УДК 69.003:658.012.12

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РИНКУ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ВНУТРІШНЬОГО ОЗДОБЛЕННЯ ПРИМІЩЕНЬ В ПЕРІОД ВИХОДУ З ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ 2009 РОКУ

Герасименко А.І., *студ. гр. ЕП-356*

Науковий керівник - к.т.н., доцент **Барабаш Т.І.**

Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса

В роботі проаналізований стан базовой сфери будівництва в географічних межах України за період 2009 – 2010 років. Розглянуто визначення взаємозамінності товарних груп у споживанні. Досліджено динаміку зростання обсягів ринків товарів-замінників (Qjі) за 2010 рік в порівнянні до попереднього (2009 року).

Проведемо загальний аналіз стану будівельної галузі України за період 2009 – 2010 років.

Суттєве скорочення обсягів будівництва, майже на 40 %, відбулося в 2009 році в результаті глибокої фінансово-економічної кризи на Україні. Для ведення будівельних робіт компаніям-будівельникам потрібно притягати банківські кредити. Зважаючи на нестачу коштів в період кризи в 2009 році банки значно скоротили фінансування будівництва. Сфера будівництва відноситься до базових, тобто визначає і доходи бюджету, і рівень зайнятості. Скорочення об'ємів будівельних робіт внаслідок кризи супроводжується відповідно зменшенням обсягу виробництва будівельних матеріалів. Тому розвиток будівельної галузі країни під час фінансово-економічного спаду є одним з шляхів виходу з кризи.

Позитивним для економіки України стало збільшення державного фінансування в сфері будівництва. Ще одним виходом для будівельних компаній було за власний рахунок добудувати об'єкти, які знаходились на високій мірі готовності. Також в даний період значно знизилась платоспроможність населення, що сприяло виникненню диспропорції між попитом та пропозицією на ринку нерухомості [1]. При цьому ціни в базових галузях стали настільки низькими, що це відновило сукупний попит і призвело в 2010 році до початку пожвавлення в економіці. Взагалі на даному етапі спостерігалось зростання валового внутрішнього продукту (ВВП) країни. Відповідно до зростання ВВП мінімаль-

не зростання показали і обсяги будівництва на Україні. Внаслідок завершення кризи і поновлення житлового будівництва в 2010 році в галузі спостерігалось збільшення введення в експлуатацію житла.

Як наслідок, зростання обсягів будівництва призвело до зростання попиту і обсягу виробництва будівельних матеріалів товарної групи «Сухі будівельні суміші та плитні матеріали для внутрішнього оздоблення приміщень».

Проведемо дослідження ринку «Сухі будівельні суміші та плитні матеріали для внутрішнього оздоблення приміщень» в територіальних межах України за вказаний період на основі загальних обсягів товарів-замінників даного ринку.

Для цього необхідно надати визначення термінів «товарні межі ринку» та «географічні межі ринку».

Товарні межі ринку – товарна група, сукупність схожих, однорідних предметів господарського обороту, в межах якої споживач за звичайних умов може перейти від споживання певного виду предметів господарського обороту до споживання іншого.

Територіальні (географічні) межі ринку – територія зі сферою взаємовідносин купівлі-продажу товару (групи товарів), в межах якої за звичайних умов споживач може легко задовольнити свій попит на певний товар і яка може бути, як правило, територією держави, області, району міста або їхніми частинами.

В результаті проведеного аналізу ринку будівельних матеріалів для внутрішнього оздоблення приміщень було визначено 2 групи товарів-замінників [2, 3]:

1 група – будівельні розчини на гіпсовому та цементному в'яжучому;

2 група – системи сухого будівництва (гіпсокартонні плити).

Взаємозамінність товарних груп у споживанні визначається трьома основними шляхами:

1) на основі опитування споживачів;

2) на основі порівняння ціни та якості товарів, що можуть бути взаємозамінними;

3) на основі зміни обсягів продажу та цін на одні взаємозамінні товари при появі на даному географічному ринку інших взаємозамінних товарів.

Якщо при появі на ринку нового виду товару середній рівень цін на товари, які входять до даного ринку знижується, а також водночас зменшуються обсяги їх реалізації, то вони є товарами-замінниками для даного нового товару [4]. Наприклад, в період появи на ринку будівельних матеріалів для внутрішнього оздоблення приміщень нового то-

вару – гіпсокартонних плит спостерігались суттєві зміни обсягів продажу та рівня цін будівельних матеріалів, які входять до даної товарної групи.

