

ЛИТЕРАТУРА

1. Реализация гендерной политики в Республике Беларусь/Министерство труда и социальной защиты; сост. Т.В. Шеметовец [и др.]. – Минск: ИВЦ Минфина, 2008. – 112 с.;
2. http://mintrud.gov.by/ru/pensia/new_url_314041248/new_url_881417878 (официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь).

УДК667.6:339.146.4

Неценовая конкуренция на белорусском рынке лакокрасочных материалов

Рогатень М.С., Прокопенко Д.Д.
(научный руководитель - Рак А.В.)
Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Неценовая конкуренция — метод конкурентной борьбы, в основу которого положено не ценовое превосходство над конкурентами, а достижение более высокого качества, технического уровня, технологического совершенства. Повышение качества может осуществляться по двум основным направлениям: первое-совершенствование технических характеристик товара; второе-улучшение приспособляемости товара к нуждам потребителя.

В Беларуси насчитывается около 100 производителей лакокрасочной продукции, однако основой этого сегмента остаются 7-8 предприятий. Флагманами отрасли являются ОАО «Лакокраска» (г. Лида), ОАО «Минский ЛКЗ», ООО «Эсгит», ЧУП «МАВ». В последние десятилетия уровень потребления ЛКМ в странах СНГ динамично повышается. При этом приоритет отдается продукции отечественного производителя, что обусловлено более низким уровнем цен по сравнению с импортными аналогами. Ценовая структура европейского рынка ЛКМ распределяется следующим образом: основная масса продукции (60-70%) — средний ценовой сегмент, 20-25% — верхний, и 5-10% — нижний. В странах же СНГ продукция

нижнего ценового сегмента занимает более 70% рынка. Однако сегодня на рынке ЛКМ стран СНГ наряду с таким фактором конкурентоспособности, как цена, определяющими являются качество, ассортимент, сервис. В настоящее время 46-48% мирового рынка ЛКМ приходится на строительные лаки и краски. В Беларуси также значительно выросла доля ЛКМ, потребляемых в строительстве. Если 10-12 лет назад она была равна 20-25%, то на сегодня — более 50%.

ЛКМ, представленные на белорусском рынке, можно условно разделить на три категории: краски эконом-класса, среднего класса (стандартные краски) и краски класса престиж. К краскам эконом-класса относится большинство красок белорусских предприятий, производимых по собственным технологиям. Гарантия на исконно белорусские краски составляет, как правило, 5 лет. К стандартным краскам относится в большинстве своем продукция известных марок, произведенная на территории Беларуси по зарубежным технологиям. Гарантия на краски среднего класса — 8-10 лет. К краскам класса престиж относят материалы известных брендов, но полностью произведенных на материнских предприятиях. Краски эконом-класса пользуются спросом больше у строительных фирм, занимающихся отделочными работами по заказам ЖЭС, ЖСК и других организаций, имеющих ограниченный бюджет на выполнение работ. Однако наибольший интерес в ближайшей перспективе представляют стандартные краски, имеющие относительно невысокую цену (по сравнению с престиж-красками) и достаточно неплохое качество (по сравнению с эконом-красками).

Немаловажным критерием, имеющим значение не только для производителей ЛКМ, но и для их потребителей, является состояние рынка сырьевых компонентов. Отсутствие отечественного производства целого ряда сырьевых компонентов — акриловых мономеров, высококачественных наполнителей, гликолей, пигментов, функциональных добавок и т.д. — сдерживает переход к еще более широкому выпуску ЛКМ.

Конкурентная борьба в отрасли заставляет и отечественных производителей пересматривать свои взгляды на ассортимент и качество выпускаемых материалов. Предприятия начали активно внедрять в производство акриловые материалы для строительства (грунтов-

ки, шпатлевки, фасадные и внутренние краски, краски для отделки и обработки древесины и т.д.). Увеличивается выпуск продукции в мелкой фасовке, улучшается внешний вид и полиграфическое исполнение упаковки, расширяется ассортимент материалов. Для успешной конкуренции на мировом рынке в ЛКМ должны быть максимально воплощены такие потребительские свойства, как укрывистость, повышенная прочность и стойкость, универсальность применения (как для внутренних, так и для наружных работ), неизменная яркость и свежесть цветов, легкость нанесения, а также множество других свойств в зависимости от сферы применения. То есть речь идет о совершенствовании продукта, его дифференциации, повышении качества. Это есть методы неценовой конкуренции.

Таким образом, основным направлением деятельности отечественных предприятий является ориентация, с одной стороны, на европейское качество и экологическую безопасность, а с другой — на ценовую политику восточного рынка.

