

Землянский Олег Александрович

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,
г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-3522-0073

e-mail: ozml@mail.ru

ФАКТОРЫ АНАЛИЗА РЫНКОВ

Аннотация. Различные рынки имеют большие отличия, свои особенности и специфику, но сущность и характеристики рынка как совокупности объектов, субъектов, их структуры и условий взаимодействия, предмет предпринимательской деятельности на рынке позволяют выделить общие положения, сформировать факторы, позволяющие анализировать любые рынки, на которых создаются, используются, распределяются и перераспределяются определенного вида объекты в процессе взаимодействия субъектов рынка при возникновении и функционировании структуры, принципов, правил и другого законодательно-правового обеспечения. Предложены единые факторы, на основе которых возможно определение состояния, проведение анализа и сравнение самых разнообразных рынков для выявления возможностей, условий и перспектив присутствия на них различных компаний и видов бизнеса, возможности и эффективности осуществления предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: факторы анализа рынков, сущность рынка, характеристики рынков, предмет предпринимательской деятельности, структура субъектов рынка, степень развития рынка, привлекательная цена, доступная цена

Для цитирования: Землянский О.А. Факторы анализа рынков // Вестник университета. 2021. № 3. С. 105–111.

Oleg A. Zemlyanskiy

Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-3522-0073

e-mail: ozml@mail.ru

MARKET ANALYSIS FACTORS

Abstract. Different markets have many differences, their own characteristics and specifics, but the essence and characteristics of the market, as a set of objects, subjects, their structure and conditions of interaction, the subject of entrepreneurial activity in the market allow us to highlight general provisions, to form factors that make possible to analyse any markets on which a certain type of objects are created, used, distributed and redistributed in the process of interaction of market entities with the emergence and functioning of the structure, principles, rules and other legislative and legal support. The author proposes unified factors, which is the basis of possible to determine the state, analyses and compares a wide variety of markets to identify opportunities, conditions and prospects for the presence of various companies and types of business, opportunities and efficiency of entrepreneurial activities.

Keywords: market analysis factors, essence of the market, characteristics of markets, subject of entrepreneurial activity, structure of market entities, degree of market development, attractive price, affordable price

For citation: Zemlyanskiy O.A. (2021) Market analysis factors. *Vestnik universiteta*, no. 3, pp. 105–111. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-3-105-111

Введение

Анализ возможности ведения предпринимательской деятельности на каком-либо рынке, сравнение эффективности бизнеса на разных рынках требует выработки единых факторов определения их состояния, возможностей, условий и перспектив присутствия на рынках для различных компаний и видов бизнеса: кредитно-финансового, производственного – коммерческого, юридического, страхового, оценочного и т. д..

Все рынки разные и имеют свои особенности и специфику. Однако для определения возможности и эффективности ведения успешной предпринимательской деятельности на рынке, анализа его состояния и условий присутствия на нем, можно выделить одинаковые факторы для самых разнообразных рынков – от потребительских товаров и ресурсов производства, до рынков сбыта различных товаров, в том числе рынка недвижимости, инвестиционных и фондовых рынков. Факторы, необходимые для анализа любых рынков,

© Землянский О.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Zemlyanskiy O.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



могут включать различные показатели. В целом определяют и анализируют предмет предпринимательской деятельности на рынке и сущность рынка, и на их основе исследуют характеристики и состояние, которые определяют любой рынок и учитываются при ведении любого бизнеса для достижения его эффективности.

Обобщая различные экономические источники, можно сформулировать: предмет предпринимательской деятельности на рынке – совокупность и эффективность отношений и прав на владение, использование, распоряжение и распределение (обмен) объектов, складывающаяся на рынке в процессе взаимодействия между его субъектами [1; 2; 4]. Он включает исследование всей совокупности нормативно-правового регулирования предпринимательского права и эффективности ведения бизнеса в текущих и прогнозных экономических условиях.

Сущность любого рынка состоит в том, что на нем создаются, используются, распределяются (обмениваются, отчуждаются) и перераспределяются объекты определенного вида в процессе взаимодействия субъектов рынка при возникновении и функционировании структуры, принципов, правил и другого законодательно-правового обеспечения, определяющего это взаимодействие в отношении объектов рынка в определенных пространственно-экономических, социальных и других границах распространения и существования.

