

УКООПСІЛКА
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ



ЗМІСТ І ВИДИ ЕКОНОМІЧНОЇ КОН'ЮНКТУРИ

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ З КУРСУ “КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ”

для самостійного вивчення студентами економічних
спеціальностей

ЛЬВІВ

Видавництво Львівської комерційної академії
2004

ЗМІСТ І ВИДИ ЕКОНОМІЧНОЇ КОН'ЮНКТУРИ

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ З КУРСУ “КОН'ЮНКТУРА РИНКІВ”

для самостійного вивчення студентами економічних спеціальностей

ЛЬВІВ

Видавництво Львівської комерційної академії

2004

Уклала: к.е.н., доц. Іванова Л.О.

Рецензенти: ст. викл. Федорчук А.І.,
ас. Орел Л.М.

Відповідальний за випуск: д.е.н., проф. Дайновський Ю.А.

**Рекомендовано до друку кафедрою маркетингу
Протокол №4 від 25.11.2003 р.**

© Іванова Л.О.,
2004

1. ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Термін **кон'юнктура** має комплексний і об'ємний характер. Він походить від латинського слова "соп/ипдо" - з'єдную, зв'язую, що свідчить про системність цього поняття. Дослівно **кон'юнктура** означає сукупність умов, ситуацію, стан речей, збіг обставин, що можуть впливати на хід і результат якоїсь справи чи процесу.

Слово **кон'юнктура** увійшло в багато сучасних мов, в їх економічну та комерційну лексику.

Дослідження кон'юнктури як системи знань - одна з прикладних галузей економічної науки.

Економічна кон'юнктура - це форма прояву на ринку системи факторів і умов відтворення їх у постійному розвитку і взаємодії в конкретно історичному періоді, що виражається у певному співвідношенні пропозиції, попиту і динаміки цін.

Наведене визначення розкриває всю сутність поняття "кон'юнктура", а саме:

по-перше, у цьому визначенні предмет економічної кон'юнктури - ринок, позаяк кон'юнктуру пов'язують перш за все з ситуацією у сфері обміну, як такому, що є невід'ємною частиною товарно-грошових відносин; *по-друге*, підкреслено, що кон'юнктура не замикається лише сферою обміну, а охоплює і включає в себе весь процес відтворення (виробництво, розподіл, обмін, споживання), котрий розглядається крізь призму обміну; *по-третє*, кон'юнктура розглядається у часі і просторі, в динамічному розвитку;

по-четверте, кон'юнктура пов'язується з конкретно історичними умовами процесу відтворення, оскільки для кожного нового етапу розвитку відтворювального процесу характерне своє поєднання факторів і умов розвитку кон'юнктури;

по-п'яте, зазначається, що основною формою прояву кон'юнктури є співвідношення пропозиції, попиту та динаміки цін. У кінцевому підсумку саме ці чинники визначають стан і динаміку ринку, виступаючи централь-

ною ланкою. Багато інших чинників впливають на розвиток кон'юнктури лише опосередковано, через пропозицію і попит.

Дуже важливим у трактуванні поняття "**кон'юнктура**" є **причинно-наслідковий зв'язок**. При цьому причина - це явище, дія якого викликає, визначає, змінює, спричиняє собою інші явища, котрі називають наслідком. Наслідок, що є результатом впливу причин, залежить від умов. Однакова причина за різних умов викликає неоднакові наслідки.

Відмінності між причиною та умовою відносні. Кожна умова за певних обставин є причиною, а кожну причину, виходячи з ситуації, можна розглядати як наслідок. *Причина і наслідок становлять єдиність*: однакові причини за однакових умов викликають однакові наслідки. Причина та наслідок можуть мінятися місцями. Наслідок може стати причиною іншого наслідку.

2. ВИДИ ЕКОНОМІЧНОЇ КОН'ЮНКТУРИ, ЇЇ ХАРАКТЕРНІ РИСИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Поняття "**кон'юнктура**" означає сукупність факторів і умов, які визначають розвиток світового господарства, економічне становище окремої країни, розвиток певної галузі чи конкретного товарного ринку.

В зв'язку з цим розрізняють два види економічної кон'юнктури:

- 1) загальногосподарську (об'єктом дослідження є господарство);
- 2) кон'юнктуру товарних ринків (об'єктом дослідження є товарний ринок).

Загальногосподарська кон'юнктура характеризує стан всього світового господарства чи економіки окремої країни за той чи інший проміжок часу.

Кон'юнктура товарних ринків, на відміну від загальногосподарської, відображає поточні зміни і коливання у сфері виробництва, збуту і споживання окремих конкретних товарів, впливи економічного середовища, інших ринків, а також всього комплексу внутрішніх та зовнішніх факторів.

