

УДК 339.13.021:64.06 (477)

Г.А. Ткаченко, канд. екон. наук

Донецький національний університет економіки
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Донецьк, Україна,
e-mail: Tkachenko_1974@mail.ru

ОСОБЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ЕЛЕКТРОПОБУТОВИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

A.A. Tkachenko, Cand. Sc. (Econ.)

Donetsk National University of Economics and
Trade after Mikhayilo Tugan-Baranovsky, Donetsk,
Ukraine, e-mail: Tkachenko_1974@mail.ru

PECULIARITIES OF FORMATION OF THE MARKET OF ELECTRICAL GOODS IN UKRAINE

***Мета.** Аналіз становлення ринку електропобутових товарів в Україні, дослідження шляхів усунення технічних та технологічних бар'єрів щодо виробництва конкурентоспроможних товарів з аналогічними параметрами іноземних виробників.*

***Методи.** У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення і порівняння, методи маркетингових досліджень, системного аналізу.*

***Результати.** Виявлено основні тенденції розвитку ринку електропобутових товарів в Україні; досліджено стан споживчого ринку побутової техніки та проблеми його розвитку; обґрунтовано необхідність реалізувати державну цільову науково-технічну програму на перспективу.*

***Наукова новизна.** Обґрунтовано науковий підхід щодо спроможності розробки та розвитку виробництва сучасних конкурентоспроможних електропобутових товарів шляхом використання власних засобів для створення нових виробів побутової техніки та залучення інвестицій для реалізації власних проектів разом з провідними іноземними виробниками.*

***Практична значущість.** Запропоновано підходи та пропозиції, які забезпечать вітчизняним виробникам реалізовувати стратегію щодо створення нових і розвитку існуючих українських підприємств побутової техніки.*

***Ключові слова:** електропобутові товари, ринок, споживач, конкурентоспроможність, інвестиції, виробництво, новітні технології.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. За останні декілька років ринок електропобутових товарів в Україні виріс у 5 разів. Побутова техніка стала дешевшою і доступнішою для вітчизняного споживача. Підтримка та розвиток власного вітчизняного виробництва електропобутових товарів має стати головним завданням держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку ринку електропобутових товарів присвячені роботи [2; 5; 6], в яких звернено увагу на проблеми формування вітчизняного ринку побутової техніки, тенденції його розвитку у створенні конкурентоспроможної продукції і реалізації її на світовому ринку.

Метою статті є аналіз становлення ринку електропобутових товарів в Україні, дослідження шляхів усунення технічних та технологічних бар'єрів щодо виробництва конкурентоспроможних товарів з аналогічними параметрами іноземних виробників.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якщо розглядати сьогоdnішній ринок роздріbної торгівлі електропобутовою технікою в Україні з погляду конкурентної боротьби між окремими торговцями, то його можна характеризувати як олігополію. Характерними рисами ринку електропобутових товарів є такі тенденції:

- наявність невеликої кількості продавців (незважаючи на значну частку роздріbних точок, більшість з них або об'єднана в мережі, тобто контролюється з одного офісу, або роздріbні ціни в них контролюються якимось одним поставальником);

- стандартизованість продукції (пральна машина відомої марки, придбана на сусідньому ринку, нічим не відрізняється за своїми характеристиками від тієї, що пропонується в іншому торговельному центрі);

- олігополія: усі учасники ринку обов'язково враховують поведінку конкурентів, виробляючи власну стратегію поведінки [1].

Сукупні доходи українців зростають, ринок роздріbної торгівлі електропобутовою технікою в Україні постійно розширюється, тому вже багато років на ринку електропобутових товарів відбувається боротьба за покупця.

Загалом, якщо розглядати магазин як торгову марку, то рівень його продажу розподіляється приблизно таким чином:

- потенційні покупці – (близько 25-30 %) – покупці, котрі є постійними покупцями магазину;

- разові покупці – (близько 70-75 %) – покупці, котрі не є прибічниками конкретного магазину, а шукають, де можна придбати потрібний їм товар подешевше.

На жаль сучасний споживчий ринок побутової техніки в Україні характеризується великою розмаїтістю моделей в основному імпоротної техніки. Конкуренцію імпортним виробам на ринку складають тільки українські холодильні прилади і частково кухонні плити.

У секторі холодильних приладів із загальної кількості країн-імпортерів лідерами зараз є Литва, Росія, Білорусь, Корея. Стабільну частку ринку займають Німеччина, Туреччина, Словенія, Угорщина та низка інших країн.

Частка вітчизняної холодильної техніки в загальному обсязі ринку постійно зростає й у 2012 році склала 32,6 % [3].

Сектор автоматичних пральних машин на ринку практично на 100 % зайнятий імпоротною технікою [3].

