных товаров и рынки непродовольственных товаров. Рынок средств производства – это такой рынок, где совокупность средств и предметов труда, которые используются в процессе создания материальных благ. На основе конкретного признака рынки средств производства называются рынками сырья, химических веществ, полуфабрикатов, черных металлов и т. д.

Роль товарного рынка определяется такими факторами, как:

- рациональное сосредоточение и концентрация товарных ресурсов;
- качество и конкурентоспособность товаров, влияющих на спрос и предложение;
- приспособление структуры производимых товаров их объема через цены к платежеспособному спросу;
- оздоровление рыночной среды путем освобождения ее от убыточных предприятий.

Товарный рынок определяется доступностью и стабильностью, а также потенциалом и его привлекательностью.

Потенциалом рынка принято считать его величина спроса, скоростью роста и предельным уровнем спроса.

Доступность рынка определяется благоприятной и доступной рыночной средой и поддержанием среды объективных потребностей, и покупательной возможностью, в первую очередь, потребителей, при условии, что все указанные меры должны соответствовать направлению и всем целям определенных рынков товара.

Стабильность и прочность рынка, в первую очередь, определяется структурой предложения по товарам и ее спроса, степенью обновления торговой номенклатуры, востребованностью спроса на определенный товар, точным соотношением цены товара и эффекта полезности от его использования. Она же, в свою очередь, зависит непосредственно от конкуренции на рынке потребителей, конъюнктурных факторов, а также инфляционных проявлений [2].

Современный товарный рынок – это указатель на товарную новизну, которая является важным свойством товара, делающего его конкурентноспособным на рынке. В этом случае товар считается новым и не имеющим аналогов. Преимуществом нового товара является то, что товарный рынок проявляет огромный интерес к любым новым товарам, как по промышленной продукции, так и по продовольственным товарам.

Емкость товарного рынка, степень диверсифицированности, динамику развития различных товарных рынков, высокое качество и конкурентоспособность товара на рынке потребителей, являются основными показателями функционирования товарного рынка.

Емкость товарного рынка – это основополагающий показатель, который характеризует наиболее возможный объем реализации любого товара на рынке потребителей, являются важными показателями для осуществления деятельности товарного рынка.

Степень диверсифицированности товарного рынка – это степень охвата многими видами товарной продукции с учетом различных географических факторов, этнических, а также платежеспособных слоев населения.

Конкурентоспособность товара – это возможность продукции соответствовать различным требованиям рынка, на котором реализуется данный товар, на рассматриваемый период реализации.

Постепенное развитие товарных рынков привело к их разделению на рынки прав на товар, а также на рынки реального товара. Не смотря на то, что рынок прав на товар является дополнением к рынку реального товара, он является важнейшим и

неотъемлемым условием для бесперебойного и надежного функционирования рынка реального товара в сложнейших товарно-денежных международных отношениях.

- 1.

Виды товарных рынков и их характеристика

Субъектами товарного рынка являются продавцы и покупатели товара, его объектом - товар (продукция, работы, услуги).

Посредник товара и потребитель товара являются двумя сторонами сделки, которые передают право владения на товар, соответственно право на его владение, дальнейшее использование и на его полное распоряжение. Продавцами любого товара могут являться ХС, которые реализуют продукцию своей деятельности, а также торговое и посреднические предприятия, которые оказывают услуги по доставке самого товара от производителей до самих потребителей. Покупателями товара могут являться посредники, занимающиеся оптовыми, мелкооптовыми и розничными торговлями, потребители конечной продукции, а также ХС, которые приобретают товар для производственного потребления.

Чтобы определить товарный рынок нужно установить некоторые параметры: географические, продуктовые границы рынка; точный состав посредников и потребителей на исследуемом рынке, а также объем товарных ресурсов рынка.

В любом конкретном случае она может изменяться. Так, если товарная группа является определенной, стоит, пропустив соответствующий этап, сразу же переходить к выявлению состава потребителей и посредников товара. Возможен пропуск нескольких этапов. При установлении перечисленных параметров после прохождения всех из этапов нужна корректировка показателей, которые определены на следующем этапе.

Продуктовые границы товарного рынка:

1. Выявление продуктовых границ рынка является процедурой выявления товара, товаров-заменителей, а также формирование товарной группы, которые являются группой товаров, рынки которых определяются, как единый товарный рынок.

