

УДК 330.340

*В.Я. ЗАРУБА, д-р экон.наук, профессор, НТУ «ХПИ», Харьков*  
*Л.В. СОКОЛОВА, д-р экон.наук, профессор, ХНУРЭ, Харьков*  
*М.М.ГУРЕВИЧОВ, д-р экон.наук, профессор, НТУ «ХПИ», Харьков*

## **ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА ПРОМЫШЛЕННЫХ СРЕДСТВ АВТОМАТИЗАЦИИ**

Розглянуто питання формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції, що є носієм науково-технічного прогресу. Особлива увага приділена дослідженню ринкових показників, які впливають на кон'юнктуру ринку: попит, пропозиція, якість продукції, цінові співвідношення.

Рассмотрены вопросы формирования конъюнктуры рынка электротехнической продукции, которая является носителем научно-технического прогресса. Особое внимание уделено исследованию рыночных показателей, которые оказывают решающее влияние на конъюнктуру рынка: спрос, предложение, качество продукции, ценовые соотношения.

Questions of formation of market condition of electrotechnical production which is the carrier of scientific and technical progress are considered. The special attention is given research of market indicators which make solving impact on market condition: demand, the offer, quality of production, price parities.

**Ключевые слова:** конъюнктура рынка, средства автоматизации, спрос, предложение, качество, цена.

**Постановка проблемы.** Эффективная деятельность предприятий и фирм в условиях рыночной экономики в значительной степени зависит от того, насколько достоверно они предвидят дальнюю и ближнюю перспективу своего развития, то есть от прогнозирования конъюнктурных изменений на целевом рынке. Особое значение данная посылка имеет применительно к электротехническим средствам автоматизации производственных процессов. Прогнозирование деятельности предприятий и фирм – это оценка перспектив их развития на основе анализа конъюнктуры рынка, изменения рыночных условий на предстоящий период. Результаты прогнозирования деятельности предприятий и фирм учитываются в программах предприятий по маркетингу, при определении возможных масштабов реализации продукции, ожидаемых изменений условий сбыта и продвижения товаров. Прогнозирование как результат маркетинговых исследований является исходным пунктом

организации производства и реализации именно той продукции, которая требуется потребителю.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Анализ конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации является актуальным, поскольку при благоприятной рыночной конъюнктуре товаропроизводитель сможет вовремя ее учесть и приспособиться к ней, что повлияет на финансовые результаты деятельности всего машиностроительного комплекса. Весомый взнос в разработку проблем развития этой отрасли, изучения спроса и предложения и связанной с ними цены, внесли ученые-экономисты: О.А.Кратт [3, 4], В.Р. Кучеренко [5], В.А. Карпов [5], И. Соломенцев [5], Л.Г.Липич [6], О.В.Коций [6], И.Н.Грищенко [1], П.Г.Перерва [7], Н.П.Ткачева [8], Т.А.Кобелева [8], Р.В. Федорович [9] и другие. Вместе с тем, целый ряд научных положений применительно к оценке, формированию и прогнозированию конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка промышленных товаров в целом, и электротехнических средств автоматизации, в частности, требуют своего дальнейшего развития и совершенствования.

**Целью статьи** является развитие теоретических положений и практических рекомендаций по измерению и оценке конъюнктуры рынка продукции машиностроительных предприятий, специализирующихся на производстве электротехнических средств автоматизации. .

**Методология.** Теоретическую и методологическую основу исследования составляют классические и прикладные труды отечественных и зарубежных специалистов в области теории маркетинга, исследований конъюнктуры рынка, экономической теории, статистики, аналитической диагностики и методов анализа.

**Изложение основного материала.** Термин «конъюнктура» происходит от средневекового латинского *conjuncture* (лат. *conjungo* — связываю, соединяю) и означает сложившуюся обстановку, создавшееся положение, временную ситуацию в какой-либо области общественной жизни, например «международная конъюнктура». Конъюнктура экономическая — конкретные условия процесса воспроизводства на каждый данный момент. В основе формирования и изменения конъюнктуры лежат главным образом факторы, определяющие движение цен, ценных бумаг, размеров производства, занятости и др.

