

Фартушняк О.В., к.э.н., доцент, Пасичник И.Ю., ст. препод. (ХНЭУ)

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА НА КОНКУРЕНТНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Досліджена проблема фізичної природи економічної кон'юнктури. Враховано вплив енергетичного відгуку на ємність ринку в цілому та долю ринку кожного із конкурентів. Запропоновано модель прогнозування конкурентного положення підприємства з урахуванням кон'юнктурутворюючих факторів та переваг підприємства.*

Современный этап развития экономики Украины связан с решением различных проблем переходного периода, который характеризуется политической и экономической нестабильностью, частыми изменениями ситуации на рынке.

Любой субъект хозяйствования, стремящийся к прибыльному развитию производства в условиях рыночной экономики должен позаботиться об организации тщательного анализа состояния рынка и возможно более точного предвидения ситуации, в которой будет осуществляться его деятельность.

В условиях рыночной экономики выживает только тот производитель, который способен улавливать изменения в запросах и возможностях потребителей, предлагать выгодно отличающиеся от продукции конкурентов товары. Для этого необходимо изучать и прогнозировать экономическую конъюнктуру. Чем больше будут предприятия знать о ней сейчас, тем легче им будет приспособиться к постоянно меняющейся конъюнктуре.

Конъюнктура как форма проявления на рынке закономерного процесса воспроизводства (т.е. непрерывное возобновление производства и материальных благ) охватывает все стороны экономической жизни.

Исследованиями природы и определения экономической конъюнктуры занимались такие ученые как Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И., Пископпель Ф.Г., Никитин С.Н., Кондратьев Н.Д. и др. Однако, исследования экономической конъюнктуры на конкурентное положение предприятия недостаточно освещены в литературы, чему и посвящена данная статья.

По мнению авторов, вполне правомерным является определение данное отечественными учеными Ноздрёвой Р.Б и Цыгичко Л.И.:

“Экономическая конъюнктура – это форма проявления на рынке системы факторов и условий воспроизводства в их постоянном развитии и взаимодействии, в конкретно-историческом преломлении, выражающаяся в определённом соотношении спроса, предложения и динамики цен” [1, С. 36].

Указанное определение содержит все сущностные черты понятия конъюнктуры. Во-первых, в нём выделен предмет экономической конъюнктуры – рынок, так как конъюнктуру увязывают, прежде всего, с положением дел в сфере обмена, на рынке как таковом. Во-вторых, конъюнктура не замыкается только сферой обмена, а охватывает и включает в себя весь процесс воспроизводства, который рассматривается через призму обмена. В-третьих, конъюнктура рассматривается во времени и в пространстве, в динамичном развитии. В-четвёртых, конъюнктура увязывается с конкретно-историческими условиями процесса воспроизводства, ибо для каждого нового этапа развития производственного процесса характерно своё сочетание факторов и условий развития конъюнктуры. В-пятых, указывается, что основной формой её проявления является соотношение спроса, предложения и динамики цен. В конечном итоге именно эти факторы, определяющие состояние и динамику рынка, являются центральным звеном. Прочие факторы оказывают воздействие на развитие конъюнктуры лишь опосредованно, через спрос и предложение.

В практике конъюнктурных исследований особо важное значение имеет возможность воздействовать на факторы, управлять ими, что предопределяет их деление на управляемые и неуправляемые. Необходимое условие управляемости – предсказуемость изменения того или иного фактора в

определённых обстоятельствах. К управляемым относятся эндогенные факторы из числа предсказуемых.

На основе всего, выше сказанного, можно сделать ряд выводов, предопределяющих характер исследований экономической конъюнктуры.

Во-первых, в настоящее время экономисты не способны дать точных прогнозов экономической конъюнктуры, а могут определить лишь общую её тенденцию. Однако, даже правильно определив тенденцию, трудно предсказать точные даты прохождения фаз и вовремя изменить экономическую политику.

Во-вторых, множество конъюнктурообразующих факторов и степень их влияния, а также степень их предсказуемости, приводят к объективной невозможности учёта всех факторов конъюнктуры и делают любые прогнозы конъюнктуры любого рынка любого уровня иерархии не вероятностными, а в лучшем случае – вероятно-неопределёнными.

В-третьих, сложность проявления воздействия и взаимосвязи факторов конъюнктуры, их непрерывное изменение во времени и неоднородность, приводят к тому, что однозначное и полное математическое описание конъюнктуры невозможно. Количество пригодных данных ничтожно мало – данные катастрофически устаревают по мере их сбора и с течением времени уже не отражают наметившиеся тенденции в динамике.

