**Зміст**

1. Особливості біржової торгівлі

2. Види угод і операцій у торгово-посередницькій діяльності

3. Дослідження біржової кон’юнктури

4. Методи поточного спостереження за біржовою кон'юнктурою

5. Аналіз поточної біржової кон'юнктури

6. Прогнозування біржової кон'юнктури

**1. Особливості біржової торгівлі**

За законодавством України, товарна біржа є організацією, що об'єднує юридичних і фізичних осіб, які здійснюють виробничу і комерційну діяльність з надання послуг, визначення біржових цін, попиту і пропозиції, упорядкування і полегшення товарообігу та пов'язаних з ним торгових операцій.

Таким чином, за наведеною раніше класифікацією ринків; біржа є організованим видом ринку. Як і будь-який організований ринок, біржова торгівля підпорядковується власній внутрішній системі проведення торгових операцій, а ефективність її функціонування залежить від повноти виконуваних нею функцій, основними з яких є такі.

1. Забезпечення високих рівнів концентрації попиту і пропозиції. Історично саме ця умова і сприяла виникненню товарно-сировинних бірж.

2. Зближення продавців і покупців на мінімально припустимому просторі і в часі. Ця умова сприяє швидкості укладання і максимальній ефективності товарних угод.

3. Забезпечення достовірної інформації про стан попиту і пропозиції. Саме біржа спроможна оцінити і надати достовірну, а головне оперативну, інформацію про стан кон'юнктури попиту і пропозиції як у цілому на біржовому ринку, так і за окремими товарними контингентами.

4. Кваліфіковане посередництво між продавцем і покупцем товару. Біржові посередники, що володіють законами проведення біржових операцій, сприяють прискоренню їхнього проведення й оптимізації грошових потоків.

5. Формування цін, що впливають у цілому на загальну кон'юнктуру попиту і пропозиції щодо певного виду товару. Визнано, що біржові ціни впливають на динаміку цін на інших ринках аналогічних товарів.

6. Боротьба з монополізмом на товарному ринку. Залучення великої кількості продавців і покупців, забезпечення гласності і засад змагальності у процесі торгів сприяє послабленню монополізації ринку.

Історичний розвиток біржової торгівлі сприяв появі різноманітних спеціалізованих бірж. Види товарних бірж класифікуються за такими ознаками: територіальне розташування; характер асортименту реалізованих товарів; характер проведених угод; ступінь відкритості торгів; організаційно-правові форми діяльності.

*За територіальним розташуванням* прийнято розрізняти біржі місцеві, національні, міжрегіональні (угоди охоплюють партнерів двох і більше суміжних держав), міжнародні.

*За характером асортименту* реалізованих товарів біржі поділяються на:

— вузькоспеціалізовані, на яких здійснюється реалізація великих обсягів одного виду товару. Як правило, це сировинні біржі;

— спеціалізовані, на яких відбувається купівля-продаж однотипних товарів;

— універсальні — найпоширеніший вид бірж, на яких реалізується великий асортимент товарів.

*За характером проведених угод* розрізняють такі види бірж:

— реального товару — укладаються угоди з реально наданим для продажу товаром;

— ф'ючерсні — торгівля контрактами на постачання товару;

— опціонні — предметом торгів є право на продаж (купівлю) реальних товарів або контрактів на них у визначені терміни;

— комплексні — укладаються усі види угод.

*За ступенем відкритості торгів* біржі підрозділяються на відкриті і закриті. У *відкритих (привселюдних) біржах* на торгах можуть бути присутніми, крім її членів, і відвідувачі біржі. Право участі у торгах на *закритій біржі* надається тільки членам конкретної біржі.

*За організаційно-правовими формами діяльності* біржі можуть створюватися у вигляді акціонерних товариств відкритого і закритого типів, товариств з обмеженою відповідальністю, а також за іншими організаційними формами, дозволеними законодавством.

**2. Види угод і операцій у торгово-посередницькій діяльності**

Як показує практика, посередницька діяльність щодо прискорення просування товару від виробника до споживачів є досить ефективним видом комерційної діяльності. З іншого боку, самостійний пошук споживачів своєї продукції для окремих виробників пов'язаний з високими накладними витратами. Допомога професійних торгових посередників дає можливість значно знизити такі витрати.