Распределение и перераспределение в большом количестве случаев означает продажу или перепродажу объектов, но могут быть и другие виды обмена, при которых объекты отчуждаются. Кроме того, возможна временная передача части прав, например, использование – аренда, но не владение или распоряжение и т. д.

Функционирование любого рынка, совокупность и эффективность отношений и прав на нем определяется характеристиками рынка, структурой, движущей силой, макроэкономической ситуацией, экономическим состоянием отрасли, законодательно-правовым, фискальным, бюрократическим воздействием государства и органов местного управления.

Любой рынок, как набор элементов, характеризуют:

- виды объектов и их функциональное сегментирование;
- способы создания, использования, распределения (обмена, отчуждения) объектов;
- субъекты рынка и их взаимодействие между собой и в отношении объектов рынка;
- существующая или создаваемая структура взаимодействия субъектов рынка для целей производства, использования и распределения объектов;
- законодательно-правовое обеспечение создания, использования и распределения объектов и взаимодействия субъектов рынка;
- пространственно-экономические, социальные и другие границы существования, функционирования и распределения объектов, взаимодействия субъектов рынка, законодательно-правового обеспечения рыночных процессов.

Эти характеристики, в свою очередь, включают наборы различных показателей. Название рынка определяется и включает одну или несколько его характеристик.

Виды объектов и сегментирование рынков

Виды объектов и их функциональное сегментирование определяет вид рынка, его производственно-коммерческие, экономические качественные и количественные показатели рынка, такие как все виды объемов выпуска и продаж; рентабельности (продажи – ROS, активы – ROA, собственный капитал – ROE и т. д.); оборачиваемости (активы – AT, запасы – IT и т. д.) и др., определяют все характеристики рынка: от видов объектов, их функционального назначения, сегментирования, способов создания и обмена и т. д., до пространственно-экономических, социальных и других границ рынка.

Виды, функциональное сегментирование и состояние объектов в совокупности с другими характеристиками формируют экономические показатели как для рынка в целом: усредненные отраслевые, среднерыночные и т. д., так и влияют на показатели отдельных компаний, присутствующих на рынке. Анализ видов, сегментирования и состояния объектов позволяет определить возможности и перспективы ведения бизнеса, выявить наиболее привлекательные секторы рынка и виды деятельности, возможности и способы вхождения в рынок или продолжение присутствия на нем для осуществления предпринимательской деятельности.

Временная характеристика рынка определяет срок действия и изменения значений качественных и количественных показателей характеристик рынка, но не меняет набор характеристик: виды объектов и субъектов рынка, их структуру, законодательно-правовое обеспечение, границы функционирования всегда присущи

любому рынку. Другими словами, временная характеристика рынка возникает при ретроспективном анализе и анализе текущего состояния характеристик, периодов постоянных значений и при изменения показателей рынка и прогнозе их динамики.

Характеристики рынка, в свою очередь, делят на составляющие, сегментируют и детализируют. Из этих составляющих, на основе анализа их привлекательности и возможностей компании, выбирают секторы рынка, в которых компания будет работать, составляют программу действий и способы достижения желаемого результата.

В узком смысле рынок рассматривают как процесс обмена (в т. ч., продажи) товаров между продавцами и покупателями в условиях спроса, предложения и формирования цены товара, когда участники сделок независимы, хорошо информированы, и на цену не влияют какие-либо чрезвычайные обстоятельства. Однако процесс обмена (продажи) товаров – только часть структуры и способов функционирования рынка, в которые могут быть вовлечены не все его субъекты. Рынок охватывает все процессы возникновения или создания, использования, распределения (обмена) и перераспределения объектов, взаимодействия субъектов рынка, обладает структурой и законодательно-правовым обеспечением этих процессов. Виды объектов могут включать как сам товар, так и способы его создания, использования, распределения (обмена) и перераспределения. Другими словами, рынок – это все виды коммерческого использования каких-либо объектов в процессе взаимодействия субъектов рынка.