Каждый из признаков классификации конъюнктурообразующих факторов позволяет взглянуть на их свойства с тех или иных позиций, которые не взаимоисключают друг друга, а наоборот, дополняют друг друга. Значит, множество всех факторов каждой конкретной экономической конъюнктуры в каждый момент времени составляет такую оригинальную и сложную совокупность, которая представляет совершенно особенную систему, поведение которой не может быть подобно поведению других аналогичных систем.

При оценке конъюнктуры на будущее надо исходить, с точки зрения авторов, из того, что в каждый анализируемый период конъюнктура представляет собой своеобразный результат взаимодействия различных по

длительности влияния, силе и направлению воздействия факторов, т.е. конъюнктура есть функция взаимодействующих факторов, таких как длительные тенденции (тренды), циклические факторы, сезонные факторы, нерегулярные (случайные) факторы. Это можно выразить формулой [1, С. 78] .

$$OKP = (T * Ц * С * Н), \quad (1)$$

где ОКР- оценка конъюнктуры рынка;

T – длительные тенденции (тренды);

С – сезонные факторы;

Н – нерегулярные (случайные) факторы;

Ц- циклические факторы.

Длительные тенденции, циклические и сезонные факторы, как показывает современная наука, с определенной вероятностью прогнозируются. Причем, теоретическое обоснование и математическое моделирование этих процессов сужает область случайного.

Для оценки конъюнктуры в прогнозной модели конкурентных позиций производителя производятся расчеты на основе формулы (2) с учетом трендовых, циклических, сезонных факторов, кроме того, в эту формулу при прогнозировании закладываются коэффициенты риска, учитывающие случайные или нерегулярные факторы.

$$OKP = \sum_{n=1}^k G_n \cdot \alpha_n, \quad (2)$$

где  $G_n$  – величина n-го конъюнктурообразующего фактора;

$\alpha_n$  – коэффициент значимости n-го фактора, т.е. вес n-го конъюнктурообразующего фактора;

$k$  – количество конъюнктурообразующих факторов.

При оценке  $G_n$  необходимо учесть, на взгляд авторов, направление

воздействия этого фактора. То есть благоприятность или неблагоприятность n-го фактора может учитываться путем противоположного шкалирования при оценке разнонаправленных конъюнктурообразующих факторов.

Кроме того, с точки зрения авторов, необходимо учитывать при прогнозировании конъюнктуры рынка динамический характер системы – рынка в целом, либо отдельного сегмента, т.е. изменение показателей, характеризующих систему во времени вследствие действий конкурирующих фирм. По мнению авторов, для такого прогноза более подходят методы, опирающиеся на естественнонаучные законы.

Физические в своей основе методы позволяют точнее оценивать количественные характеристики экономических изменений (например, интервалы времени), чем их качественное содержание. В этом заключается своего рода принцип неопределенности описания экономических явлений при определенности их физических масштабов. В этом случае становится достаточно очевидным взаимодополняющий характер экономических и физических методов прогнозирования.

Конечно, возможно возникновение погрешностей. Однако, с точки зрения авторов, погрешности естественнонаучного, так же как и большинства других методов прогнозирования, обусловлены преимущественно неполнотой исходной информации.

Одна из основных проблем естественнонаучного прогнозирования экономических явлений заключается в качестве не формализуемого до конца эвристического перевода экономической задачи в физический понятийный аппарат и обратно.

Второй является проблема понимания физической природы экономической динамики. Многие исследователи в этой связи полагаются на законы, открытые синергетикой и теорией катастроф. Широкое распространение, например, получили представления о пороговом экспоненциальном характере развития природных явлений в достаточно больших интервалах времени и пространства. Однако представляется

возможным дополнить эти знания пониманием законов, обнаруженных в рамках турбулентной теории движения сплошных сред – жидкости, газа, плазмы. По многим, в том числе и формальным, характеристикам экономическую среду рыночного товарного сегмента в условиях трансформирующейся экономики, с некоторой долей условности, также можно рассматривать как сплошную. Важнейшее качество такого класса явлений заключается не в точечном, а принципиально «широкополосном», то есть неопределенном как в физических, так и в экономических переменных, характере траектории развития.

В формализованном выражении факт неопределенности некоего интегрированного энергетического отклика системы на возмущение ( $E$ ) на отрезке времени ( $t$ ) заключается в неопределенности и вариативности в некоторых случаях константы ( $C$ ) закона диссипации энергии сплошной среды Колмогорова [2, с. 132]:

$$E = Ct^{2/3}. \quad (3)$$

Относительно свойств сплошные среды подразделяются на анизотропные и изотропные.

Изотропной называется среда, свойства которой постоянны по всем координатам.

Соответственно свойства анизотропной среды отличны в разных координатах. Сегмент рынка, с точки зрения авторов, можно считать анизотропной средой, поскольку свойства товаров, образующих данный сегмент различны.