Кон'юнктура товарного ринку - це економічна ситуація, що склалася на в^гШЗму ринку відносно пропозиції, попиту, рівня цін, товарних запасів, становища основних фірм конкурентів, комерційних умов пропозиції товарів тощо. На конкретних товарних ринках ці елементи діють з неоднаковою інтенсивністю і тривалістю, причому один і той же елемент може впливати по-різному в окремі періоди.

Для практиків, котрі займаються виробництвом і реалізацією певного товару або групи товарів, найбільший інтерес представляє вивчення кон'юнктури конкретного товарного ринку: нафти, кольорових металів, тракторів, цукру, пшениці, послуг у сфері туризму, освіти і т.д.

Але кон'юнктура окремого товарного ринку не розвивається ізольовано, вона тісно пов'язана з загальногосподарською (загальноекономічною) ситуацією, а деколи значною мірою визначається нею. Тому вивчення (і прогнозування) кон'юнктури конкретного товарного ринку опирається на результати аналізу загальноекономічної ситуації.

При дослідженні загальногосподарської кон'юнктури вивчаються в комплексі всі макрпоказники економіки, що знаходять відображення в динаміці:

- валового внутрішнього продукту;
- промислового і сільськогосподарського виробництва;
- інвестицій;
- коливанні курсів валют, акцій, процентних ставок;
- зміні внутрішньої та зовнішньої торгівлі і інших макроекономічних показників.

Кон'юнктура ринку товарів (товарних ринків) є складовим елементом загальногосподарської (загальноекономічної) кон'юнктури. Вона тісно пов'язана зі станом та розвитком інших ринків - інвестицій, цінних паперів, праці. У свою чергу, ситуація, що склалася на інших ринках, впливає на кон'юнктуру ринку товарів. Дослідження кон'юнктури будь-якого ринку без урахування його зв'язків з іншими ринками та без аналізу загальних економічних процесів неможливе. Ступінь впливу зміни кон'юнктури на одному товарному ринку (або в якійсь країні) на кон'юнктуру інших товарних рин-

ків (або країн) може бути різний. Необхідно аналізувати зміни економічної кон'юнктури на різних ринках з урахуванням принципу системності.

Вивчення кон'юнктури ринку може бути як загальним, інтегрованим, так і спеціальним, тобто диференційованим по локальних ринках. Вивчається кон'юнктура ринку товарів і послуг у світових масштабах, у масштабах країни й окремих регіонів, ринку всієї товарної маси (маси послуг) і кожного товару (послуги).

Кон'юнктура ринку є явищем складним, швидкозмінним. Вона складається з багатьох одиничних елементів і дій, розвиток яких формується під впливом імовірнісних законів. Ринок за своєю суттю схильний до стихійності, а отже, наражається на випадкові та постійні коливання: циклічні і сезонні, дуже гнучкий у своєму розвитку, чутливо реагує на зміни соціально-економічного характеру, значною мірою залежить від політичних і психологічних чинників, від чуток, паніки тощо.

Незважаючи на нестійкість кон'юнктури конкретних товарних ринків і різноманітність її проявів, певні періоди в розвитку кон'юнктури можуть характеризуватися достатньо стійкими співвідношеннями її найважливіших показників і характеристик.

З точки зору привабливості для бізнесу кон'юнктуру ринку поділяють на:

- зростаючу;
- високу;
- надаючу; *C*1 агуу*
- низьку.

Основними ознаками зростаючої кон'юнктури, що формується в умовах товарного дефіциту (перевищення попиту над пропозицією), є зростання цін і збільшення ділової активності.

Для високої (стабільної) кон'юнктури характерні відносна стійкість високих цін і найбільша активність споживачів та постачальників.

Палаюча кон'юнктура зумовлена затоварюванням ринку (пропозиція перевищує попит) і характеризується зниженням ринкових цін, скороченням ділової активності.

Низькій (млявій) кон'юнктурі притаманні низькі ціни і пасивність суб'єктів ринку.

Загальногосподарська кон'юнктура і кон'юнктура товарних ринків має такі характерні ознаки і особливості:

1. Непостійність, змінність, часті коливання.

Одні коливання відображають дію факторів, котрі короткочасно впливають на кон'юнктуру, інші коливання є результатом факторів, що мають середньотерміновий або довгостроковий вплив на стан ринкової кон'юнктури.

2. Виключна суперечливість, яка знаходить своє відображення у тому, що різні показники кон'юнктури в один і той же час свідчать про наявність протилежних (суперечливих) тенденцій - підйому і спаду.