В настоящее время в мировой практике при производстве ЛКМ наиболее широко применяются синтетические пленкообразователи, такие как алкидные, виниловые, акриловые, полиуретановые, эпоксидные, полиэфиры насыщенные, полиэфиры ненасыщенные, аминные, фенольные и многие другие. По расчетам специалистов доля традиционных органорастворимых ЛКМ в мировом производстве за ближайшие пять лет должна сократиться на 3%, доля экологически безвредных водно-дисперсионных ЛКМ возрасти на 2,8%. Эти же тенденции имеют место и в нашей республике.

Отечественные специалисты задумываются сегодня и о том, как не отстать от тенденций мирового рынка. В частности, речь идет о выпуске «зеленых» материалов — идее, очень популярной в развитых странах. Так, сегодня обсуждается возможность присвоения специальной маркировки тем продуктам, которые соответствуют экологическим требованиям. Это может стать барьером для поставок на белорусский рынок низкокачественной продукции, содержащей вредные и опасные компоненты. Да и в целом заметно ужесточение требований к качеству. Беларусь сегодня активно переходит на общеевропейские стандарты, и в тех документах, которые внедряются в рамках Таможенного союза, уже определен достаточ-

но серьезный подход к уровню качества материалов. Сегодня предприятия республики, самостоятельно развивая научную базу и устанавливая тесный контакт с потребителем, разрабатывают и выпускают современные высококачественные лакокрасочные материалы. В результате в этом сегменте отечественного рынка появились материалы собственного производства, составляющие достойную конкуренцию импортным.

Примером может служить компания MAV – первый и единственный в Беларуси производитель порошковых красок. Порошковые краски АМКА создаются по немецким технологиям и предназначены для использования в приборостроении, производстве металлоконструкций, бытовой техники и инструмента, машиностроении и станкостроении. В отличие от жидких красок АМКА не содержит растворителей, практически не имеет потерь при окраске различных металлических изделий и конструкций, удобна в хранении и транспортировке. Это является свидетельством введения на рынок дифференцированного продукта, значит комплексного использования методов неценовой конкуренции, совместно с продуманным брендом компании, хорошей рекламой и разработкой новых видов продукции. Компания MAV выходит на рынок с обновленным брендом FLAGMAN – FLAGMAN «Совершенство технологий DuPont™». Работы над проектом "Flagman лакокрасочных покрытий" проводились на протяжении последних трех лет. Результатом совместной работы стало создание антибактериальной краски, способной уничтожать многие виды болезнетворных микроорганизмов, оставаясь при этом безвредной для здоровья человека, а также удобной и практичной в эксплуатации.

Наиболее известным белорусским производителем лакокрасочной продукции является ОАО «Лакокраска», которая постоянно развивается, представляя все новые и новые виды продукции. В 2013 году на Лидской ОАО «Лакокраска» получил дальнейшее развитие проект по производству антикоррозийных ЛКМ совместно с норвежской компанией JotunPaints.

Одним из старейших производителей краски в Беларуси является Минский лакокрасочный завод. И завод, и организованное на его базе СП «Оли-Бело» представляют довольно широкий спектр эмалей, лаков и красок, разнящихся по качеству и цене.

Таким образом, изучение тенденций развития рынка ЛКМ в Беларуси показывает, насколько важно внимание к методам неценовой конкуренции в наше время. Есть много перспектив развития и совершенствования производства ЛКМ на белорусском рынке, а также необходимость работы в данном направлении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белорусская лакокрасочная отрасль на фоне экономических вызовов Таможенного Союза. Строительная газета. 27.03.2013.

УДК 338.27

Основные направления развития строительного комплекса Республики Беларусь

Михадюк Е.В., Сусленок Н. Л.
(научный руководитель - Гречухина Е.А.)
Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Важнейшим направлением развития Республики Беларусь, обеспечиваемым строительным комплексом на период 2011–2015 годов, является градостроительство и обустройство сельских населенных пунктов. Вместе с тем анализ динамики развития строительного комплекса Республики Беларусь выявил ряд проблем, сдерживающих темпы экономического роста:

- достаточности производственной мощности;
- снижения затратности производств;
- повышения качества строительной продукции;
- привлечения инвестиций в строительный комплекс [1].

Первой проблемой является проблема достаточности производственных мощностей строительного комплекса по решению задач строительной и жилищной политики. Суть проблемы в том, что увеличение объемов строительства влечет за собой наращивание производственных мощностей по выпуску основных строительных материалов. В Республике Беларусь насчитывается более 1 000 предприятий, выпускающих строительные материалы. Однако не-