

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА МЕТАЛЛОПРОКАТА

Д.е.н. Максишко Н.К., Иванов С.Н.

Запорожский национальный университет  
Украина, г. Запорожье  
skydaver@mail.ru

Для предприятия очень важно знать ситуацию на рынке для быстрого реагирования на внешние угрозы. Например, в металлургической отрасли произошли существенные изменения: в марте 2010 г. объемы потребления металлопроката в Украине увеличились на 37,6% по сравнению с февралем 2010 г. и на 41,3% по сравнению с мартом 2009 г. Доля импорта по итогам I квартала 2010 г. составила 21% по сравнению с 10,7% за аналогичный период 2009 г. Металл торговым компаниям было поставлено 28,8% от всех объемов поставок металлопроката. На втором месте предприятия трубной отрасли - 24,7%, на третьем месте - машиностроение - 17,4%.

Изменение спроса и предложения на рынке формируют товарную политику предприятия. Поэтому требуется выявление причинно-следственных связей на исследуемом рынке, систематизация и анализ данных.

Предлагается решение данной задачи с помощью метода прогнозирования тенденций изменения товаров на целевом рынке, который включает в себя следующие этапы: анализ данных, выбор факторов, прогнозирование, проверка модели на адекватность, принятие управленческого решения.

Данная модель описывает рынок с точки зрения разных гипотез развития, а значит, представляет собой многомерную систему, где измерения представлены объемом товаров, географическим положением, временем и др.

Таким образом, данное исследование позволяет предприятию прогнозировать ситуацию на рынке, вовремя принимать управленческие решения, построить модель развития рынка и определить его емкость, для достижения стабильности развития и получения конкурентных преимуществ предприятия.