Рынок продукции электротехнической промышленности Украины сегодня занимает особое место в машиностроительном комплексе

промышленности страны в целом. Украинское электротехническое производство развивается высокими темпами. Что касается производства непосредственно средств автоматизации (низковольтной аппаратуры, всех видов электродвигателей, релейной продукции, трансформаторов и т.п.), то современное состояние отечественного рынка этой продукции определяется в первую очередь жесткой внутриукраинской конкуренцией заводоизготовителей.

В связи с возросшим интересом зарубежных производителей электротехнического оборудования к украинскому рынку, а также желанием отечественных компаний расширить свой рынок сбыла за счет зарубежных потребителей. Резкое снижение импорта электротехнических средств автоматизации в 2008 возможно было связано с приближением мирового финансового кризиса

Предположительно, в ближайшее время, рост производства электротехнических средств автоматизации будет связан в основном с освоением выпуска новых энергоэкономичных, конкурентоспособных средств автоматизации, имеющих повышенный спрос.

По нашей оценке, наконец-то прекращается многолетний спад производства в машиностроении. В большинстве подотраслей машиностроительного комплекса наблюдается заметное оживление деловой активности (за исключением железнодорожного, сельскохозяйственного и строительного-дорожного машиностроения). Увеличивается спрос на комплектующие, в том числе и на электродвигатели переменного тока с высотой оси вращения 63 – 355 мм, которые и представляют одно из основных составляющих (сегментов) рынка электротехнических средств автоматизации.

За последние шесть месяцев 2011 года и соответствующего периода 2010 года производство электротехнических средств автоматизации возросло на 5,1% и, учитывая определенный спад в летние месяцы, годовое производство, по оценке специалистов, возрастет на 4%.

Общий объем продаж электротехнических средств автоматизации на рынках Украины с учетом импорта возрастет на 2,3%, а объем продаж отечественной продукции возрастет более чем на 5%, что будет обусловлено дальнейшим снижением импорта в 2012 г. за счет расширения ассортимента выпускаемой на отечественных заводах продукции. Постоянно растет средняя единичная мощность электродвигателей (с 8,6 кВт в 2004 г. до 9,5 кВт в 2011 г.), что также способствует сокращению импорта

электродвигателей высокой мощности и электротехнических средств автоматизации в целом.

Как нам представляется, важным элементом конъюнктурных исследований является выявление и обоснование различного рода факторов и показателей, которые оказывают решающее влияние на формирование и прогнозирование рыночной конъюнктуры. Применительно к электротехническим средствам автоматизации нами определены следующие группы и показатели формирования конъюнктуры.

На наш взгляд, большинство основных экономических показателей сферы (процесса) воспроизводства и исследования конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации можно свести в характерные группы [5], характеризующие те или иные стороны (особенности) состояния и проявления рыночной конъюнктуры:

1. Показатели устойчивости, цикличности и динамики развития рынка электротехнических средств автоматизации:

- средние показатели конъюнктуры (спроса, предложения, объемов производства, объемов потребления и т.п.);

- показатели вариации конъюнктуры (прогнозные изменения важнейших показателей, их границы, достоверность прогноза вариации конъюнктурных изменений и т.п.);

- показатели формы конъюнктурной волны (прогноз стадии большого цикла конъюнктуры);

- показатели динамики конъюнктуры (темпы роста, векторы и параметры тренда, функции тренда);

- параметры моделей сезонности и цикличности развития (к средствам автоматизации параметр сезонности также имеет отношение, так как агропромышленный комплекс является существенным сегментом данного рынка).

2. Показатели рыночного предложения электротехнических средств автоматизации:

- объем, структура и динамика предложения электротехнических средств автоматизации;

- функциональные возможности предложения электротехнических средств автоматизации;

- эластичность предложения электротехнических средств автоматизации на целевом рынке.

3. Показатели рыночного спроса электротехнических средств автоматизации:

- объем, структура и динамика спроса электротехнических средств автоматизации;

- показатели сегментации и дифференциации спроса на электротехнические средства автоматизации;
- функциональные возможности спроса (емкость рынка электротехнических средств автоматизации);
- эластичность спроса на электротехнические средства автоматизации на рынке.