У найзагальнішому вигляді торгово-посередницькі послуги можна класифікувати залежно від етапів реалізації товару, організації ринку і виду посередницької операції. На рис. 1 подано схему видів посередницької діяльності залежно від етапів збутової діяльності. Як видно з рисунка, торгово-посередницька діяльність охоплює увесь ланцюжок просування товару від виробника до споживача.

Будь-яка діяльність повинна мати свою сформовану інституціональну структуру. Відповідно до цього прийнято виділяти біржові і позабіржові операції.

Оптовий споживач

Торговий посередник

Виробництво

Оптовий продавець

Окремі споживачі

Окремі споживачі

Виробництво

*Рис.* 1. Схема посередницької діяльності залежно від стадії збуту товару

*Біржові операції* здійснюються у спеціально відведених місцях, що називаються товарними біржами. Безсумнівна перевага бірж полягає в тому, що на них відбувається концентрація попиту і пропозиції. Це багато в чому визначає середньостатистичну стабільність і прогнозованість ринкової кон'юнктури. Крім цього, комунікаційна і технічна оснащеність біржі значною мірою спрощує проведення товарних угод.

Основний потік торгових операцій здійснюється на *позабіржовому ринку,* який має власну торгово-посередницьку інфраструктуру. Організації, що займаються посередницькою діяльністю, прийнято називати *брокерськими* або *дилерськими* фірмами. Розходження між ними є досить умовним і залежить від характеру посередницьких операцій, що превалюють. Залежно від характеру торгові операції діляться на *агентські, брокерські і дилерські.*

Агентські операції відбуваються від імені і за дорученням продавця або покупця. Такі операції можуть провадитися брокерською фірмою, утвореною самим продавцем (покупцем) або незалежним посередником від імені і за рахунок поручителя. Підприємство для здійснення позабіржових операцій наймає агентів на основі трудової угоди.

Торгово-посередницькі організації, у яких велику частину діяльності становлять агентські операції, прийнято називати *дистриб'юторами.* Значні постачальники товарів можуть мати декілька дистриб'юторів, серед яких виділяється генеральний дистриб'ютор, що має ряд переваг, наданих йому постачальником, у тому числі мати власну агентську мережу і користуватися торговою маркою постачальника товару.

Характер брокерських операцій полягає у наданні платної допомоги щодо проведення товарних угод між продавцями і покупцями. У таких угодах брокер не є однією зі сторін угоди (контракту), що укладається. Брокер укладає окрему угоду або з продавцем, або з покупцем, або з обома одночасно про забезпечення посередницьких функцій. Як правило, компенсація *(куртаж)* за посередницькі послуги виплачується у процентному відношенні до обсягу товарної угоди, її розмір може коливатися від 2 до 10%. Брокер є працівником брокерської фірми. На біржі брокерів поділяють на дві основні категорії: представницький брокер і брокер за дорученням (у "біржовому кільці", "ямі", "на підлозі").

Представницький брокер діє на умовах договору з клієнтом. Брокер за дорученням діє від імені представницького брокера, що подає, або за відсутності клієнта.

Для прискорення розрахунків між посередниками, що працюють на товарній біржі, створюються *клірингові фірми.* Це особливий вид посередників, завданням яких є відстежування взаєморозрахунків біржових посередників.

Брокерів, що займаються операціями,з нерухомістю (земля, будівля, споруди тощо), прийнято називати *рієлтерами.*

Особливе місце у торгово-посередницькій діяльності займають *дилерські операції.* Дилер укладає торгові угоди від свого імені і за свій рахунок, що наближає посередника до категорії торговця. Проте, на відміну від торговця товаром, дилер не має торгових витрат, пов'язаних із реалізацією товару, його прибуток складається з різниці у відпускній ціні.

Торгові посередники, як правило, займаються усіма переліченими операціями, тому назва фірми (брокерська, дилерська) часом не відбиває профілю її спеціалізації.

Основні види торгових посередників і характеристику їхньої діяльності наведено у табл. 1.

Вибір клієнтом конкретного посередника залежить від специфіки товару і методів розподілу продукції з боку посередника.

Критеріями вибору посередників виступають:

— фінансові аспекти (фінансова стабільність, платоспроможність, ділова активність і рівень ризиків);

— суб'єктивні чинники (авторитет, торгова марка тощо);

— специфіка ринку (місткість, еластичність фінансової кон'юнктури, рівень конкуренції і т. ін.);

— параметри товару, його якість і рівень конкурентоздатності;

— маркетингова концепція виробника;

— специфіка посередника.