Таким образом, в широком смысле, рынок – это совокупность способов создания, использования, распределения, в том числе обмена и других способов отчуждения, перераспределения и другого коммерческого использования объектов в процессе взаимодействия субъектов рынка, при возникновении и функционировании структуры такого взаимодействия, принципов, правил и другого законодательно-правового обеспечения, определяющего это взаимодействие в отношении объектов рынка, в определенных пространственно-экономических, социальных и других границах и условиях распространения и существования.

Субъекты и структура рынка

В общем виде к субъектам рынка относят:

- законодательные органы и структуры, создающие нормы, правила и определяющие условия функционирования рынка;
- исполнительные органы, выполняющие правила и условия, регулирующие и контролирующие функционирование рынка, воздействующие на субъекты рынка;
- профессиональных участников рынка, финансирующих, создающих, использующих, обменивающих и перераспределяющих объекты рынка;
- потребители объектов рынка.

Субъекты рынка взаимодействуют между собой и в отношении объектов при их создании, использовании, распределении (обмене) и перераспределении. Все субъекты рынка подвержены влиянию исполнительных органов, осуществляющих регулирование, учет и контроль за деятельностью субъектов рынка на основе законодательных норм и правил. Создание, оборот, различные показатели, в том числе качество, объектов рынка также подчиняются законодательным нормам и правилам и находятся под контролем исполнительных органов.

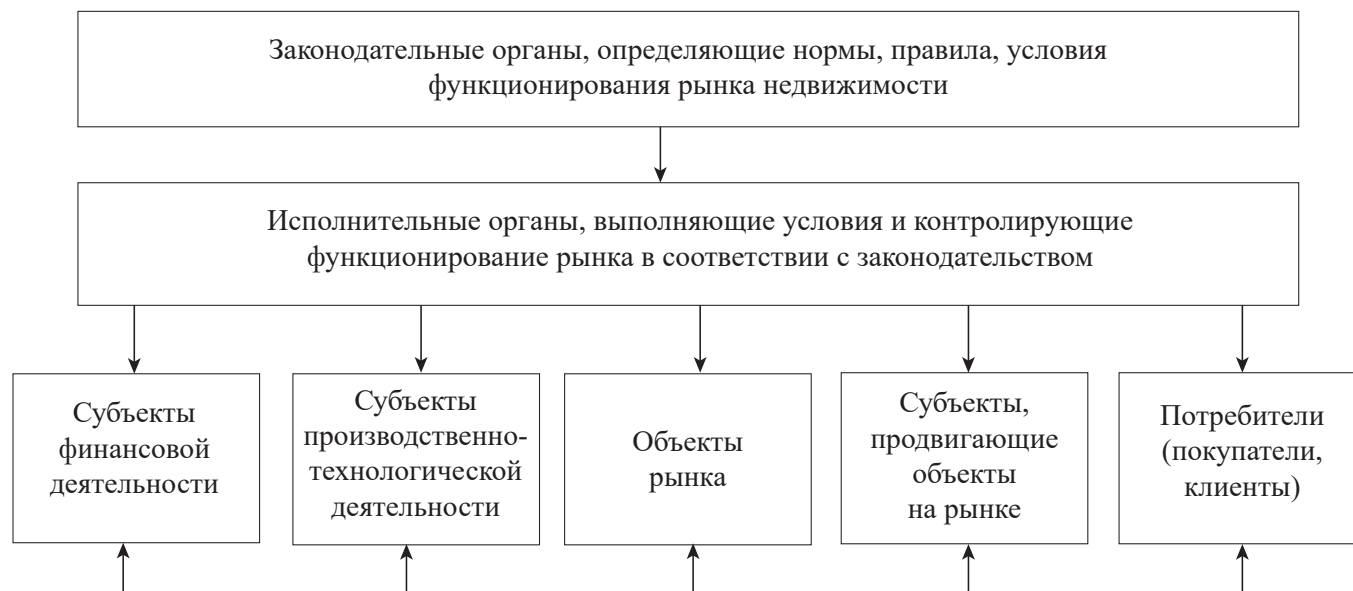
Продавцами (поставщиками) товара (объекта рынка) конечному потребителю может быть единая компания, включающая финансирование, создание и распределение товаров потребителю, так и несколько компаний, входящих в технологическую последовательность, где товары предыдущей компании есть комплектующие для последующей при создании товара (объекта) для конечного покупателя или потребителя.

