

Л. Г. Рождєственська

Статистика ринку товарів і послуг

Навчальний
посібник



Рецензенти:

С. С. Герасименко, д-р екон. наук, проф.
(Національна академія управління)

Р. В. Павелко, канд. екон. наук, доц.
(Державний комітет статистики України)

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
Лист № 14/18.2-1288 від 17.07.03*

Рождественська Л. Г.

Р 62 Статистика ринку товарів і послуг: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 419 с.
ISBN 966-574-691-X

У зв'язку з переходом України на міжнародні стандарти у сфері обліку та статистики стає необхідним вивчення чинних світових методологічних принципів розрахунку та аналізу узагальнювальних показників ринку товарів і послуг від макро- до мікрорівня. Статистика ринку товарів і послуг дає відповіді на питання про те, що таке макроекономічний реалізований попит, макроекономічна реалізована пропозиція; як здійснюється міжринкова взаємодія товарів і грошей; як визначається пропозиція і попит на гроші; як визначається відносна сила окремих товарних ринків; що таке інфляція, міжгалузевий паритет цін; як здійснюється прямий і зворотний рух товарів і послуг; які показники використовуються для оцінювання кон'юнктури товарного ринку; як визначається структура, поведінка і результат поведінки покупців і продавців; який існує взаємозв'язок прибутковості галузі з коефіцієнтом концентрації та ін.

Статистичні розрахунки, з якими читач ознайомиться в посібнику, наведено, як правило, за реальними даними різних статистичних збірників, бюлетенів та ін.

Навчальний посібник адресований не тільки студентам, аспірантам і викладачам вищих навчальних економічних закладів, а й усім, хто бажає навчитися використовувати статистичну інформацію, розширити свої можливості з орієнтування на внутрішньому та міжнародному ринках товарів і послуг.

ББК 65.051

7 85324

Рождественська Лариса Григорівна — кандидат економічних наук, доцент кафедри статистики Київського національного економічного університету. Розділи 4 і 5 написано за участю магістра з економічної статистики М. В. Мазур, а розділ 7 — за участю кандидата технічних наук І. В. Галенко.

ЗМІСТ

ДО ЧИТАЧА	8
ПЕРЕДМОВА	10
Розділ 1. Методологічні основи статистики ринку товарів і послуг	11
1.1. Поняття ринку, його критерії та види	11
1.2. Класифікація товарів і послуг	15
1.3. Штрихове кодування товарів	22
1.4. Характеристика учасників ринку та їхніх економічних операцій	24
1.5. Методичні принципи взаємодії ринкових цін, податків та субсидій	27
1.6. Система індикаторів для статистичного моніторингу внутрішнього ринку	31
Питання для самоконтролю	34
Тлумачний словник	35
Література	35
Додатки	36
Розділ 2. Статистика макроекономічного попиту і макроекономічної пропозиції товарів і послуг	38
2.1. Макроекономічне рівняння товарів і послуг за методом товарних потоків для визначення рівноваги на ринку	38
2.2. Макроекономічне рівняння товарів і послуг за методом грошових потоків для визначення рівноваги на ринку	44
2.3. Мультиплікатор нагромадження або доходу	52
2.4. Аналіз міжринкової взаємодії товарів і грошей	56
Питання для самоконтролю	63
Навчальне завдання	63
Тлумачний словник	64
Література	65

Розділ 3. Статистика макроекономічного попиту на гроші і макроекономічної їх пропозиції як капітального товару на ринку	66
3.1. Сутність банківських послуг і завдання статистики	66
3.2. Монетарні показники і забезпеченість національного ринку грошима.	68
3.3. Пропозиція грошей і грошовий мультиплікатор	73
3.4. Попит на гроші і кредитний мультиплікатор.	75
3.5. Збалансованість і місткість ринку грошей.	79
Питання для самоконтролю	80
Тлумачний словник	81
Література	81
Розділ 4. Статистика ринкових цін	82
4.1. Методологічні основи статистики цін	82
4.2. Система індексів цін	84
4.3. Статистичне вивчення зміни цін виробників.	87
4.4. Статичне вивчення зміни споживчих цін	100
4.5. Методика оцінювання структури часового ряду індексу споживчих цін	108
4.6. Статистика інфляції як макроекономічного показника національного ринку	115
4.7. Міжринковий аналіз і моделювання інфляції	119
Питання для самоконтролю	127
Тлумачний словник	127
Література	128
Розділ 5. Аналіз відносної сили окремих товарних ринків	129
5.1. Поняття фундаментального та графічного (технічного) аналізу	129
5.2. Класифікація методів графічного аналізу	135
5.3. Методика розрахунку та інтерпретація осциляторів і коефіцієнтів відносної сили	139
5.4. Практика застосування коефіцієнтів відносної сили на окремих ринках України	141
5.5. Зарубіжна практика використання системи індексів цін як індикаторів товарного ринку	148
Питання для самоконтролю	149
Тлумачний словник	150
Література	150