Прибуток від торгово-посередницької діяльності фірми залежить від проведення посередницьких угод.

***Таблиця* 1**

**Характеристика діяльності основних видів торгових посередників**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Функція посередників | Вид посередників | | | | | | |
| Бро- кери | Аген- ти | Ком- пра- дори | Дист- риб'ю- тори | Ди- лери | Джоб- бери | Дрібні тор- говці |
| Працювати від  імені фірми  Працювати від  імені клієнта  Володіти правом  на власність  Дотримуватись  жорстких договірних зобов'язань  Відстоювати територіальні права  Здійснювати контроль за діяльністю  виробника  Впливати на цінову політику  Офіційно представляти продавця (покупця)  Здійснювати діловий зв'язок із постачальниками  Організовувати  доставку товару  Виконувати рек-  ламні функції  Кредитувати  постачальників  Інформувати про  стан ринку | +  -  -  -  -/+  -  -/+  +  +/-  -  -/+  -/+  -/+ | +  -  -  +  -/+  -  -/+  +  +  +  +  -  + | +  -  +  +  +  +/-  -/+  +  -/+  -  -/+  -/+  + | +  -  +  +  +  +  +/-  +  -/+  +/-  +/-  -/+  + | +  +  +  +  +  +  +/-  -  -/+  -  +  -  + | +  +  +  -  -/+  -  +  -  +  +  -  -  - | +  +  +  +  -/+  -  +  -  +  +/-  -/+  -  - |

Прийнято розрізняти три основні види угод: з реальним товаром, ф'ючерсні й опціонні.

*Угоди з реальним товаром* обумовлюють купівлю-продаж виготовленого товару або такого, що знаходиться у виробництві, з правом (без права) його наступного перепродажу. Залежно від термінів угоди з реальним товаром проводяться й операції або з негайним постачанням ("спот" чи "кеш") у терміни від 1 до 15 днів, або з наступною поставкою ("форвард") до 6 місяців (терміни оговорюються в угоді).

Угоди щодо операцій з реальним товаром можуть укладатися на умовах попереднього огляду всієї (частини) партії товару, окремих його зразків без попереднього огляду і на основі технічних угод (ТУ) або середніх параметрів якості.

Угоди без попереднього огляду можливі лише з традиційним товаром. Залежно від ціни операції з реальним товаром проводяться на основі біржових цін, за ціною постачання і за ціною одержання товару.

В умовах фінансової нестабільності гроші значною мірою перестають відігравати роль загального еквівалента і засобу платежу. До угод, що відображають інфляційні очікування і побоювання зміни кон'юнктури, відносять бартерні операції, угоди з умовою і заставою. Перші два види угод можливі тільки за наявності двох контрагентів угоди й одного посередника або одного контрагента й одного дилера за умови збігу їхніх інтересів. Угоди із заставою провадяться з реальним товаром під визначену фінансову заставу.

*Ф'ючерсні угоди* передбачають купівлю-продаж контрактів на постачання товарів терміном до 1 року. Розвиток системи посередницьких операцій пред'являє певні вимоги до їх оформлення. Ф'ючерсні договори передбачають таку систему стандартів: кількість товарів (лот), що поставляються за контрактом, якість товару, місце (базис) і, можливість доставки, термін контракту (тривалість позиції), останній день торгівлі ф'ючерсами, останній день поставки товару. Така деталізація контракту дозволяє брокерам при укладанні угоди оперувати тільки ціною ф'ючерса. Відмова від ф'ючерса можлива шляхом переукладання ф'ючерса з іншим постачальником на залишкову кількість товару *(офсетний контракт)* або постачання цього товару *(тендер).*

*Опціонна угода* є оплаченим правом на укладання контракту щодо купівлі (продажу) реального товару протягом визначеного терміну.

За несприятливої цінової кон'юнктури покупець опціону має право відмовитися від контракту, проте при цьому він втрачає сплачену за опціон премію.

