

А.Ю.Мироненко (5 курс, каф. СМ), В.И.Чуркин, к.т.н., доц.

АНАЛИЗ РЫНКА ЛАКОКРАСОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Целью данной работы является определение состояния рынка лакокрасочных материалов. Задачей данного исследования является выявление основных направлений развития рынка, определение структуры потребления продукции импортного и отечественного производства. Объектом является российский рынок строительных материалов. Исследования основаны на анализе статистической информации, взятой из Интернета и из специализированных журналов.

С ростом строительства возрос спрос на строительные материалы, в том числе, и лакокрасочные в связи с этим анализ данного рынка является актуальным. Все основные отрасли промышленности сегодня находятся на подъеме, лакокрасочная промышленность не является исключением. Количество потребляемой краски на душу населения в России увеличивается, хотя мы все еще сильно отстаем от Европы, где потребление лакокрасочных материалов (далее – ЛКМ) в 3–4 раза больше.

Потребление ЛКМ импортного производства в России растет быстрее, чем отечественных. В этом есть свои минусы и плюсы. Минус в том, что для российских производителей выгодно занимать как можно больший сектор отечественного рынка, а плюсом является то, что импортные материалы преобладают, в первую очередь, в тех секторах, где отечественный производитель менее активен. Иностранцы развивают этот рынок, убеждают российского потребителя. Когда же отечественный производитель начинает выпускать аналогичные материалы – рынок уже готов их воспринимать. Таким образом, период вхождения на рынок для нас сокращается, и затраты окупаются быстрее. В целом изменения структуры российского рынка можно увидеть из табл. 1 [1].

Таблица 1. Структура российского рынка ЛКМ в первом полугодии 2003 и 2004 гг., по данным Федеральной службы государственной статистики, тыс.т.

Показатели	1 полугодие 2003 г	1 полугодие 2004 г
Производство	272,5	334,1
Экспорт	33	40,8
Импорт	155,7	165,1
Внутреннее потребление	395,2	458,4
Количество отечественных ЛКМ	239,5	293,3

Общую картину рынка дополняет достаточно большой и развитый сегмент, представляющий продукцию заводов, принадлежащих крупным иностранным компаниям. Ориентируясь на более низкую себестоимость за счет использования дешевой рабочей силы и снижение расходов, связанных с таможенными пошлинами, такие компании как Tikkurila, Akzo Nobel и др. строят на территории РФ заводы.

В целом можно сказать, что российский рынок ЛКМ профессионализируется, специализируется. Если раньше краской одного типа красили все, то теперь рынок разделился на различные сектора, в которых конкурируют совершенно разные по потребительским качествам и стоимости материалы.

Рассмотрим наглядный пример. Десятки лет подвижной состав МПС красили ПФ-115. Сегодня железнодорожники заказывают не марку материала, который они хотели бы получить, а качества, свойства, которыми он должен обладать: блеск, экологическая безопасность, стойкость покрытия к щелочам и минеральным маслам, твердость, способность быстро сохнуть, износостойкость, соответствие цветов стандартным. И ждут от

производителей выпуска новых ЛКМ, которые соответствовали бы этим запросам. Тот же подход у автодорожников и профессиональных строителей.

Современные требования – экологические и потребительские – диктуют необходимость расширения выпуска водно-дисперсионных ЛКМ, покрытия на основе которых отличаются высокими декоративными свойствами, санитарной, пожаро- и взрывобезопасностью. Кроме того доля водно-дисперсионных красок на европейском строительном рынке составляет около 70% от его объема против лишь 20–30% на российском рынке. Развитие строительной индустрии вызвало резкий рост потребности в строительных и отделочных ЛКМ. Это привело к увеличению количества предприятий-производителей, в настоящее время их насчитывается 450-460 (только в Северо-западном регионе, с учетом тех предприятий, которые просто занимаются фасовкой чужой продукции и наклеиванием своих этикеток). Но, несмотря на расширение рынка, новые предприятия выпускают довольно ограниченный ассортимент, который был разработан 30-40 лет назад. Рынок ЛКМ в Санкт-Петербурге развивается также, как и общероссийский, только более быстрыми темпами благодаря близкому к Европе месторасположению. С каждым годом увеличивается популярность водоразбавляемых материалов. Петербургские строители предъявляют особенно жесткие требования к показателям качества лакокрасочной продукции (из-за климатических особенностей региона), такие как паропроницаемость, атмосферостойкость, адгезия к различным основам, химстойкость, грязеотталкивающие и противогрибковые свойства.

На Первом Московском международном химическом саммите обсуждался целый круг вопросов относительно состояния и перспектив развития химической промышленности, в том числе вопросы касались лакокрасочной индустрии. Наиболее активно на круглых столах обсуждались вопросы привлечения инвестиций в развитие и модернизацию химических производств, использования инноваций и взаимодействия органов власти и предприятий отрасли. Производители лакокрасочных материалов назвали своей главной задачей срочное увеличение выпуска новых продуктов с принципиально иным уровнем качества.

Таким образом, в целом рынок ЛКМ развивается быстрым темпом по разным направлениям. Основной упор в его развитии делается на производство узкоспециализированной продукции с очень высокими показателями безопасности и максимально соответствующую техническим показателям и требованиям, предъявленным к ней. Также можно отметить рост производства водно-дисперсионной продукции, которая наиболее полно отвечает вышеназванным требованиям.

На сегодняшний день рынок находится на стадии перехода от цены к качеству. Ожидается, что в ближайшее время продукция дешевая, но не соответствующая требованиям покупателя и экологической безопасности будет, вытеснена более дорогостоящими материалами с хорошими характеристиками.

В последнее время в Санкт-Петербурге активно ведется строительство новых объектов, что стимулирует производителей строительных материалов, готовых к сложным климатическим условиям региона.

Среди производителей ЛКМ ведутся активный поиск новых технологий, которые позволили бы снизить себестоимость производимой продукции, не ухудшая, а улучшая при этом качества. Для этого требуются большие денежные средства, которые, к сожалению, не каждый завод-изготовитель имеет возможность выделять из оборота и направлять на научные изыскания.

Отметим, что в данный момент нашим государством не предусмотрена программа развития химической промышленности, что негативно сказывается на производителях.