2. Во главе определения продуктовых границ рынка должно быть учтено мнение потребителей данного товара о взаимозаменяемости или же о равнозначности товара, входящих в одну товарную группу. Данное мнение выявляется на основании результата выборочного или сплошного опроса, а далее подкрепляется на основании товароведческой экспертизы. Такой опрос стоит проводить по группам потребителей, разделенным по способам участия в обороте товара.
3. При выявлении товара в первую очередь устанавливается его принадлежность к классификационной группе. Определение конкретного товара происходит по показателям, которые характеризуются по потребительским свойствам данного товара, условиям эксплуатации товара потребителями, уровнем новизны товара, уровнем спроса на товар, который, в свою очередь, определяется составом, который дифференцируется в зависимости от предназначения товара и от его вида.
4. Определение товаров – заменителей, которые попадают в определяемую товарную группу, могут осуществляться по критерию взаимозаменяемости товарной продукции. В этом случае стоит учитывать два необходимых аспекта взаимозаменяемости товаров: со стороны их использования, это взаимозаменяемость по спросу, а со стороны их производства, это взаимозаменяемость по производству.

При условии несбалансированности спроса и предложения на рынке расчета коэффициентов перекрестной эластичности в некоторых случаях могут иметь неточный результат.

В случае, когда коэффициент перекрестной эластичности приходит к положительному значению, то товары могут быть взаимозаменяемыми. Чем более положительный результат, тем выше степень взаимозаменяемости данного товара.

Для оценки взаимозаменяемости товаров с точки зрения их производства стоит:

- узнать о наличии свободных производственных мощностей, которые можно использовать для производства одного из товаров, который входит в изучаемую товарную группу (к ним могут относиться простаивающие, излишние мощности, которые позволяют в короткие сроки с минимальными дополнительными затратами перейти на выпуск рассматриваемой товарной продукции);
- выявить технологические способности переключения производственных мощностей с создания товара для другого рынка на реализации продукции

изучаемой товарной группы.

1.

ПРАКТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ

1.

Оценка современного состояния товарных рынков

В настоящее время товарный рынок слабо развит в нашей стране несмотря на то, что России имеет значительное влияние на формирование цен на различные товары, к которым относятся энергоносители и металлы, которые являются одними из крупнейших в мире поставщиками данных товаров. В настоящий момент много говорится о необходимости развития товарного рынка в нашей стране, в том числе, о развитии нефтяной биржи, об воссоздании рынка зерна и т. д. Большое количество металлургических, лесных, а также нефтяных компаний в данный момент занимаются торговлей на рынках развитых западных стран. Такие рынки развивались не один десяток лет, а их структура, без условно, имеет значительное влияние на сам процесс формирования данных рынков в Российской Федерации [1].

Достаточно долго считалось, что международная торговля базируется на фьючерсных контрактах, в свою очередь, внебиржевая торговля таким производственными финансовыми инструментами как свопы, различного вида опционы и др. наиболее развита на валютном рынке и рынке процентных ставок. В последнее время ситуация изменилась, и сейчас с точностью можно сказать о существовании устойчивого и активного внебиржевого рынка финансовых инструментов в сфере продаж такими товарами, как металл, зерно, а также энергоносители.

Большую часть участников данного рынка образуют крупные организации, которые занимаются производством, переработкой и продажей данных продуктов. Но в случае, если говорить о тех участниках, которым данный рынок действительно необходим и с помощью которых он появился, то ими могут быть большинство конечных покупателей товаров – это и есть транспортные компании, а также

производственные и коммунальные предприятия.

Не зависимо от традиционных использований данных инструментов в целях хеджирования, можно наблюдать растущее внимание к ним со стороны таких участников рынка, которые имеют спекулятивный интерес.

Чтобы оценить нынешнее состояние товарного рынка стоит изучить развитие его инфраструктуры.

Оптовое распределение как элемент инфраструктуры товарного рынка начинает поэтапно возвращаться к надежному функционированию с помощью своей роли посредника в реализации товаров, которые производятся предприятиями промышленности, сельского хозяйства и перерабатывающих отраслей [5].

В нынешнее время некоторый ряд специалистов, которым относятся и законодатели, достаточно аргументированно озвучивают мысль о необходимости к принятию мер по уменьшению «чрезмерного количества непроизводительных посредников, занимающих доминирующее положение» на нашем рынке товаров. Анализ части доходов участников рынка и их отношений в России сегодня говорит о неточном соотношении данных показателей для производителей товаров и посредников.

- 1.