**Приклад.** Фірма купила квартальний опціон на 1000 т бензину за ціною 5 ум. гр. од./л, заплативши премію продавцю в розмірі 1% (50 000 ум. гр. од.). У наступному кварталі біржова ціна на бензин знизилася з 5,1 ум. гр. од./л до 4,9 ум. гр. од./л. Фірма не виставила контракту на погашення опціону. Її збитки становили 50 000 ум. гр. од., купівля ж реального товару спричинила б збитки на суму 10 000 ум. гр. од.

Прийнято розрізняти простий і подвійний опціон. На рис.2 зображено рух товару залежно від виду опціону.

а) простий опціон

Покупець (продавець) товару

Покупець опціону

б) подвійний опціон

Покупець товару

Покупець опціону

Покупець товару

— напрямок просування товару;

— сплата премій за опціон.

***Рис.* 2. Рух товару залежно від виду опціону**

Опціон може мати кратний характер, тобто його покупець за визначену додаткову премію може збільшити партію товару, що постачається, у декілька разів.

Залежно від ціни товару клієнт може давати посереднику такі доручення щодо купівлі (продажу) товару:

— за "межею ціни" (мінімальна з продажу і максимальна з купівлі);

— за "найкращою ціною" (ринкова ціна);

— за визначеним біржовим курсом;

— за поточною біржовою ціною;

— на "розсуд брокера".

Щодо термінів постачання розрізняють такі доручення:

— безстрокове постачання ("відкрите доручення");

— обмежене за часом постачання ("обмежене часом");

— доручення на негайне укладання угоди за запропонованою ціною (при неукладанні контракту угода анулюється).

Крім доручень щодо ціни і термінів постачання, клієнт може давати посередникові найрізноманітніші завдання з приводу форм оплати, умов вивозу товару, упаковування тощо.

**3. Дослідження біржової кон’юнктури**

Динаміка попиту і пропозиції на біржі постійно змінюється під впливом численних факторів. В той же час прибутки біржових посередників безпосередньо залежать від рівня ціни на реалізовані товари. Зміна цін хвилює і клієнтів біржі. Тому постійне вивчення й аналіз ситуації, що складається на біржовому ринку, є одним з основних завдань у розробці тактики і стратегії поведінки на біржових торгах.

Динаміку біржового ринку прийнято називати біржовою кон'юнктурою.

*Біржова кон'юнктура* відображає стан на біржовому ринку системи чинників (умов), що визначають співвідношення пропозиції і попиту.

Динаміка біржової кон'юнктури може фіксуватися зіставленням моментних параметрів біржового процесу. Тому основним завданням вивчення біржової кон'юнктури є визначення можливого обсягу угод і динаміки цін за окремими групами товарів.

Вивчення кон'юнктури біржового ринку має здійснюватися у певній послідовності. Прийнято виділяти такі етапи дослідження біржової кон'юнктури.

І. Поточне спостереження за загальною ситуацією на ринку.

II. Поточне спостереження за торгами обраного асортименту.

III. Розробка методики вивчення кон'юнктури.

IV. Збір і накопичення кон'юнктурної інформації.

V. Аналіз кон'юнктури.

VI. Прогноз кон'юнктури.

Спостереження за загальною ситуацією на ринку необхідне для вироблення поведінки на торгах. Загальна активність ринку виявляється у вигляді циклічності балансу сукупності біржового попиту.

Контрагенти біржі, як правило, спеціалізуються на проведенні операцій із визначеною групою товарів. Їм постійно необхідна інформація про стан кон'юнктури саме за товарними контингентами.

Методика дослідження біржової кон'юнктури визначення чинників і показників, що вимірюють її стан, і

методів спостереження, аналізу і прогнозування динаміки.

Накопичення інформації може здійснюватися за обраною методикою або в обсязі, наданому самою біржею. Як правило, будь-яка біржа надає інформацію про обсяги угод, котирування біржових цін і характер угод, що укладаються, у розрізі товарних контингентів. Є різноманітні засоби біржового котирування цін, побудовані на застосуванні математично-статистичних методів із використанням ЕОМ. Результати котирувань доводяться до клієнтів біржі не пізніше наступного за торгами дня. Зразок форми бюлетеня котирувань подано у табл. 2.

*Таблиця* 2.

