

ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОЇ КОН'ЮНКТУРИ: ТИПОЛОГІЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Знання товарної кон'юнктури багато в чому сприяє ефективній діяльності ринкових суб'єктів. Поняття товарної кон'юнктури має аксіоматичний характер і розуміє співвідношення попиту і пропозиції. Багато які методики вивчення товарних ринків роблять акцент на кількісних аспектах кон'юнктури, не приділяючи при цьому належної уваги її якості. Під останнім припускається економічне значення товару і чинники, що визначають розвиток його виробництва і споживання. Априорі прийнявши за основу тезу, що пізнання йде від якості до кількості й далі до їх єдності – міри, вважаємо, що аналізу кон'юнктури повинна передувати якісна характеристика її складників. Як доказ наведемо аргументи, що підтверджують спроможність даного твердження.

Розмаїтість потреб зумовлює не тільки різноманіття товарів, але й мотиви поведінки oferentів і споживачів. Ринки товарів, що мають різне призначення, відрізняються один від одного за багатьма характеристиками. Так, наприклад, вельми різні ринки товарів промислового призначення відрізняються від ринків споживчих товарів. Навіть ринок продовольчих товарів складається з ринків окремих товарів, що мають свої особливості. Очевидно, що як попит, так і пропозиція мають специфічні риси, визначені умовами виробництва і споживання конкретного товару.

З іншого боку, крім відмінностей між товарами існує схожість, оскільки багато які з них покликані задовольняти однакові або близькі потреби. Ринки ідентичних товарів мають однакові характеристики. Так, наприклад, багато спільного у ринків послуг соціальної сфери. Як правило, схожість у потребах виявляється в товарах однієї галузі. Отже, попит і пропозиція мають свою товарно-галузеву специфіку.

Таким чином, наявність галузевої специфіки попиту і пропозиції свідчить про те, що вивчення товарної кон'юнктури стикається з проблемою множинності різнорідних за складом об'єктів. Розв'язати завдання упорядкованого описання і пояснення цих множин дозволяє універсальний метод наукового пізнання, який зветься "типологією". За допомогою надійних засобів і прийомів ідентифікації типологія виявляє схожість і відмінності у попиті та пропозиції на продукцію або послуги різних галузей, що в теоретично розвиненій формі дає змогу відобразити структуру чинників, які впливають на галузевий ринок, виявити закономірності й тим провестити зміни в кон'юнктурі.

У свою чергу, схожість і відмінності галузевих попиту і пропозиції відображають їх якості, що виявляються у сукупності властивостей. Властивості безпосередньо пов'язані з чинниками виробництва, розподілу та споживання товарів.

Отже, методика вивчення товарної кон'юнктури повинна містити характеристику властивостей попиту і пропозиції конкретного товару, що передує аналізу кількісних показників. Комплекс цих властивостей подає типологію товарної кон'юнктури.