Товарный рынок и его роль в развитии рыночной экономики

Нынешнее состояние комплекса инфраструктуры товарных рынков нашей страны очень серьезное беспокойство. Правительство Российской Федерации, объективно оценивает задачи и проблемы, которые стоят перед инфраструктурой целых комплексов товарных рынков, приняло Постановление № 936 «О комплексной программе развития инфраструктуры товарных рынков РФ» [5].

Теоретические исследования, которые убедительно доказывают объективность, точность и многогранность организационных форм торговли в условиях данного рынка.

Основной целью регулирования нынешнего рынка заключается в обеспечение соответствия предложения спросу. Достижение данного соответствия и есть

объективная необходимость обеспечения условий нормального воспроизводства товарного рынка, его полного развития и обеспечения связи производства с быстро развивающимся спросом на товар.

Природа экономической торговли познается не только благодаря продукту ее производства, но и благодаря совокупности различных функций, которые дополняются с помощью конкретного инфраструктурного потенциала.

Это объясняется тем, что, в первую очередь, торговля, которая является посредником между продавцом и покупателем, воспроизводит процесс обмена продуктами труда. А во вторую очередь, организуясь с конъюнктурой рынка, продавцы сохраняют некоторые запасы, с помощью компенсируют неизбежные изменения спроса и предложения. Так же стоит отметить, что в поисках более выгодных реализаций товара торговля занимается переопределением ресурсов по различным отраслям, территориям, при этом создавая предпосылки для их усовершенствования. Как побочный эффект продажи, также происходит экономическая интеграция стран и народов, ценовая стратификация региональных, национальных и международных рынков, и т.д.

В целом, изучая экономическую природу торговли, можно выделить ее некоторые основные функции:

- коммуникативную, то есть проведение различных мероприятий по структурированию обмена товарами и услугами между контрагентами. Данная функция торговли направлена на сопоставление и соизмерение материальных и финансовых потоков, которые в конечном счете сводятся воедино, к которым относятся интересы территориально разобщенных производств;
- компенсирующую, то есть ту, которая способна смягчить отрицательные последствия изменений рыночной конъюнктуры;
- распределительную, то есть, которая обеспечивает распределение товаров между различными частями и сегментами рынка в соответствии с их покупательной способностью;
- ценообразующую, то есть, которая на основе системы платы за услуги способна удовлетворить интересы сторон по договору;
- стабилизирующую;
- прогнозирующую;
- интегрирующую.

Стоит сделать вывод, что на товарных рынках образовались различные признаки стабилизации несмотря на то, что о развороте нисходящей тенденции по активам пока речи нет. Цены стали выше, но эксперты разделяют мнение, что рынок движется конъюнктурными факторами.

1.

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ РЫНКОВ И ПУТИ ЕГО РЕШЕНИЯ

Основная проблема рыночного исследования заключается в характере и содержании тех рыночных проблем, возникающие на рынке изучаемого товара и, соответственно, требующий конкретных решений. Некоторые проявления проблем, возникающих на рынке, заключаются в чрезмерном превышении предложения некоторых товаров над спросом на данный товар, либо, наоборот, от нехватки товара на рынке, то есть отставание предложения от самого спроса на товар [11].

Некоторые рыночные проблемы указывают, в первую очередь, на нарушение соответствия между спросом и предложением в рамках всего рынка, то есть соответствие между количеством товарного предложения и общим платежеспособным спросом всего населения. В данный момент присутствие общих рыночных проблем можно отнести к результатам нарушений народнохозяйственных пропорций, различных инфляционных процессов, миграции населения и др.

Частные проблемы могут возникать из-за несоответствия между спросом и предложением на рынке различных товаров. Причины для возникновения этих проблем может быть полное несоответствие ассортимента и качества данного товара, иерархия платежеспособности потребителей, значительное нарушение соответствия между спросом и предложением на различных территориях страны.

Стоит отметить, что некоторые проблемы, которые имеют значительное влияние на товарном рынке, имеют комплексный характер, который выражается во взаимопереплетении различных факторов, дающих оценку рыночной ситуации. В свою очередь комплексный подход, с учетом различных требований к исследованию рынка товаров, является необходимостью разностороннего изучения элементов рынка товаров и их тесной взаимосвязи. Данный подход обозначает охват многих элементов рынка, которым могут относиться анализ выпуска, изучение

структуры потребительского спроса, поставки товаров, потребительских интересов и предпочтений и т. д.

В настоящий период времени состояние рынка подвергается сильному влиянию различных процессов, к которым могут относиться обособление территории, введение новейших денежных единиц, создание новой коммерческой структуры, возникновение новых таможенных ограничений, а также возникновение инфляции и т. д.