**Бюлетень котирувань ОТБ за 200 р.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назва това- ру | Якісні різно- види | Оди- ниця виміру | Типо- вий обсяг угоди | Ціна за одиницю товару | | | | |
| типо- ва | міні- мальна | макси- мальна | почат- кова | кін- цева |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**4. Методи поточного спостереження за біржовою кон'юнктурою**

Поточне спостереження за біржовою кон'юнктурою здійснюється на основі інформації, наданої біржею, і доповнюється статистикою про виробництво, оптову і роздрібну торгівлю товарами, що виробляються в регіоні.

Система показників біржової кон'юнктури охоплює такі показники.

І. *Оцінка пропозиції:*

— кількість запропонованого до реалізації товару в натуральних одиницях виміру;

— сумарний обсяг пропозиції товару в національній або іншій валюті;

— кількість пропозицій товару;

— середня ціна пропозиції;

— мінімальна і максимальна ціна пропозиції;

— сума запасів запропонованих товарів на складах біржі.

II. *Оцінка попиту:*

— обсяг заявленого товару в натуральному вираженні;

— число заявок на купівлю товару;

— середня ціна попиту;

— мінімальна і максимальна ціна попиту.

III. *Результати угод:*

*—* кількість угод;

— обсяг продажів у натуральному вимірі;

— обсяг продажів у національній або іншій валюті;

— сумарний обсяг укладених угод на той чи інший товар у національній валюті;

— мінімальна і максимальна ціна угод;

— середня ціна угод;

— частка обороту біржі в обсязі оптового товарообігу конкретного товару в регіоні.

Крім перелічених індикаторів біржової кон'юнктури, дуже важливою для її дослідження є якісна оцінка, яку заведено називати "настрій біржового ринку". Варіанти "настрою" подано в табл. 3.

Результати спостереження накопичуються в інформаційній базі брокера (електронній базі даних, блокноті брокера). Для наочності оцінювання динаміки кон'юнктури більшість показників, крім табличної форми представлення, можна дублювати у вигляді графіків і діаграм. Багато пакетів прикладних програм для аналізу економічних процесів мають розвинуті графічні можливості (Lotus 1—2—3, SС 5, Ехсеl 5—7, Ехсеl 97—2000 тощо).

**5. Аналіз поточної біржової кон'юнктури**

Наступним етапом вивчення біржової кон'юнктури є її аналіз та інтерпретація. Комплексний аналіз проводиться в два етапи: на першому здійснюється розрахунок аналітичних показників, що характеризують якісний стан біржового ринку, на другому визначаються виявлені тенденції щодо динаміки і рівня коливань кон'юнктури.

На основі динамічних показників біржова кон'юнктура аналізується за динамікою:

— попиту і пропозиції;

— угод;

— цін.

Найважливішими аналітичними показниками стану біржового ринку є ліквідність товару, співвідношення попиту і пропозиції з цього товару (середнє у групі товарів або на біржі в цілому), індекси пропозиції і попиту за визначений період, індекс обсягу угод за визначений період, загальний і частковий індекси цін на товари й угоди, чистий індекс середніх (типових) цін угод з урахуванням темпів інфляції.

***Таблиця* 3**

**Якісна оцінка ситуації на біржових торгах**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № ситу- ації | Характер ситуації на тор гах | Динаміка цін (Ц) | Співвідно- шення попи- ту (П) і про- позиції (Пр) | Кількість угод на тор- гах (КУ) |
| 1 | Спокійно | Стабільні | П = Пр | Мінімальна |
| 2 | Твердо | Стабільні | П > Пр | Мінімальна |
| 3 | Тихо | Стабільні | П < Пр | Мінімальна |
| 4 | Середньо | Стабільні | П = Пр | Середня |
| 5 | Зростання | Підвищуються | П > Пр | Середня |
| 6 | Зниження | Знижуються | П < Пр | Середня |
| 7 | Міцно | Підвищуються | П > Пр | Макси- мальна |
| 8 | Штиль | Знижуються | П < Пр | Мінімальна |
| 9 | Слабко | Знижуються | П = Пр | КУ= 0 |
| 10 | Очікування | ц=о | П = 0, Пр = 0 | КУ= 0 |

Динаміка попиту і пропозиції характеризується такими показниками:

*Іп=Qп1/Qп0* або (1)



де *Іп* — індекс попиту на певний товар;

*Qп0,1* — обсяг попиту відповідно на попередніх і останніх

торгах;

*Р0,1* — ціна попиту (угоди) відповідно на попередніх і останніх торгах.