Асортимент ринку кухонних плит представлений як імпортними, так і вітчизняними моделями газових, електричних і комбінованих – газоелектричних плит.

Традиційними лідерами-імпортерами є: Білорусь, Туреччина, Польща, Італія, Німеччина, Словенія, Росія. Частка вітчизняних кухонних плит у 2012 р. склала 27,1 % [3].

Ринок пирососів України представлений широкою розмаїтістю моделей. На ринку переважають пирососи імпортного виробництва – близько 85 % всього обсягу [3]. У структурі ринку лідирують Південна Корея і Китай.

Ринок побутових кондиціонерів представлений практично на 100 % імпортними моделями [3].

За останні 5-7 років накопичувальні електричні водонагрівачі одержали широке поширення на українському ринку. Попит і продаж водонагрівачів постійно збільшуються. Цей факт обумовлюється проблемою забезпечення гарячою водою не тільки міських жителів, але й більшою мірою сільських жителів, де відсутнє гаряче водопостачання. Більшість водонагрівачів на ринку – імпортна продукція [3].

З метою забезпечення сталого розвитку виробництва електропобутових товарів в Україні ми пропонуємо програму підтримки, яка передбачає:

- реалізацію стратегії створення нових і розвиток існуючих українських виробництв побутової техніки шляхом інноваційного типу розвитку;
- динамічний перехід до освоєння нових моделей техніки, ефективне використання нових матеріалів, комплектуючих виробів, устаткування та технологій;
- випуск конкурентоспроможної імпортозамінюючої продукції, яка відповідає вимогам споживчого ринку;
- впровадження ресурсозберігаючих та екологічно чистих технологій;
- збільшення обсягів випуску продукції;
- збільшення зайнятості населення шляхом створення нових робочих місць;
- підвищення матеріального рівня забезпеченості працівників;
- забезпечення національних інтересів держави.

Однією з причин становища, що склалося, є відомі диспропорції у структурі машинобудівної галузі, які існували ще з часів СРСР, коли значна кількість електропобутових товарів вироблялася не на спеціалізованих підприємствах, а на заводах оборонної промисловості.

Кількість спеціалізованих підприємств і в той час була незначною. Слід зазначити, що і технічний рівень виробів побутової техніки, що випускалися, був далекий від світового рівня.

Іншою важливою причиною став відомий складний стан економіки в 90-х роках ХХ ст. – час становлення України як самостійної держави.

У ті часи, у результаті швидкого заповнення споживчого ринку великою кількістю різноманітних імпортних технічнодосконалих моделей техніки, стало фактором низької конкурентоспроможності вітчизняної продукції, і тому виробництво електропобутових товарів в Україні різко скоротилося.

Наступною і основною причиною такої ситуації є відсутність стабільних, постійних джерел фінансування для розвитку існуючих виробництв, створення нових виробництв, у тому числі складної побутової техніки, яка раніше не випускалася в Україні.

Важливою причиною також варто вважати і відсутність єдиного центрального органу керування, покликаного в масштабах та інтересах держави коор-

динувати, концентрувати фінансові ресурси і направляти роботу існуючих і потенційних виробників електропобутових товарів.

Для розв'язання ситуації, яка склалася у виробництві конкурентоспроможної української побутової техніки, необхідно створити і реалізувати державну цільову науково-технічну програму з перспективою до 2020 р. [4].

Одним з варіантів вирішення проблеми є шлях до організації виробництв побутової техніки методом її крупновузлового складання із закуповуваних по імпорту машинокомплектів. Цей варіант у наш час використовує немало підприємств України, але виготовлення виробів здійснюється в малих обсягах [5].

Другий варіант – організація, створення повномасштабних виробництв виготовлення виробів побутової техніки зі всім технологічним циклом: власне виготовлення деталей, вузлів, комплектуючих виробів, складання, випробування, реалізація, сервісне обслуговування продукції.

Аналіз цих двох варіантів вказує на значну перевагу другого варіанта.

За першого варіанта – складання з імпортних машинокомплектів, вітчизняні підприємства попадають у повну залежність від закордонних постачальників – фірм виробників побутової техніки [7].

Крім того, важливе значення мають такі обставини:

– закордонні фірми-виробники реалізують українським підприємствам машинокомплекти моделей техніки, які практично морально застаріли, готуються у себе до зняття із серійного виробництва, тобто моделі, які складаються в Україні, є свідомо неконкурентоспроможними з новітніми моделями аналогічної закордонної техніки [2];

– фактор зайнятості населення: за складання виробів з машинокомплектів, залежно від загальної кількості моделей, що складаються щороку до 100 тис. штук – чисельність працюючих обмежується тільки складальниками і випробувачами продукції, від 40 до 120 осіб. За умови створення повного технологічного циклу власного виробництва чисельність працюючих на підприємстві зростає до 400-500 осіб. За потужності підприємства 300-500 тис. штук за рік чисельність зростає до 1000-1200 осіб [6];

– залишається не затребуваним науково-технічний і виробничий потенціал України в питаннях підвищення якості з розширенням виробництва матеріалів, складних електричних і електронних комплектуючих виробів, а також створення нових виробництв в Україні з виготовлення комплектуючих виробів, що раніше не випускалися і які використовуються в сучасних конструкціях складної побутової техніки.

