

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

УДК 330.34:005.35(477"20")

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННІПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ РИНКОВИХ ІНДИКАТОРІВ У СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Савченко Т.В., к.е.н., доцент

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Для оцінювання стану ринку використовують систему показників, що характеризують ситуації на ринку та називають індикаторами ринку [1, с. 28].

Перш за все у якості ринкових індикаторів використовують показники, що характеризують стан пропозиції та попиту на товарному ринку. Ринкові індикатори носять кількісний характер, в якості показників можуть бути застосовані різні одиниці вимірювання. Індикатори ринку дозволяють системно та всебічно оцінити кон'юнктуру певного товарного ринку. Для проведення оцінки використовують статистичний масив даних, що характеризує процес виробництва продукції, наявність та особливості постачання ресурсів необхідних для виробництва продукції, запаси сировини, запаси готової продукції, обсяг споживання продукції, собівартість продукції, середні ціни, ціни у регіонах, прибутковість галузі і т.д.

Для визначення тенденцій, що відбуваються на ринку, використовують динамічні ринкові індикатори, що носять порівняльний характер, і дозволяють визначити позитивність чи негативність спрямованості розвитку ринку на підставі порівняння статистичних показників за певний період часу.

На сучасному товарному ринку існує безліч інструментів для вимірювання й аналізу його стану та руху. Інвестори та трейдери користуються різними індикаторами, які можна умовно розділити на формальні та неформальні.

Формальні ринкові індикатори - це статистичні дані, які збираються та публікуються офіційними державними та міжнародними органами, такими як Національний банк, Міжнародний валютний фонд, Статистичні щорічники та інші. Ці дані є об'єктивними та надійними, оскільки їх збирається відповідно до певних стандартів і методологій.

Найпоширеніші формальні ринкові індикатори включають в себе:

- валютний курс: офіційний обмінний курс міжнародної валюти та національної валюти;
- індекси цін на споживчі товари (CPI) та виробничі ціни (PPI): вимірюють інфляційний тиск у країні;
- бюджетний дефіцит та грошова маса: вказують на стан фінансової стабільності країни.

Неформальні ринкові індикатори - це дані та інформація, яка не підлягає офіційному збору, і часто базується на аналізі поведінки ринкових

учасників, спостереженнях або інтуїції. Ці індикатори можуть бути корисними для раннього виявлення тенденцій на ринку, але вони менш об'єктивні та надійні, оскільки піддаються впливу індивідуальних думок та суб'єктивного сприйняття.

До неформальних ринкових індикаторів відносять:

- настрої ринку: загальний настрій інвесторів та трейдерів, який може виражатися через медійні звіти, обговорення на форумах або соціальних мережах;

- рівень загальної активності на ринку: обсяги торгів та ліквідність ринку;

- аналіз цінових графіків: використання індикаторів на цінових графіках для прогнозування майбутніх рухів цін.

У практиці успішний аналіз ринку часто поєднує в собі використання як формальних, так і неформальних індикаторів. Учасники ринку повинні ретельно розглядати обидва типи інформації, щоб приймати обґрунтовані рішення на товарному ринку.

Окрім формальних та неформальних індикаторів, ринкові індикатори розподіляють на цінові та нецінові.

Цінові ринкові індикатори - це дані, які відображаються у цінах або вартості активів на ринку. Вони легко доступні та вимірюються числовими значеннями. Основні цінові індикатори включають в себе:

- ціни активів: цінова динаміка акцій, облігацій, сировини, валют, криптовалют і інших фінансових інструментів;

- цінові індекси: індекси, такі як S&P 500, Dow Jones Industrial Average, або індекси інших фондових ринків, які служать орієнтиром для ринкової активності;

- цінові волатильності: міра коливань цін, така як історична волатильність, що вказує на ризик.

Цінові індикатори надають інформацію про те, як змінюються ціни на ринку, і допомагають визначити поточні тенденції.

Нецінові ринкові індикатори, навпаки, не виражаються у цінах і часто більш суб'єктивні. Вони включають в себе такі фактори:

- обсяги торгівлі: кількість акцій або контрактів, що обмінюються на ринку, може вказувати на інтерес інвесторів;

- настрої ринку: психологічний настрій інвесторів, який може виявлятися через новини, аналітичні огляди, аналіз соціальних мереж та інше;

- економічні показники: Фундаментальні дані, такі як ставки безробіття, ВВП, інфляція, які можуть вказувати на здоров'я економіки та її перспективи;

- сезонні чи циклічні фактори: Зміни в поведінці ринку, пов'язані з певними сезонами чи циклами;

- нецінові індикатори доповнюють цінові дані, надаючи глибший контекст ринковій ситуації і допомагаючи аналізувати причини за цінами.

У практиці успішного інвестування та торгівлі ідеально використовувати обидва типи індикаторів, щоб отримати більш повну картину ринку та приймати обдумані рішення. Сумісне використання цінових і нецінових індикаторів може допомогти знизити ризик та збільшити можливості успіху на фінансових ринках.

В залежності від того, який фактор, є вирішальним для формування ціни на продукцію, і хто її контролює, ринкові середовища розподіляють на чотири типи [2, с. 102]:

- ціна контролюється підприємством;
- ціна контролюється групою підприємств;
- ціна контролюється ринком;
- ціна контролюється державою.