Взаимодействие субъектов рынка между собой и в отношении объектов складывается в определенную систему, структуру взаимодействия, позволяющую выявить и учитывать не только взаимосвязь ее элементов, но и способ функционирования, движущую силу, условия, степень и циклы развития рынка. Структура взаимодействия субъектов рынка представлена на рисунке 1.

Взаимодействие субъектов рынка между собой и в отношении его объектов можно представить как создание и продвижение товара (объекта рынка) конечному потребителю:

- единой компанией или объединением, включающим всю последовательность действий: финансирование, создание и доведение до конечного потребителя объектов (товаров) рынка.

– несколькими компаниями, состоящими в некоторой технологической последовательности, где объекты рынка являются товаром для одной компании (продавца) и комплектующими для другой (покупателя), с учетом внешнего и внутреннего финансирования (см. рис. 1).



Составлено автором по материалам источников: [2; 6]

Рис. 1. Структура взаимодействия субъектов рынка

Выбор для анализа рынка количества компаний, создающих и продвигающих товар (объекта рынка) конечному потребителю зависит от масштаба исследования: чем больше область исследования рынка, тем большее количество компаний разных видов сфер деятельности и бизнеса принимается для анализа.

Взаимодействие субъектов рынка, в соответствии со структурой взаимодействия, имеет с потребителями прямую и обратную связь. Прямая связь – возникновение или формирование спроса, выявление и/или формирование группы платежеспособных потребителей, для которых финансируется и реализуется производственно-технологическая деятельность, создаются и предоставляются на рынок потребителям объекты, удовлетворяющих спрос. Обратная связь взаимодействия субъектов – возмещение потребителями всем субъектам рынка, участвующим в удовлетворении спроса, затрат и обеспечение им определенной прибыли; отзывы о товаре, его сильных и слабых сторонах, требующих доработки (см. рис. 1).

Возможности удовлетворения спроса

Таким образом, движущей силой рынка является спрос, удовлетворяющее его предложение и стоимость объектов как товара для всех участников рынка, вовлеченных в процесс создания, использования, обмена (продажи) и перераспределения объектов, и цена как категория, объединяющая и зависящая от стоимости объектов, спроса и предложения в текущих и прогнозных экономических условиях [5; 6].

Цена может быть привлекательной для субъектов рынка, непривлекательной и блокирующей возможности покупателей и/или производителей. Привлекательная цена для производителя – это цена, реализации продукции, которую он может произвести с экономической эффективностью более высокой, чем другие виды своей продукции.

Привлекательная цена для потребителя – это цена востребованного товара, оплатить которую он в состоянии и которая равна или даже ниже потребительской стоимости, ценности товара для потребителя, равна или ниже цены аналогичных товаров других производителей. Соотношение цена/набор потребительских свойств объекта (товара) наиболее привлекательно в сравнении с аналогами и доступно для потребителя.

Привлекательная цена способствует созданию и функционированию системы производства и потребления, экономического развития в целом при платежеспособном спросе и доступных ценах.

Доступная, но непривлекательная цена для потребителя – это цена, оплатить которую он в состоянии, но которая равна или выше потребительской стоимости, ценности товара для потребителя, тем более, если есть аналогичные товары с более привлекательной ценой или более привлекательные по ценности товары с аналогичной ценой. Соотношение цена / набор потребительских свойств объекта-аналога (товара-аналога) более привлекательно и доступно для потребителя.

Доступная, но непривлекательная цена для производителя – это цена, по которой он может реализовать продукцию с менее высокой экономической эффективностью, чем другие виды своей продукции, произвести которую он может.

Блокирующая цена – это цена, при которой экономически невыгодно производить данную продукцию, а покупателям невозможно ее приобрести из-за отсутствия платежеспособности или низкой потребительской стоимости (ценности товара) для потребителя, недостаточным набором потребительских свойств объекта, особенно при наличии аналогичных товаров с привлекательной и доступной ценой и лучшим соотношением цена/набор потребительских свойств объекта.

Непривлекательная или блокирующая цена создают дисфункцию системы производства и потребления, спроса и предложения, происходит разрегулирование платежеспособности спроса и доступности предложения, что приводит к сжатию рынка, ухудшению экономической ситуации в целом.

