

УДК 339.13

Оксана Мішук, ст. викладач

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

МІСТКІСТЬ ТОВАРНОГО РИНКУ, ЯК ЕКОНОМІЧНА ФОРМА ПРОЯВУ СПОЖИВЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Анотація. Обґрунтовані підходи до кількісної оцінки місткості ринку. Запропонована оцінка потенційної місткості ринку в термінах дохідно-грошового еквіваленту споживання.

Ключові слова: потенціал, місткість ринку, категорія, кількісна оцінка, фактор, динаміка.

Oksana Mishchuk

CAPACITY OF THE COMMODITY MARKET AS A FORM OF MANIFESTATION OF ECONOMIC POTENTIAL CONSUMER

Abstract. The approaches to quantify market capacity. The proposed assessment of the potential market capacity in terms of revenue, cash equivalent consumption.

Keywords: potential, market capacity, category, measurement, factor dynamics.

В основі системної уяви споживчого потенціалу товарного ринку лежить категорія, яка займає проміжне значення між абстракцією та емпіричними фактами, яка відображає діалектику взаємодії індустріальної раціональності, соціальних відносин та економічних умов — місткість ринку.

Місткість ринку визнається економічною формою прояву споживчого потенціалу. Але до сьогодні відсутнє загальнометодологічна єдність в розумінні даного ринкового явища: чи показує собою місткість ринку показник, який використовується для оцінки масштабу ринку чи є категорією яка відображає властивості, діалектику ринкових відносин.

Як категорія, місткість ринку виявляє взаємодію споживчої та виробничої складової потенціалу товарного ринку. Однак, методологічно місткість ринку розглядається як категорія яка має абстрактний зміст як «сукупна платоспроможна потреба», яка задовольняється за рахунок купівлі-продажу.

Місткість товарного ринку, на наш погляд, це дохідно-грошовий еквівалент абсолютних потреб суспільства, який відображає систему відносин виробництва, розподіл та обмін, визначений в просторі та часі, який складає умову економічного відтворення.

Місткість товарного ринку, як економічна форма прояву споживчого потенціалу, вимірюється і може бути кількісно виражена в певних показниках. Традиційний підхід до кількісної оцінки місткості ринку пропонує виділення двох рівнів місткості товарного ринку — потенційного та реального.

Розповсюдження та динаміка даного явища визначається соціально-економічними умовами формування споживчого та виробничого потенціалу. Запропонована оцінка потенційної місткості ринку в термінах дохідно-грошового еквіваленту споживання є важливою обставиною, яка дозволяє враховувати важливе внутрішнє джерело його розвитку як протиріччя між платоспроможними можливостями споживачів та рівнем розвитку самих потреб.

Таким чином, розвиток потенційної місткості ринку є актуальним предметом дослідження макрорекетингу.