Особые факторы могут указывать на развитие рынков различных товаров, при условии того, что каждый рынок может иметь только для него характерные факторы. А таком случае особенный фактор, относящийся к степени влияния, может оказывать влияющий для формирования и развития спроса и предложения по определенному товару.

В дополнение с этим требует дальнейшего глобального исследования, изучения, а по итогу разработки управления нынешними товарными рынками в условиях расширения международной конкуренции и роста влияния информационных технологий на различные процессы организации и управления в хорошо развитых экономических системах.

Многоуровневый характер построения инфраструктурных элементов товарного рынка позволит повысить эффективность функционирования институтов хозяйствования на основе комплексного вовлечения различных элементов инфраструктуры в обслуживание процесса товародвижения. В то же время реализация концепции потребует определения продуктовых границ товарного рынка. Для этого должны быть разработаны или скорректированы:

- классификаторы товарной номенклатуры (ТН ВЭД, ОКП, ОКПД) [1];
- ГОСТы на все виды товарной продукции (товарные словари, товарные проспекты);
- порядок проведения товароведческой экспертизы и пр.;
- порядок проведения постоянного маркетингового анализа структуры и объемов товарного рынка;
- высокоэффективные мероприятия по контролю за доступом к инфраструктуре товарного рынка;
- экономическое пространство, обеспечивающее такое его состояние, при котором выделение элементов инфраструктуры от самого предоставления услуг не привело бы к неэффективности ее функционирования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Переходя к выводу, можно сказать о том, что в настоящее время назревает необходимость усовершенствования инфраструктуры. Создание инфраструктуры регионального товарного рынка можно отнести к важнейшей задаче институциональных изменений в экономической системе большей части регионов страны.

Ее воссоздание требует методических доработок по созданию основ территориальной системы инфраструктурного обеспечения товарных рынков основываясь на системе концепций их инфраструктурного обеспечения.

Итак, результаты оценки конкурентности товарных рынков, проведенной мною в данной работе с применением разработанных методических инструментов, позволяют сделать следующие выводы.

Во-первых, отличительной особенностью российской экономики является региональная замкнутость многих рынков. Данное явление в свою очередь усугубляется как неразвитостью рыночной инфраструктуры, высокими тарифами на перевозку продукции, так и действиями местных администраций по введению тех или иных ограничений на ввоз (вывоз) продукции из регионов, включая экспортно-импортные операции. Подобные меры в конечном счете способствуют воспроизводству базы монополизма и потому являются одной из важнейших сфер контроля антимонопольных органов.

Во-вторых, помимо традиционных, определяющих структуру рынка факторов, на состояние конкурентной среды влияют особенности российской переходной экономики, например особые формы контрактов, обусловленные решением проблем неплатежей, взаимозачетов и бартерных сделок; специфические формы взаимоотношений поставщиков и производителей на основе давальческих схем и пр. Эти нетрадиционные факторы могут значительно влиять на состояние конкуренции на товарных рынках и должны являться предметом обязательного изучения наряду со стандартными методами структурного анализа. Одновременно остается актуальной и задача совершенствования методических подходов к отслеживанию концентрации как на макроуровне, так и в разрезе региональных экономик.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галаганов В.А., Басов А.И. Биржевое дело. Москва, «Финансы и статистика», 2000 – 303 стр.
2. Дегтярева О.И. Биржевое дело. Москва, «ЮНИТИ», 2002 – 585 стр.
3. Резго Г.Я., Кетова И.А. Биржевое дело. Москва, «Финансы и статистика», 2003 – 271 стр.
4. Драпкин Л.Я. Товарный рынок России: проблема безопасности жизни и здоровья потребителей // Российский юридический журнал. 2007. № 4. с. 6-8
5. Федько, В.П. Инфраструктура товарного рынка, 2000 г. – 435 стр.
6. Фельдман, А.Б. Производные финансовые и товарные инструменты, 2003 г. – 433 стр.
7. Закон РСФСР "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" от 22 марта 1991 г. в ред. 1995 г.
8. Бурмистрова, Т. В. Товарный рынок: структурный анализ концентрации и конкуренции. М.: 2004, с. 87.
9. Багандов А.И. Специфика и эффективность антимонопольного законодательства России. // Современное право, №3, 2003, с. 23-31.
10. Иващенко А.А. Товарная биржа. М.: "Международные отношения", 2000- 345 стр
11. Лившиц А.Я. Введение в рыночную экономику.- М: МП ТПО «квадрат», - 2000. – стр.183-206.