*Іпр=Qпр1/Qпр0* або (2)



де *Іп —* індекс пропозиції на певний товар;

*Qпр0,1* *—* обсяг пропозиції відповідно на попередніх і останніх торгах;

*Р0,1* — ціна пропозиції відповідно на попередніх і останніх торгах.

**Приклад.** На останніх торгах сумарні обсяги попиту і пропозиції становили відповідно 4 і 3 трлн гр. од., на попередніх — 5 і 2 трлн гр. од. У цьому випадку *Іп* == 0,8, *Іпр =* 1,2, тобто попит на товар знизився на 20%, а пропозиція збільшилася на 20%.

*Wп/пр=Qп/Qпр=1:Qпр/Qп* (3)

де *Wп/пр —* співвідношення попиту і пропозиції на конкретний товар.

**Приклад.** На торгах сумарний обсяг заявленого попиту становив 5 трлн гр. од., а обсяг пропозиції — 2,5 трлн гр. од.

У цьому випадку співвідношення попиту і пропозиції становило 1: 0,5, тобто пропозиція покрила усього 50% сумарного попиту.

Динаміка обсягу угод характеризується такими показниками.

*Рівень ліквідності,* який показує відношення суми укладених угод до суми пропозиції на певний товар на торгах і розраховується за формулою

*Рл=Qcу\*100/Qпр* (4)

де *Рл* — рівень ліквідності певного товару на торгах, %;

*Qсу* — сумарний обсяг укладених на торгах угод з цього товару;

*Qпр* — сумарний обсяг пропозиції цього товару на торгах.

**Приклад.** На торгах фруктовим концентратом обсяг пропозиції становив 500 000 дол., а сумарний обсяг угод — 100 000 дол.

*Р =* 100 000: 500 000 • 100 = 20%.

Таким чином, знайшло свого покупця лише 20% товару.

*Іуг=Qу1/Qу0* або (5)



де *Іуг —* індекс угод;

*Qу0,1* — обсяг продажів (угод) відповідно на попередніх і останніх торгах;

*Р0,1* — вартість товару відповідно на попередніх і останніх торгах.

Динаміка цін характеризується такими показниками:

(6)



де *Іп —* індекс середніх цін угод;

,0 — середні ціни угод відповідно на попередніх і останніх торгах.



*Ірч=Ір/і* (7)

де *Ірч —* чистий індекс середніх цін угод;

*і —* індекс інфляції.

**Приклад.** Індекс середніх цін за серпень місяць на нафтопродукти становив 1,2; індекс інфляції — 1,09. У цьому випадку чистий індекс середніх цін угод становив ІД, тобто, крім інфляції, ціни на нафтопродукти у серпні зросли на 10%.

На другому етапі аналізу біржової кон'юнктури виявляється динаміка коливання і сезонності.

У біржовій практиці розрізняють тривалі коливання (до 1 року), середньострокові (2—3 міс.) і короткострокові (до 1 міс.).

*Тривалі коливання* пов'язані з фазами загальноциклічного розвитку економіки життєвого циклу виробу.

Як інструмент аналізу тривалих коливань використовують методи аналізу часових рядів.

*Середньострокові коливання* корелюють із сезонністю виробництва товарів та умовами їх транспортування. Сезонні піднесення і спади кон'юнктури істотно впливають на комерційну активність на біржовому ринку. Для виміру сезонних коливань часто використовують індекс сезонності:

*Ісез=Кфакт\*100/Квир,* (15.8)

де *Кфакт —* середньомісячний фактичний рівень аналітичного показника біржової кон'юнктури;

*Квир —* вирівняний аналітичний показник

**Приклад.** Аналітичному відділу брокерської фірми доручено зіставити щомісячну динаміку продажів зерна у попередньому і поточному роках. Розрахунки показали таке (табл. 4):