На величину цены оказывает существенное влияние макроэкономическая ситуация, экономическое состояние отрасли, компании, продукция, товары которых также присутствуют на рынке, состояние и влияние смежных рынков и отраслей.

Кроме того, на величину цены оказывает существенное влияние законодательно-правовое, фискальное, бюрократическое воздействие государства и органов местного управления. Способы регулирования, учета, регистрации, налогообложения, сбора платежей и способы урегулирования разногласий существенно влияют на привлекательность отрасли, рынка и формирование цены.

Таким образом, цены влияют и являются результирующей большого числа разнообразных факторов, обладают высокой динамикой и могут колебаться от привлекательных до блокирующих и обратно за достаточно короткий период и показывать какой-либо тренд, изменяться в течение более длинного периода времени.

Состояние рынков

Составление модели взаимосвязи цены товаров (объектов рынка) и показателей рынка, прогнозирование их динамики, с учетом законодательно-правового обеспечения и пространственно-географического распространения рынка, позволит создать прогноз динамики цен с достаточной степенью вероятности, определить возможность и вероятность присутствия на данном рынке.

При составлении модели взаимосвязи цены товаров (объектов рынка) и показателей рынка учитывают степень развитости и развития рынка, цикл его состояния.

По степени развитости любой рынок может быть:

- цивилизованным – наработана достаточная законодательная база для функционирования рынка, создана исполнительная система, обеспечивающая выполнение законодательных норм и правил, прозрачность ведения бизнеса и условия конкуренции; обеспечивается достоверность информации, соревновательность при решении споров; пресекаются неправомерные действия, что способствует созданию, распределению и потреблению высококачественных объектов рынка при достаточном количестве платежеспособных потребителей;

- нецивилизованным – законодательная база, необходимая для функционирования рынка, недостаточна или не выполняется в требуемом объеме исполнительной системой, допускаются различные нарушения участниками рынка, препятствующие его функционированию.

Цивилизованный или нецивилизованный рынок – это крайние степени развитости рынка, между которыми существует много промежуточных положений.

По степени развития рынка можно квалифицировать на:

- развитый рынок – отрегулированы механизмы его функционирования, как и большинства других смежных рынков: в стране сформированы рыночные институты, отработаны законодательство и его применение, функционируют соответствующие структуры, позволяющие и способствующие участникам

рынка осуществлять предпринимательскую деятельность с высокой эффективностью как по экономическим показателям компаний, так и с высокой степенью удовлетворения потребностей общества;

- развивающийся рынок – механизм его функционирования требует дополнительного регулирования, в том числе законодательного. Участники рынка осуществляют предпринимательскую деятельность с возрастающей эффективностью и степенью удовлетворения потребностей общества, но есть еще достаточное количество вопросов, требующих решения;

- неразвитый рынок – механизм его функционирования не создан или требует большого объема регулирования: законодательного, экономического и т. д., участники рынка осуществляют предпринимательскую деятельность с большим количеством нарушений, низкой эффективностью и степенью удовлетворения потребностей общества.

Степень развития рынка часто определяют по фондовым индексам, другим показателям рынка как результатам его функционирования. Исследование состояния и перспектив развития рынка требует анализа не только фондовых индексов, экономических качественных и количественных показателей рынка, но и механизма его функционирования, степени удовлетворения потребностей общества, то есть, всего комплекса вопросов, влияющих на развитие и состояние рынка.

Развитие рынка, как и состояние и развитие экономической системы в целом, имеет циклический характер [3].

Состояние рынка по циклам можно представить:

- активно растущий – растут показатели рынка, возможности его участников и степень удовлетворения потребностей общества;

- активный – показатели рынка, возможности его участников и степень удовлетворения потребностей общества находятся в границах наибольших значений;

- в состоянии спада – показатели рынка, возможности его участников и степень удовлетворения потребностей общества снижаются;

- в состоянии кризиса – очень низкие показатели рынка, сильно ограниченные возможности его участников и высокая степень неудовлетворения потребностей общества при существующем состоянии экономики и положении бизнеса.