За умови реалізації другого варіанта створюються нові і одержують подальший розвиток існуючі українські виробництва побутової техніки з повним технологічним циклом виготовлення цих виробів.

Тому необхідно вирішувати такі проблеми:

1. Створення й освоєння у виробництві нових поколінь власних моделей конкурентоспроможних виробів.

2. Збільшення обсягів виробництва.

3. Заміщення на ринку України імпоротної техніки.

4. Збільшення обсягів експорту української продукції.

5. Впровадження ресурсо-, енергозберігаючих та екологічно чистих технологій.

7. Створення нових робочих місць – забезпечення зайнятості населення.

8. Підвищення життєвого рівня населення – зростання заробітної плати.

9. Створення в Україні власної галузі складного побутового машинобудування.

Паралельно потрібно вирішувати питання:

– підняття на якісно новий технічний рівень і розвиток виробництва технологічно пов'язаних інших галузей української промисловості: виробництва сталевих тонколистових холоднокатаного прокату, листового алюмінієвого прокату, мідних тягнутих холоднокатаних труб малого діаметра, алюмінієвих труб малого діаметра гарячепресованих у бухтах, виробництва полімерних матеріалів (гранульовані полістироли, барвники, поліетилен тощо);

– розвиток українських виробництв складних електричних та електронних комплектуючих виробів, що раніше не випускалися в Україні: електронні програматори режимів роботи автоматичних пральних машин, газових і електричних плит, кондиціонерів роздільного типу, блоки сигналізації, індикації температурних режимів тощо.

Висновки

У ході проведеного дослідження стану ринку електропобутових товарів ми дійшли висновку, що для сталого розвитку виробництва товарів необхідні такі основні шляхи і засоби реалізації щодо покращення розвитку ринку побутової техніки в Україні:

1. Створення нових виробництв щодо випуску продукції, яка не вироблялася в Україні.

2. Розвиток існуючих виробництв та залучення закордонних інвестицій у створення нових виробництв, технічного розвитку й удосконалювання існуючих виробництв з метою випуску замінників імпоротної продукції.

3. Створення сучасного інтегрованого у світове виробництво і здатного до саморозвитку промислового комплексу – самостійної машинобудівної галузі побутової техніки.

4. Високі темпи створення нових моделей і поколінь конкурентоспроможної продукції, застосування матеріалів з новими властивостями, електро- і електронних комплектуючих виробів, які раніше не виготовлялися в Україні.

5. Реалізація сукупності стратегій виробництва: стратегія «переслідування» («копіювання»), суть якої полягає в освоєнні конкурентоспроможної продукції, що випускається провідними закордонними виробниками; стратегія «лідерних технологій», яка передбачає використання власних (вітчизняних) науково-технічних розробок, що забезпечують створення нових моделей виробів і технологій, формування попиту на них і вихід на нові ринки збуту; стратегія «прориву», яка полягає у створенні принципово нових видів продукції, які випереджали б існуючі моделі продукції на один-два покоління.

6. Проведення єдиної технічної політики – координація науково-технічних робіт щодо створення виробництва нової продукції, запровадження новітніх технологій та устаткування.

7. Створення енергозберігаючих і екологічно безпечних виробництв.

8. Розширення споживчих можливостей внутрішнього ринку шляхом підвищення купівельної спроможності населення, проведення зваженої – оптимальної цінової політики.

9. Досягнення збалансованого співвідношення обсягів внутрішнього і зовнішнього ринків, виходячи з економічних інтересів виробників продукції і держави.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є пошук взаємодії науково-технічних організацій і заводів машинобудівної галузі України з науковими установами Національної академії наук України для вирішення проблем щодо створення нових матеріалів і технологій для виробництва електропобутових товарів.