Розділ 6. Статистичне вивчення структури, поведінки і результату поведінки покупців	151
6.1. Показники структури покупців	151
6.2. Визначення базових умов для задоволення потреб покупців	156
6.3. Аналіз диференціації населення за доходами	158
6.4. Характеристика поведінки покупців	171
6.5. Статистичні показники результату поведінки покупців	187
6.6. Методичні підходи до прогнозування попиту. Теоретичний коефіцієнт еластичності	200
Питання для самоконтролю	208
Тлумачний словник	208
Література	209
Розділ 7. Методологія статистичного аналізу галузевого ринку.	210
7.1. Співвідношення понять ринку і галузі.	210
7.2. Парадигма «структура — поведінка — результат»	211
7.3. Оцінка структурних зрушень за формами власності	229
7.4. Таблиця «Витрати — випуск» для аналізу і прогнозу розвитку економіки	234
Питання для самоконтролю	237
Тлумачний словник	237
Література	237
Розділ 8. Статистичне вивчення структури, поведінки і результату поведінки продавців	239
8.1. Методи оцінювання структури продавців для визначення типу ринку	239
8.2. Визначення межі ринку товару і конкурентної позиції виробника.	245
8.3. Напрями статистичного вивчення поведінки виробників	248
8.4. Показники результату поведінки виробників	268
8.5. Методи аналізу і прогнозування пропозиції товарів і послуг.	272
Питання для самоконтролю	276
Тлумачний словник	277
Література	277
Розділ 9. Статистичне вивчення прямого руху товарів на внутрішньому ринку	279
9.1. Сутність товаропросування та його вплив на рівень цін	279
9.2. Інфраструктура товарного ринку.	283

9.3. Основні поняття, статистичні критерії та класифікації в оптовій торгівлі	286
9.4. Система показників в оптовій торгівлі та джерела інформації	290
9.5. Система показників у роздрібній торгівлі	294
9.6. Показники виробництва ринкових послуг у торгівлі.	302
9.7. Методичні підходи до визначення параметрів неформальної діяльності (тіньової торгівлі)	306
Питання для самоконтролю	310
Тлумачний словник	311
Література	311
Розділ 10. Статистика товарів і послуг в зовнішньоекономічній діяльності	312
10.1. Основні принципи обліку товарів і послуг у зовнішньоекономічній діяльності.	312
10.2. Статистична звітність про облік зовнішньоекономічних операцій	318
10.3. Рівень експортних та імпорتنих цін. Порівнянність цін внутрішнього та світового ринків	322
10.4. Джерела інформації про світові ціни через мережу Інтернет	328
10.5. Індексний метод у статистиці зовнішньої торгівлі	332
10.6. Принципи побудови платіжного балансу і оцінювання відкритості економіки	337
Питання для самоконтролю	342
Тлумачний словник	343
Література	343
Розділ 11. Статистика зворотного руху товарів.	345
11.1. Поняття про відходи та порядок здійснення їх державного обліку	345
11.2. Визначення основних термінів статистики відходів. Класифікатор відходів	347
11.3. Табель форм державної статистичної звітності про відходи.	354
11.4. Аналітичний огляд використання вторинної сировини і відходів.	357
Питання для самоконтролю	310
Тлумачний словник	360
Література	361

Розділ 12. Статистичне оцінювання кон'юнктури товарного ринку	362
12.1. Поняття кон'юнктури, показники та завдання статистики	362
12.2. Ринкові пропорції попиту і пропозиції. Місткість ринку	365
12.3. Методичні принципи оцінювання обсягів продажу споживчих товарів за всіма каналами реалізації для визначення місткості ринку.	370
12.4. Статистичні методи оцінювання кон'юнктурних коливань.	374
Питання для самоконтролю	379
Тлумачний словник	379
Література	380
Розділ 13. Статистичний моніторинг ділової активності підприємств	381
13.1. Поняття статистичного моніторингу і завдання статистики	381
13.2. Основні переваги статистичних обстежень ділової активності підприємств.	384
13.3. Процедура обстежень	386
13.4. Методика обробки та інтепретація результатів	387
13.5. Фрагменти результатів опитування та агрегація балансів відповідей.	389
13.6. Коефіцієнт оборотності оборотних активів як один із узагальнювальних показників ділової активності підприємств	392
Питання для самоконтролю	393
Тлумачний словник	393
Література	394
Розділ 14. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності країни як результату функціонування ринкової економіки	395
14.1. Конкурентоспроможність: поняття, рівні, фактори, умови, правила	395
14.2. Система статистичних показників для оцінювання конкурентоспроможності національної економіки	399
14.3. Методичні засади утворення інтегрального показника та інтерпретація результатів.	403
Питання для самоконтролю	418
Тлумачний словник	419
Література	419