

**ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ РИНКОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ**

© Кобелєва Т.О., Ткачова Н.П., Кобелєва А.В., 2015

Процес дослідження ринкової кон'юнктури як економічної категорії, на нашу думку, складається з двох важливих послідовних етапів: перший – аналіз стану економіки чи товарного ринку; другий – розробка науково-обґрунтованого прогнозу розвитку даної економіки чи товарного ринку, що досліджується. Необхідно звернути увагу на те, що з практичної точки зору прогноз є кінцевою метою кон'юнктурного дослідження і його зміст полягає у визначенні найближчої перспективи розвитку економіки чи товарного ринку.

Для виходу з економічної кризи, стабілізації економічної ситуації необхідно вжити комплекс заходів, що змінив би кон'юнктурні коливання, а саме забезпечив би стримування інфляції, заохочення інвестицій та прискорив би розвиток НТП. Але відсутність комплексного підходу, на нашу думку, не дозволяє нашій країні відрегулювати ситуацію на довгострокову перспективу. Скорочення інфляції у реальному секторі економіки, корегування попиту споживачів, забезпечення стимулювання інноваційних процесів, урівноваження попиту на капітал відбулося за рахунок збільшення кількості грошей в обігу за рахунок емісії грошової маси, яка була спрямована на стимулювання споживчого попиту. Отже, для упередження кризових явищ в економіці, розробки ефективної фінансової стратегії розвитку ринку машинобудівної продукції, його регулювання необхідно досліджувати кон'юнктуру товарного ринку та його сегментів, зокрема розглядати в комплексі кон'юнктурні коливання основних показників ринку, які забезпечать вирівнювання попиту і пропозиції на грошово-кредитному ринку та ринку капіталів при врахуванні економічної кон'юнктури ринку машинобудівної продукції.

Проведений нами теоретичний аналіз, а також узагальнення основних підходів, які розкривають сутність та природу поняття кон'юнктури, показали, що з початку 20-го століття у фаховій літературі переважає визначення кон'юнктури як відношення попиту до пропозиції на ринку, яке схильне до постійних змін і важко піддається обліку. Але очевидно, що зведення кон'юнктури до співвідношення попиту/пропозиція є не виправдано звуженим. Наприклад, В.Зомбарт наголошував, що поняття кон'юнктури є більш широким ніж економічні кризи, і саме такий підхід був розвинутий М.І.Туган-Барановським, Й.Шумпетером і, найбільш послідовно, М.Д.Кондратьєвим у теорії циклів або хвиль економічного розвитку.

Вважається, що вперше в сьогодиншньому тлумаченні термін «кон'юнктура» був введений на початку ХХ-го століття Ф. Лассалем, який визначав його як «...зв'язок взаємовідносин, цей ланцюг, який пов'язує воедино всі існуючі невідомі обставини, називається в нашому меркантильному світі кон'юнктура [1, с.33]. Слід зауважити, що дане визначення повністю вільне від будь-якої конкретики, не містить в собі визначальних елементів і грішить загальноописовим змістом. Відомий дослідник кон'юнктурних тенденцій російський економіст М.Кондратьєв відзначив, що визначення Ф.Лассалю є досить широким і не досить придатним для наукового застосування [2, с.27], з чим, безумовно, ми погоджуємося. Разом з тим, в наведеному визначенні є і позитивні елементи, до яких поза всяким сумнівом слід віднести акцент Ф.Лассалю на зв'язки обставин, які при дослідженні кон'юнктури формуються певною сукупністю чинників. Даний акцент в визначенні кон'юнктури, що аналізується, є одним з найбільш важливих, в зв'язки з тим, що якраз він відрізняє динамічний підхід, запропонований Ф.Лассалем, від статичного. Принциповим в визначенні Ф.Лассалю є наявність певного песимізму, який, на наш погляд, пов'язаний з неможливістю об'єктивно впливати на кон'юнктурні коливання, так як, по визначенню автора, кон'юнктура формується під впливом «...невідомих обставин...». На наш погляд, сьогодиншні наукові напрацювання в галузі формування та управління економічною кон'юнктурою дозволяють не погоджуватися з таким твердженням.