Исследования в области динамики сплошных сред показывают, что для анизотропных физических систем параметр  $C$  оказывается функцией их линейных размеров:

$$C = \left(1 - \frac{1}{L}\right)^n, \quad (4)$$

где  $L$  - линейный размер системы (в данном случае емкость рынка);  
 $n$  - количество конкурирующих на данном рынке (сегменте) изделий.

Таким образом, можно утверждать, что чем большее количество товаров конкурируют на рынке (сегменте), тем меньший энергетический отклик на емкость рынка в целом и на долю рынка каждого из конкурентов будет иметь действие одного из них.

Следовательно, прогнозируемое значение конъюнктуры рынка ( $OKP_{np}$ ) на отрезке времени ( $t$ ) можно представить в виде:

$$OKP_{np} = E \cdot \sum_{n=1}^k G_n \cdot \alpha_n \quad (5)$$

Условия, формируемые потенциалом предприятия, оцениваются показателем возможностей предприятия (формула 7). Однако, при составлении прогнозной модели конкурентных позиций производителя и прогнозировании показателя возможностей предприятия по различным направлениям необходимо учитывать влияние следующего показателя:

$$K_{ij} = K_i^{zn} \cdot K_j^{cp}, \quad (6)$$

где  $K_{ij}$  – показатель оценки  $i$ -го элемента потенциала по соответствию  $j$ -го ресурса его целям;

$K_i^{zn}$  – коэффициент значимости  $i$ -го элемента потенциала предприятия;

$K_j^{cp}$  – коэффициент соответствия  $j$ -го ресурса предприятия требованиям, отвечающим его целям.

$$УКВП = \sum_{i=1} \prod_{j=1} УКВП_i \prod K_{ij}, \quad (7)$$

где  $УКВП$  – показатель возможностей предприятия;

$УКВП_i$  – показатель возможностей предприятия по  $i$ -му потенциалу предприятия, который получается путем сравнения с предприятием-лидером.

Конкурентная позиция предприятия количественно может быть оценена, исходя из (формулы 8) путем прогноза соответствующих параметров на основе учета всех тенденций и факторов, влияющих на эти параметры. Кроме того, отметим, что конкурентная позиция предприятия во многом зависит от степени использования благоприятных конъюнктурообразующих факторов и преимуществ предприятия. Поэтому для оценки эффективности деятельности и прогноза конкурентных позиций предприятия необходимо учитывать следующую зависимость:

$$OKПП_{np} = OKПП_{\delta} \cdot UKBP_{\delta} \cdot OKP_{np}, \quad (8)$$

где  $OKПП_{np}$ ,  $OKПП_{\delta}$  – прогнозируемое и базовое положение предприятия соответственно;

$UKBP_{\delta}$  – базовые возможности предприятия;

$OKP_{np}$  – прогнозируемая оценка конъюнктуры.

Таким образом, на основе предложенной методики строится прогнозная модель конкурентного положения предприятия. При этом, полученные конечные результаты сопоставимы по своей значимости с картиной развития событий. Однако, очень важна, по мнению авторов, при таком прогнозировании оценка масштабов тех или иных явлений и событий по времени их возникновения. Также отметим, что здесь необходимо учитывать динамику показателей за как можно более длительный прошлый период.

Практическая польза предлагаемой методики прогнозирования заключается в том, что она дает возможность предложить руководству предприятия научно обоснованные решения по выбору различных стратегий. Главное предназначение этой методики – сделать более понятным путь выработки решения на основе выявленных базовых конкурентных позиций предприятия, базовых тенденций, основных критических зон, рисков скачкообразных изменений, наиболее сложных проблем и определения прогнозного положения предприятия с учетом прогноза конъюнктуры рынка.



Литература:

1. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: Как побеждать на рынке. - М.: Финансы и статистика, 1991. - 304 с.
2. Теория автоматического управления: Учеб. для машиностроит. спец. вузов / В.Н. Брюханов, М.Г. Косов, С.П. Протопопов и др. / Под ред. Ю.М. Соломенцева. – 4-е изд. – М.: Высш.шк., 2003. – 268 с.

Пасичник И.Ю., Фартушняк О.В.

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА НА КОНКУРЕНТНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Исследована проблема физической природы экономической конъюнктуры. Учтено влияние энергетического отклика на емкость рынка в целом и долю рынка каждого из конкурентов. Предложена модель прогнозирования конкурентного положения предприятия с учетом конъюнктурообразующих факторов и преимуществ предприятия.

Pasichnik I.U., Fartyshnyak O. V.

## **PROBLEMS OF ESTIMATION OF INFLUENCING OF THE STATE OF AFFAIRS OF NARKET ON CONPETITION STETUTE OF ENTERPRISE**

The problems of physical nature of the economic state of affairs is explored. Influence of power response is taken into account on the capacity of market on the whole and market share of each of competitors.