3. Нерівномірність, що добре видно, коли співпадає напрям динаміки розвитку різних показників, але не співпадають темпи. Виробництво одних товарів зростає або спадає більше, інших - менше. Нерівномірність загострює диспропорції розвитку галузей економіки.

4. Єдність протилежностей, яка складається у процесі відтворення суспільного капіталу і характеризує весь процес відтворення, що розглядається безпосередньо у ринковому вираженні.

Об'єктивно складний, діалектично суперечливий характер кон'юнктури ринку зумовлює одночасне існування різнонаправлених тенденцій її динаміки. Вивчення кон'юнктури ринку вимагає дотримання низки методичних вимог:

1. Необхідно враховувати загальний взаємозв'язок явищ в економіці. Стосовно дослідження кон'юнктури це означає, що вивчення будь-якого товарного ринку неможливе ізольовано, поза зв'язком із загальногосподарською кон'юнктурою, станом в інших галузях (насамперед у тих, які є споживачами даного виду продукції і постачальниками вихідних матеріалів).

2. Тенденції на одних ринках не можна механічно переносити на інші, навіть суміжні ринки. Не можна також автоматично переносити тенденції в зміні загальногосподарської кон'юнктури на всі галузеві ринки.

Як правило, нові галузі, які бурхливо розвиваються, продовжують збільшувати виробництво навіть в умовах спаду в економіці. Водночас старі галузі можуть знаходитися в стані тривалої депресії у період загального поживлення і підйому.

3. Нестійкість кон'юнктури, відсутність стабільності на ринках викликають необхідність забезпечення постійного і безупинного спостереження за ринками, тобто моніторингу. Нестійкість особливо характерна для ринків тих товарів, на котрі значно впливають різного роду випадкові чинники - політичні кризи, спекуляції тощо. Так, у біржовій торгівлі сировинними товарами біржові котирування можуть різко змінюватись протягом одного дня під впливом спекуляцій, подій у міжнародному політичному житті, чуток і т.д.

Головна мета вивчення кон'юнктури ринку - дати оцінку стану ринку на визначений момент або за якийсь період, виявити основні його закономірності та тенденції, показати перспективи його подальшого розвитку. Основне при цьому - визначити характер і ступінь збалансованості ринку, насамперед співвідношення попиту та пропозиції. Загалом суть дії ринкового механізму переважно виявляється в прагненні попиту і пропозиції до рівноваги. Однак цей процес має стохастичний, імовірнісний характер і відбувається під впливом множини суперечливих чинників. Це обумовлює постійні коливання та відхилення від основної тенденції розвитку ринку.

Механізм формування економічної ситуації на ринку складається таким чином:

1. Попит перевищує пропозицію (незбалансований ринок, ненасичений ринок, ринок продавця).
2. Пропозиція перевищує попит (незбалансований ринок, насичений ринок, ринок покупця).
3. Пропозиція відповідає попиту (збалансований ринок, ціни стабільні, відповідність за загальним обсягом, структурою, асортиментом тощо).

Аналіз можливих диспропорцій попиту і пропозиції попереджує про зміну ринкової ситуації, тобто про зміну кон'юнктури.

3. УКРАЇНЬСЬКА НАУКОВА ШКОЛА ЕКОНОМІЧНОЇ КОН'ЮНКТУРИ

Українська наукова школа економічної кон'юнктури виникла на межі XIX-XXст. Засновником цієї школи був Михайло Іванович Туган-Барановський - видатний український вчений, мислитель, перший східно-європейець, визнаний світом як економіст-теоретик (1865-1919 рр.). Саме М.І. Туган-Барановському належить наукова інтерпретація причинно-наслідкових зв'язків циклічного характеру капіталістичного відтворення, його перспектив та обґрунтування методологічних засад прогнозування економічної кон'юнктури.

Об'єктом дослідження українського вченого були промислові кризи в Англії, економічний розвиток країн Заходу. Результати теоретичних досліджень М.І. Туган-Барановського брали на озброєння ділові люди. Почали виникати інститути прогнозування економічної кон'юнктури.

Систематичне вивчення економічної кон'юнктури у промислово розвинутих країнах почалося у перші десятиліття XX століття. Спочатку у США, а потім у країнах Західної Європи стали функціонувати приватні контори та державні заклади з вивчення кон'юнктури: у США - Гарвардський інститут і Комітет економічних досліджень, в Англії - Кембриджський університет, у Франції - Статистичний інститут Паризького університету, в Німеччині - Кон'юнктурний інститут при Державному статистичному управлінні.