Состояние кризиса как на рынке, так и экономики в целом, есть один из этапов их развития и говорит о том, что прежняя политика развития исчерпала себя, требуется достаточно глубокий анализ существующих и возникающих потребностей общества, прогноз их дальнейшего развития, определение способов формирования спроса и платежеспособности различных групп потребителей. На основе анализа и определении возможностей различных групп субъектов рынка – производителей товаров создаются способы удовлетворения спроса по различным видам объектов рынка, видам товаров для различных групп их потребителей с учетом востребованности товаров и платежеспособности потребителей, выявляются новые направления развития, локомотивы роста, составляются новые программы и политики развития.

Виды объектов, субъекты и структура рынков, степень их развитости и развития, цикл развития экономической системы в целом, требуют постоянного учета и корректировки предпринимательской деятельности на любом рынке.

Результат анализа рынков

Анализ рынка в соответствии с его характеристиками позволит определить:

- виды объектов в различных секторах рынка, затратность и доходность, ценовые и другие экономические показатели и возможности предпринимательской деятельности с этими объектами;

- субъекты рынка, принимающие участие в деятельности в различных секторах рынка в отношении различных видов объектов структурировать взаимодействие этих субъектов, определить возможности, риски и перспективы предпринимательской деятельности в этих условиях;

- территориальные, национальные, международные, экономические, социальные и другие границы распространения рынка в целом, его сегментов, видов объектов в них, возможности расширения продуктовых линий внутри различных секторов и рынков при взаимодействии и различной активности субъектов в различных секторах рынка;

- законодательное регулирование рынка в целом и его секторов в различных границах распространения.

Выявление цикла развития и анализ рынка, состояния и развития экономической системы в целом, позволяют определить возможности и перспективы предпринимательской деятельности.

Каждый рынок имеет свою специфику, но в целом, сущность и характеристики рынка, анализ состояния, стоимостных, ценовых и других перспектив рынка, периода действия и сроков изменения величин показателей каждой характеристики этапы и циклы развития одинаковы для всех видов рынков, и определяют возможность и целесообразность выхода на рынок, способов и длительности присутствия на нем на основе приемлемой экономической эффективности ведения бизнеса и предпринимательской деятельности на данном рынке.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ред. от 08.12.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.grazkodeks.ru/> (дата обращения: 20.01.2021).
2. Видяпин, В. И., Журавлева, Г. П. Экономическая теория (политэкономия): учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 713 с.
3. Гринина, Л. Е., Коротаева, А. В., Бондаренко, В. М. Н. Д. Кондратьев: кризисы и прогнозы в свете теории длинных волн. Взгляд из современности. – М.: Учитель, 2017. – 384 с.
4. Губин, Е. П., Лахно, П. Г. Предпринимательское право Российской Федерации: учебник для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 992 с.
5. Котлер, Ф., Келлер, К. Л. Маркетинг менеджмент / Пер с англ. – 15-е изд. – СПб.: Питер, 2018. – 848 с.
6. Макконнелл, К. Р., Брю, С. Л., Флинн, Ш. М. Экономика: принципы, проблемы, политика / Пер с англ. – 21-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 1152 с.

References

1. *Civil Code of the Russian Federation (as amended dated on December 8, 2020)*. Available at: <https://www.grazkodeks.ru/> (accessed 20.01.2021). (In Russian).
2. Vidyapin V. I., Zhuravleva G. P. *Economic theory (political economy): textbook for universities*, Moscow, INFRA-M, 2015, 713 p. (In Russian).
3. Grinina L. D., Korotaeva A. V., Bondarenko V. N. N. D. *Kondrat'ev: crises and forecasts in the light of the theory of long waves. A look from the present*, Moscow, Uchitel, 2017, 384 p. (In Russian).
4. Gubin E. P., Lakhno P. G. *Entrepreneurial law of the Russian Federation: textbook for universities*, 3-d edition, revised and expanded, Moscow, INFRA-M, 2017, 992 p. (In Russian).
5. Kotler Ph., Keller K.L. *Marketing management*, Translated from English, 15th ed., St. Petersburg, Piter, 2018, 848 p. (In Russian).
6. McConnell C. R., Brue S. L., Flynn S. M. *Economics: principles, problems, policies*, Translated from English, 21st ed., Moscow, INFRA-M, 2018, 1152 p. (In Russian).