На певну протизагу визначенню терміну Ф.Лассалю з дещо іншої позиції розглядає поняття кон'юнктури А. Шеффле, який розуміє під цим терміном «...сукупність непередбачених і незалежних зовнішніх впливів, які діють на суб'єкта господарювання в кожний даний момент». Дане визначення, яке піддав глибокому розгляду М.Кондратьєв [2, с.29], має певну наукову цінність для розуміння сутності

кон'юнктури завдяки введенню поняття «зовнішній вплив». Незважаючи на в цілому позитивний крок в формуванні визначення терміну, що досліджується, слід звернути увагу на наявність в визначенні А.Шеффле певних дискусійних елементів та неточностей, які, наш погляд, можна звести до наступного:

на думку А.Шеффле в поняття «кон'юнктура» включаються тільки ті впливи і фактори, які є незалежними від суб'єкта господарювання. На наш погляд, таке твердження є не зовсім вірним. З точки зору макроекономіки така ситуація може мати місце, але ж на кон'юнктуру впливають не тільки і часом не стільки макроекономічні фактори, а і мікроекономічні, які багато в чому залежать якраз від суб'єкта господарювання. Більш того, на макрофактори кон'юнктури практично не мають змоги впливати тільки невеликі підприємства, а якщо мова йде про крупні корпорації, під прямим впливом яких формуються програми розвитку не тільки місцевих, а і регіональних, і навіть світових ринків. Виходячи з цього, на наш погляд, є доцільним вести мову не про прямий вплив зовнішніх в певній мірі незалежних факторів на стан кон'юнктури, а про їх взаємодію з низкою інших в певній мірі залежних від суб'єкта господарювання чинників;

стан та зміну кон'юнктури А.Шеффле ставить в залежність від фізичної присутності на ринку суб'єкта господарювання, що, на наш погляд, є вірним, але не повним. Дійсно, фізична присутність компанії на ринку потребує від нього певних дій по формуванню чинників впливу на кон'юнктурні зрушення. Разом з тим, сьогодні є сталою практикою в діяльності багатьох підприємств перед виходом на певний ринок провести його підготовку для свого проникнення. Тобто, фізична відсутність підприємства на ринку не є перешкодою для його впливу на стан і зміну ринкової кон'юнктури. Виходячи з цих положень, на нашу думку, точніше було б пов'язувати стан та перспективи розвитку ринкової кон'юнктури не тільки з реальними учасниками ринку, але і з потенційними, з боку яких гіпотетично можуть бути проведені певні кон'юнктуростворюючі дії. Таким чином кон'юнктура впливає вказує на поєднання обставин, від яких залежить і в якій виявляється успіх господарської діяльності. Наприклад, зростання виробництва призводить до зниження зайнятості і навпаки. Коли спостерігається підвищувальна тенденція одних елементів, то обов'язково виявляється понижуюча тенденція інших, оскільки в системі існує правило загальної рівноваги, якщо процеси мають оборотний характер [3, с.44; 4, с.212].

Таким чином, можемо підсумувати, що, з нашої точки зору, в загальному сенсі **кон'юнктура - це комплексне та швидкозмінне явище, яке відображає в ринковому вимірі динамічність та стихійність, складну передбачуваність розвитку суспільства**. Пропоноване визначення кон'юнктури пов'язано з тим, що вона формується під впливом безлічі елементів та дій **ринкового виміру**, які в свою чергу підпорядковуються імовірнісним законам. З наведеного визначення випливає висновок про те, що цій економічній категорії притаманні свої, досить специфічні, характерні риси та особливості [5] і, суть яких відтворює певні суб'єктивні та об'єктивні закономірності її формування.

1. Лассаль Ф. *Капитал и труд: Г. Бастиа-Шульце Делич. Экон. Юлиан / Ф. Лассаль.* - СПб.: Изд. В. И. Яковенко, 1905.- VIII, 333 с.
2. Кондратьев Н.Д. *Вопросы конъюнктуры.* - М., 1925.-724с.
3. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Соломенцев И. *Проблемы конъюнктурных исследований на рынках товаров и услуг. /Научное издание- Одесса : ОГЭУ, 2006.- 205 с.*
4. Перерва П.Г. *Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.* - Ростов н / Д: Феникс, 2003. - 592 с. (Серия «Психология бизнеса»).
5. Перерва П. Г. *Організація та управління інноваційною діяльністю: підруч. / П. Г. Перерва, С. А. Мехович, М. І. Погорєлов.* - Харків: НТУ "ХПИ", 2008. – 1025 с.