Дані загальних обсягів товарів-замінників за період дослідження приведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Загальні обсяги ринків товарів-замінників для внутрішнього оздоблення стінових поверхонь за період 2009 – 2010 років

Номер товару-замінника	Вид матеріалу	Одиниця виміру	Загальний обсяг ринку	
			2009 рік	2010 рік
1	Сухі будівельні суміші га гіпсовому в'яжучому	тис. т	376	420,4
2	Сухі будівельні суміші на цементному в'яжучому	тис. т	1382	1402
3	Гіпсокартонні плити	тис. кв. м	65041	69245

Товар-замінник № 1 – виробництво, експорт та імпорт сухих будівельних сумішей модифікованих на гіпсовій основі згідно класифікатору Держкомстату України підпадають під коди 26.53.10 «Гіпсові в'яжучі», 2520201000 «Гіпс будівельний» та 2520209000 «Гіпс інший»;

Товар-замінник № 2 – сухі будівельні суміші модифіковані на цементній основі згідно класифікації Держкомстату України відносяться до коду «Розчини будівельні та бетони (сухі), крім суміші бетонної готової»;

Товар-замінник № 3 – гіпсокартонні плити згідно класифікації Держкомстату України відносяться до коду «Листи гіпсові сухої штукатурки армовані тільки папером чи картоном».

Для товарів-замінників - № 1, № 2 і № 3 в даних обсягу ринку використовуються позначення:

J – номер товарної групи «Сухі будівельні суміші та плитні матеріали для внутрішнього оздоблення приміщень», J= II;

i – номер товару-замінника з J-ої товарної групи, i = 1,…,m;

m – кількість товарів-замінників, що входять до відповідної товарної групи, m = 3.

Наприклад, товар-замінник – гіпсокартонні плити, входить в товарну групу під номером J= II;

номер товару-замінника – гіпсокартонних з J-ої товарної групи i = 3.

Дослідимо динаміку зростання обсягів ринків товарів-замінників за 2010 рік в порівнянні до попереднього (2009 року) та виразимо розраховані значення змін в процентах.

Для даного розрахунку приймемо значення обсягу ринку гіпсокартонних плит за 2009 рік рівними 100 %.

Наприклад, встановимо значення змін відповідного показнику для оздоблювального матеріалу № 3 – гіпсокартонних плит з товарної групи за номером J= II із наступної пропорції:

$$\frac{65041}{69245} = \frac{100}{X}$$

Звідки X = (69245/65041)x100 = 106,5 %

Зростання обсягу ринку гіпсокартонних плит за 2010 рік відносно даного показнику за 2009 рік склало:

(106,5 % - 100 %) = 6,5 %

Для будівельних матеріалів з товарної групи «Сухі будівельні суміші та плитні матеріали для внутрішнього оздоблення приміщень» зростання обсягів ринків за 2010 рік в порівнянні з 2009 роком склали:

- для сухих будівельних сумішей на гіпсовому в'яжучому – 11,8 %;
- для сухих будівельних сумішей на цементному в'яжучому – 1,4 %;
- для гіпсокартонних плит – 6,5 %.

Висновки

1. Проведений теоретичний огляд стану будівельної галузі в межах України за період 2009 – 2010 років.
2. В процесі проведеного аналізу було визначено основні види товарів-замінників з групи «Сухі будівельні суміші та плитні матеріали для внутрішнього оздоблення приміщень».
3. Отримані значення зростання обсягів ринків групи товарів-замінників за 2010 рік в порівнянні до попереднього (2009 року).

Література

1. Длігач А.О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика: Навчальний посібник.-К.:ВД «Професіонал», 2006.-304с.
2. Серикова Г.А. Современные отделочные материалы. Виды, свойства, применение.-М.:Рипол Классик, 2013.-750с.
3. Старченко О.Ю., Гулін Д.В. Технології сухого будівництва: Підручник.-К.:Видавництво А.С.К., 2006.-464с.
4. Шерер Ф.М., Росс Д. Структура отраслевых рынков.-М.:«Инфра-М», 1997. -698с.