4. Пропорциональность существующего и перспективного рынка электротехнических средств автоматизации:

- показатели соотношения спроса и предложения (объемы и цена равновесия);
- структуры рынка электротехнических средств автоматизации (показатели производства основных производителей, структура потребления, структура товарооборота и т.п.);
- раздел рынка между основными производителями, торговыми посредниками и торговлей;
- территориальная структура рынка;
- соотношение с другими рынками;
- показатели масштаба рынка, уровень монополизации и конкурентности.

5. Деловая активность и коммерческий риск на рынке электротехнических средств автоматизации:

- объем, число, частота и динамика сделок с покупкой и продажей электротехнических средств автоматизации;
- индексы деловой активности, макроэкономические показатели и индексы экономического барометра;
- показатели производственных (торговых) возможностей предложения электротехнических средств автоматизации;
- показатели сбытовых возможностей предложения (портфель заказов, его состав, заполненность и динамика);
- уровень коммерческого риска (инвестиционный риск, риск принятия решений, риск конъюнктурных колебаний, непредвиденный риск и другие виды рисков).

Разработанная система показателей формирования конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации, как нам представляется, охватывает самые основные, наиболее применяемые показатели, которые могут быть использованы при анализе важнейших изменений произошедших за исследуемый период, и необходима при определении перспектив развития и моментов перелома конъюнктуры, т.е. для составления прогноза ее изменения. Обращает на себя внимание то обстоятельство, что многие важные из приведенных показателей конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации отражают не статичные явления,

а динамические или вариационные процессы, другие – характеризуют структуру явления, соотношения и их сдвиги. Некоторые конъюнктурные характеристики, в частности тенденции и их устойчивость, могут быть получены только в результате соответствующей обработки трендовых моделей. Один из основных объемных показателей - спрос, представляет собой не реальную, непосредственно измеряемую величину, а потенцию и в силу этого доступен лишь косвенным оценкам [5].

**Выводы и рекомендации.** Исследование конъюнктуры рынка машиностроительных предприятий в, в частности, конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации, представляет собой сложную многоаспектную научную задачу. Использование при решении поставленных вопросов концепции конъюнктуроформирующих показателей позволяет вознести методологию решения на новый научно обоснованный уровень, добиться в большей степени обоснованных результатов и осуществлять с большей эффективностью формирование конъюнктуры рынка конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации.

**Список литературы.** 1. Грищенко І.М. Інноваційні підходи до дослідження кон'юнктури товарних ринків України [Текст] / І. М. Грищенко // Проблеми науки. – 2006. – №6. – С. 9-13. 2. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / Т.О.Кобелева, П.Г.Перерва // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: матеріали ІУ Міжнар. наук.-практ. конф., 29.09 -01.10.2011р.- Суми: ТОВ «Папіріус», 2011.- С.161-163. 3. Крафт О.А. Визначення поняття "кон'юнктура ринку" / Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 56. - Донецьк, ДонНТУ, 2003. - С.195-201. 4. Крафт О.А. Типізація об'єктів кон'юнктурних досліджень // <http://www.vesna.org.ua/txt/sxid/econ2003/52.html>. 5. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Соломенцев И. Проблемы конъюнктурных исследований на рынках товаров и услуг. /Научное издание- Одесса : ОГЭУ, 2006.- 205 с. 6. Лінч Л. Г. Система показників оцінки кон'юнктури ринку / Л.Г.Лінч, О.В.Коцій. – Режим доступу : [www.nbu.gov.ua/portal/natural/Nvvnvnu/ekonomika/2007\\_12/R1/1.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Nvvnvnu/ekonomika/2007_12/R1/1.pdf). 7. Перерва П.Г. Ценовые характеристики конкурентоспособности при проведении конъюнктурных исследований//П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова// Вісник Національного технічного університету «ХП».- 2011.- Випуск 8.- С.191-197. 8. Ткачева Н.П. Формирование конъюнктуры электротехнических изделий на основе их конкурентных преимуществ/ П.Г.Перерва, Н.П.Ткачева, Т.А. Кобелева//Вісник НТУ «ХП» «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – Харків: НТУ «ХП». – 2010, - №59. – С.141-146. 9. Федорович Р. В. Маркетинговий аналіз кон'юнктури ринку / Р.В.Федорович, С.В. Семенюк //Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 47-52.

Надійшло до редколегії 15.12.2011