***Таблиця* 4**

**Динаміка продажів зерна у попередньому і поточному роках**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Місяць | Обсяг продажів зерна | | Розрахунковий обсяг продуктів | | Індекс сезонності | |
| Поперед- ній рік | Поточ- ний рік | Поперед- ній рік | Поточ- ний рік | Поперед- ній рік | Поточ- ний рік |
| |  | | --- | | Січень | | Лютий | | Березень | | Квітень | | Травень | | Червень | | Липень | | Серпень | | Вересень | | Жовтень | | Листопад | | Грудень | | |  | | --- | | 20 | | 25 | | 30 | | 37 | | 42 | | 45 | | 47 | | 55 | | 60 | | 85 | | 125 | | 135 | | |  | | --- | | 14 | | 14,5 | | 15 | | 15,2 | | 15,5 | | 15,5 | | 15,5 | | 17,5 | | — | | — | | — | | — | | |  | | --- | | 6,79 | | 16,26 | | 25,72 | | 35,18 | | 44,64 | | 54,1 | | 63,56 | | 73,03 | | 82,49 | | 91,95 | | 101,41 | | 110,87 | | |  | | --- | | 140,33 | | 144,06 | | 147,79 | | 151,51 | | 155,24 | | 158,96 | | 162,69 | | 166,42 | | — | | — | | — | | — | | |  | | --- | | 294,5 | | 153,7 | | 116,6 | | 105,2 | | 94 | | 83,2 | | 72 | | 75,3 | | 72,7 | | 92,4 | | 123,8 | | 121,7 | | |  | | --- | | 99,8 | | 100,6 | | 101,5 | | 100,3 | | 99,8 | | 97,5 | | 95,3 | | 105,2 | | — | | — | | — | | — | |

Як бачимо, продажу зерна притаманні сезонні коливання. У літню пору спостерігається стабілізація продажів, в осінні місяці — різка їх активізація. У поточному році сезонні коливання знизилися, проте осіннє піднесення почалося дещо раніше, ніж у попередньому році, що, очевидно, пов'язано з різким зниженням сумарних обсягів продажу.

Короткострокові коливання біржової кон'юнктури визначаються дією випадкових чинників (погодні умови, порушення транспортної доставки товару, стихійні лиха, періоди відпусток, свят), інфляційним чеканням і спекулятивною змовою.

**6. Прогнозування біржової кон'юнктури**

*Прогнозування валютної біржової кон'юнктури —* це оцінювання перспектив розвитку біржового ринку з метою визначення можливих тенденцій динаміки обсягів ефективних угод.

Прогнозування кон'юнктури базується на результатах налізу стану біржового ринку.

Прогноз біржової кон'юнктури є ймовірним результатом здійснюється у такій послідовності.

1. Вибір періоду прогнозування.

2. Визначення параметрів прогнозування.

3. Вибір методів прогнозування.

4. Розрахунок прогнозних параметрів.

5. Інтерпретація прогнозу.

Кон'юнктура біржового ринку є одним із найнестійкіших показників, тому вибір часу прогнозу є дуже важливим фактором у прогнозуванні. Як правило, короткострокові прогнози кон'юнктури (день, тиждень, декада, місяць) пов'язані вибором тактики брокера на найближчих торгах за спот-угодами.

Середньостроковий прогноз (місяць, квартал, рік) необхідний для укладання форвардних угод.

Довгостроковий прогноз кон'юнктури пов'язаний насамперед із вибором стратегії посередницької фірми та експертною оцінкою зміни ситуації на ринку в цілому.

Після вибору періоду прогнозування настає етап визначення параметрів прогнозування. На цьому етапі виділяються оцінюваний сегмент ринку і показники, що характеризують кон'юнктуру. Для короткострокових і середньострокових прогнозів за основні показники оцінки кон'юнктури використовуються рівні і показники динаміки валютного курсу. Саме виходячи з цього основними методами короткострокових і середньострокових прогнозів біржової кон'юнктури є статистичні методи прогнозування: ковзна середня, метод найменших квадратів — і статистичні методи експертних оцінок.

Одним із найпопулярніших методів прогнозування є прогноз кон'юнктури на основі трендових моделей із використанням методу найменших квадратів.

**Література**

1. Авдулов П.В., Гойзман Э.И., Кутузов В.А. и др. Экономико- математические методы и модели для руководителя. М.: Экономика, 2008

2. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. – М.: Прогресс, 2007

3. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 2008.

4. Багриновский К.А., Рубцов В.А. Модели и методы прогнозирования и долгосрочного планирования: Учеб. пособие. - М.,2009.

5. Л.П. Владимирова. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2009. – 308 с.

6. Гальчинський., Наєць В., Семиноженко В. Україна: реалії та інновацційний розвиток. – К., 2008