На посаді Генерального секретаря фінансів Центральної Ради в Україні М.І. Туган-Барановський створив і очолив інститут "для виучування економічної кон'юнктури". Вчений зазначив, що більшість господарських явищ тісно пов'язані між собою, "коливання їх можна порівняти з коливаннями погоди". Систематичне вивчення цих явищ повинно дати цінний матеріал для підприємницьких рішень. "Інститут для виучування економічної кон'юнктури", - писав М.І. Туган-Барановський, - "начебно економічна обсерваторія, котра ставить собі за мету реєструвати зміни в полі економічної кон'юнктури, відмічати всі коливання кривих і після

відповідної наукової аналізи використовувати цей статистичний матеріал для цілей наукового узагальнення і передбидування”.

Інститут економічної кон'юнктури в Україні, створений і очолений М.І. Туган-Барановським, почав здійснювати роботу у трьох напрямках:

- 1) добір явищ і ознак, що характеризують стан виробництва, обігу грошей, товарів, робочої сили та ін.;
- 2) зведення даних;
- 3) наукове опрацювання ^{матеріалів} товарів, прогнозування найближчого розвитку головних економічних процесів.

Але у 1922 році Інститут економічної кон'юнктури при Академії наук припинив своє існування (у січні 1919 року помер М.І. Туган-Барановський, зміна властей у Києві змусила співробітників емігрувати).

Проте не загинув задум М.І. Туган-Барановського. Його учнем був відомий російський економіст - Микола Дмитрович Кондратьєв, який у 1920 році заснував у Москві спочатку лабораторію, а потім Кон'юнктурний інститут. На базі досліджень цього інституту М.Д. Кондратьєв розробив динаміку “довгих економічних хвиль”, математичне забезпечення якої здійснив український економіст-математик Є. Слуцький. Кондратьєв М.Д. став жертвою репресій у другій половині 20-их років ХХ століття, коли почалася ідеологічна кампанія проти “туган-барановщини” на всьому комуністичному євроазійському просторі. Радянська влада поставила біля державного керма людей, які не могли і не хотіли розуміти значення економічної науки в розбудові держави. І лише згодом, з настанням економічних реформ, доцільність подібних інститутів була визнана. У Києві в 1997 році відкрито Київський науково-дослідний інститут економічного прогнозування.

Теорія економічної кон'юнктури М.І. Туган-Барановського знайшла свій розвиток у працях відомих українських економістів: В. Тимошенка (кон'юнктурні дослідження у сфері сільського господарства), М. Добриловського (кон'юнктурні дослідження у сфері фінансів).

В сучасних умовах дослідження економічної кон'юнктури та її прогнозування є предметом підвищеної уваги держав з розвинутою ринковою економікою. Усе це обумовлено тим, що економічне та кон'юнктурне прогнозування - найважливіший елемент моделі економічного зростання.

ЛІТЕРАТУРА



1. Беляевский И.К. Маркетинг и анализ рынка: Сб. научных трудов. - М : Диалог - МГУ, 1998. - 98с.
2. Бутенко А.И., Кучеренко В.Р., Карпов В.А. Конъюнктура рынка. - Одесса: ОГЭУ, 1998. - 218с.
3. Гейк Пол, Джексон Пітер. Вчись аналізувати ринок. Пер. з англ. - Львів: "Сейбр-Світло", 1995. -230с.
4. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навчальний посібник. - К.: Товариство "Знання", КОО, 2001. - 215с.
5. Мануковский А.Б., Хартуков Е.М. Экономическая конъюнктура: как изучать современный рынок. - М.: ШМБ МГИМО, 1991. - 221с.
6. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. - К.: КНЕУ, 2003. - 246с.
7. Скибінський С.В. Маркетинг: Підручник. - Львів: Місіонер, 2000. - 640с.

БІЛІМПС Р.Л. Овсєнко
Сп/бизн/кф/Сс>ССО>іс-іс
Нур,

економічної кон'юнктури
...: Центр економічної ...

42 **У.** А-Ян+ривоз Г./І.У (<оуξитс/А, Кон'юнктури ринку в Україні на світових ринках: Нові аспекти - Триває: Аккерманс ШПС Чарліс, 2003. - 92с.

30 **Ю.** Викитин С.П. Кон'юнктура міжових товарних ринків: статистика і преемственое тв. - М.: Консервативное отношение, 1992. - 216с.

62 **К.** Я. НОУ ***-*. *****
...: Архива-Маркетинг, Київ, 1998 - 120с

Підписано до друку 20.11.03 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
0,75 др. арк. 0,96 ум. др. арк. 0,53 облік, видави, арк.
Тираж 120 прим. Зам. 623.

Відруковано в друк, видавництва Львівської комерційної академії
79011, м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 76-07-75. e-mail drook@lac.lviv.ua
Свідцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 246 від 16.11.2000 р.