Список літератури / References:

1. Державне регулювання економіки: навч. посіб. / С. Чистов, А. Никифоров, Т. Куценко [та ін.]. – 2-ге вид., доопрац. і доп. – К.: КНЕУ, 2005. – 316 с.
Chystov, S., Nykyforov, A. and Kutsenko, T. (2005), *Derzhavne reguliuvannia ekonomiky* [State regulation of economy], tutorial, 2 ed., KNEU, Kiev, Ukraine, 316 p.
2. Ландик В.И. Инновационная стратегия предприятия: проблемы и опыт их решения / В.И. Ландик. – К.: Наук. думка, 2003. – 364 с.
Landik, V.I. (2003), *Innovatsionnaya strategiya predpriyatiya: problemy i opyt ikh resheniya* [Innovation strategy of company: problems and experience], Naukova dumka, Kiev, Ukraine, 364 p.
3. Бытовая революция: прогнозируется безумный рост рынка крупной бытовой техники // Контракты. – 2012. – № 50. – С. 10-12.
“Home revolution: there is expected a mad growth of the market of big household appliances” (2012), *Kontrakty*, no. 50, pp. 10-12.
4. Управління підприємством в умовах розвитку ринку / В.М. Гриньова, М.М. Новікова, О.М. Красноносова. – Х.: ХДЕУ, 2003. – 168 с.
Hryniova, V.M., Novikova, M.M., Krasnonosova, O.M., Proskura, O.Yu. and Salun, M.M. (2003), *Upravlinnya pidpryemstvom v umovakh rozvytku rynku* [Management in terms of market development], KhDEU, Kharkov, Ukraine, 168 p.
5. Письменный О.А. Прогнозування динаміки ринку крупної побутової техніки на прикладі ринку холодильників / О.А. Письменный, О.М. Ярм-Агаєв // Вісник ДонНУЕТ. Серія: Економічні науки. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – Випуск 4 (32). – С. 137-147.
Pysmennyi, O.A. and Yarym-Agayev, O.M. (2012), “Prognosis of dynamics of big household appliances market by the example of the market of refrigerators”, *Visnyk DonDUET*, Issue 4 (32), DonDUET, Donetsk, pp. 137-147.
6. Ринок непродовольчих товарів України: реалії та перспективи: монографія: в 3 т. / О.О. Шубін, О.М. Азарян та ін.; за наук. ред. О.О. Шубіна. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 564 с.
Shubin, O.O. and Azarian, O.M. (2010), *Rynok neprodovolchyykh tovariv Ukrainy: realii ta perspektyvy* [Non-food commodities market of Ukraine: Reality and Per-

spectives], monograph, in 3 volumes, Vol. 3, Ed. by Shubin, O.O., DonNUET, Donetsk, Ukraine, 564 p.

7. Шапуров О.О. Стан і тенденції розвитку машинобудування / О.О. Шапуров // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3 (93). – С. 53-63.

Shapurov, O.O. (2009), "Status and trends of machine building", *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 3 (93), pp. 53-63.

Цель. Цель статьи основана на дальнейшем развитии теоретических положений и разработки практической программы поддержания обеспечения устойчивого развития производства электробытовых товаров в Украине.

Методы. В процессе исследования использовались методы теоретического обобщения и сравнения, методы маркетинговых исследований, системного анализа.

Результаты. Выявлены основные тенденции развития рынка электробытовых товаров в Украине; исследовано состояние потребительского рынка бытовой техники и проблемы его развития; обоснована необходимость реализации государственной целевой научно-технической программы на перспективу.

Научная новизна. Обоснован научный подход к предпосылке разработки и развития производства современных конкурентоспособных электробытовых товаров путем использования собственных средств для создания новых изделий бытовой техники и привлечения инвестиций для реализации собственных проектов совместно с ведущими иностранными производителями.

Практическая значимость. Предложены подходы, которые обеспечат отечественным производителям реализацию стратегии создания новых и развитие действующих украинских предприятий бытовой техники.

Ключевые слова: электробытовые товары, рынок, потребитель, конкурентоспособность, инвестиции, производство, новейшие технологии.

Objective. The present Article aims at further development of theoretical regulations and practical support program for assuring stable production of household appliances in Ukraine.

Methods. In the process of investigation there have been applied methods of theoretical generalization and comparison, methods of marketing researches and system analysis.

Results. There have been revealed principal tendencies in development of the market of household appliances in Ukraine; there has been also determined the status of consumer's market of household appliances and problems of its development; there has been grounded necessity to implement public target scientific and technical program for perspectives.

Scientific novelty. There has been grounded scientific approach to possibility to develop and advance production of modern competitive electric household appliances by use of domestic means for design of new household appliances and attraction of investments for implementation of the projects in cooperation with leading foreign producers.

Practical value. There have been proposed approaches and proposals which can assure implementation of the strategy to establish new companies and to advance operating Ukrainian companies producing household appliances.

Key words: electric household appliances, market, consumer, competitive ability, investments, production, advanced technology.

Рекомендовано до публікації д-ром техн. наук,
проф. Погребняком Володимиром Григоровичем.
Дата надходження рукопису 07.06.2013 р.