До нецінових факторів, що здійснюють суттєвий вплив на попит на продукцію птахівництва відносять:

- демографічні фактори: кількість населення в регіоні і його склад, вік, структура сімей можуть впливати на попит на птахівницьку продукцію. Наприклад, зростання населення та зміни в демографічній структурі можуть призвести до збільшення попиту на м'ясо птахів;

- здоров'я та харчові тенденції: освіта про здорове харчування, дієтичні уподобання і харчові тенденції можуть впливати на споживання птахівницької продукції. Зростання інтересу до здорового способу життя може призвести до попиту на низькожирні та органічні продукти птахівництва;

- екологічні та етичні питання: зростаюча обуреність щодо умов утримання птахів і стосовно етичних аспектів птахівництва може впливати на вибір споживачів та попит на продукцію, яка відповідає стандартам екологічної та етичної прийнятності;

- технологічний прогрес: впровадження нових технологій у виробництво птахівницької продукції може вплинути на її якість та доступність, що, в свою чергу, може впливати на попит;

- пандемії та захворювання птахів: вибухи захворювань птахів, такі як пташиний грип, можуть суттєво впливати на попит на продукцію птахівництва через побоювання щодо безпеки споживання м'яса птахів;

- урядові регуляції і політика: зміни у правилах виробництва, імпорту та експорту, а також субсидії та митні бар'єри можуть впливати на виробництво та ринок птахівницької продукції.

Ці нецінові фактори можуть бути важливими для розуміння та прогнозування попиту на продукцію птахівництва і для прийняття стратегічних рішень в цій галузі.

Регіональні ринки продукції птахівництва мають свої особливості та власні цінові ринкові індикатори, які грають важливу роль у визначенні

цін на птахівничі продукти та в оцінці галузевої динаміки. Розглянемо деякі ключові цінові індикатори, що визначають ринок продукції птахівництва на регіональному рівні:

- ціна на живу птицю - це ціна, за яку продається жива птиця, така як курки або качки, на місцевому ринку. Ця ціна може бути ключовим показником для фермерів та птахівницьких підприємств, оскільки вона визначає їхні прибутки від продажу живої птиці;

- ціна на м'ясо птахів - цей індикатор вказує на ціну на м'ясо птахів, таке як курятина або індичатина, на регіональному ринку. Він є важливим для виробників м'яса та споживачів, які визначають свої витрати на харчування;

- вартість кормів - ціна кормів, таких як кукурудза, соя, інші зернові та добавки, важлива для фермерів, оскільки вона впливає на їхні виробничі витрати. Зміни в цінах кормів можуть відобразитися в цінах на продукцію птахівництва;

- рівень виробництва та запаси - обсяг виробництва яєць та м'яса птахів на регіональному ринку, а також рівень запасів, можуть впливати на ціни. Високий рівень виробництва може знизити ціни через перенасичення ринку, тоді як дефіцит товару може піднімати їх;

- споживчий попит - зміни в споживчому попиті, пов'язані з сезонними факторами або змінами в харчових перевагах споживачів, можуть впливати на ціни на продукцію птахівництва;

- екологічні та санітарні стандарти - зміни в вимогах до якості та безпеки продукції, такі як санітарні норми та стандарти щодо використання антибіотиків, можуть впливати на виробництво та ціни.

Зрозуміння та аналіз цих цінових ринкових індикаторів допомагає фермерам, торговцям і споживачам приймати обґрунтовані рішення на регіональному ринку продукції птахівництва. Вони відображають складну динаміку ринку та важливі чинники, які впливають на цінову структуру у цій галузі.

Література

1. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні. Монографія / Під науковим керівництвом д.е.н., професора Ковальова А.І./ - Одеса: Атлант, 2010. 267 с.
2. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник. Харків: Харк. нац. акад. міськ. госп-ва, 2010. 249 с.

39.	<i>Лобоцька Л.Л., Швець А.Є.</i> ПРОБЛЕМИ ХЛІБОПЕКАРІВ УКРАЇНИ У ПЕРІОД ВІЙНИ.....	136
40.	<i>Замлинська О.В., Котик Н.М.</i> РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	139
41.	<i>Ласкаєв О.М.</i> РИЗИКИ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ, ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗУ ТА АУДИТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ.....	143
42.	<i>Романенко В.С.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НОВИХ ШЛЯХІВ ДЛЯ ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ З УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	153
43.	<i>Ромашко О.М., Савчук К.М.</i> БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АУТСОРСИНГ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	157
44.	<i>Ромашко О.М., Гнасько О.І.</i> ШЛЯХИ МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ ВПЛИВУ ВОЄННОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО АУТСОРСИНГУ В УКРАЇНІ.....	160
45.	<i>Савченко Т.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ РИНКОВИХ ІНДИКАТОРІВ У СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ.....	164
46.	<i>Савченко Т.В., Клаус І.О.</i> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	168
47.	<i>Самофатова В.А., Жумайло Ю.С.</i> ДОСВІД DANFOSS ДЛЯ ВІДБУДОВИ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ.....	171
48.	<i>Сергієнко Т.І., Винник Д.А.</i> ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	175
49.	<i>Сергієнко Т.І., Лобань С.І.</i> ЦИФРОВІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	178
50.	<i>Сорокіна А.М.</i> ІНВЕСТИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ ЯК ЗАСОБИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ.....	182
51.	<i>Сухомлін Л.В.</i> ПРОСТОРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІЇ, ЯК ОСНОВА СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ.....	185
52.	<i>Таран О.М., Махтанова А.Ю.</i> ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В ОРГАНАХ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ..	189