

УДК 338.2

АНАЛІЗ РИНКУ ЛАКОФАРБОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ**Євсейцева О. С., Гришко М. В.**

Київський національний університет технологій та дизайну

У даній статті представлено динаміку розвитку українського ринку лакофарбових виробів протягом останніх декількох років, розглянуто причини зміни обсягів продажів продукції, акцентовано увагу на прогнози експертів щодо подальшої зміни кон'юнктури даного ринку.

Ключові слова: лакофарбна продукція, аналіз сучасного ринку, об'єм експорту, об'єм імпорту, ємкість ринку

Хімічний комплекс – один з провідних у структурі сучасної економіки України. Комплекс хімічних виробництв виготовляє продукцію для всіх основних галузей промисловості, транспорту, сільського господарства, оборони, побутового обслуговування та інших сфер діяльності. Він істотно впливає на рівень і темпи розвитку економіки в цілому. Найважливішим сектором хімічного комплексу України є лакофарбова промисловість, галузь застосування її продукції досить широка. Лакофарбові матеріали використовують для захисту та декоративного оздоблення різноманітних виробів із металів, деревини та пластмаси.

Постановка завдання

Метою даної роботи є зібрання і доповнення існуючих матеріалів на дану тематику і виведення комплексного аналізу ринку лакофарбової продукції в Україні.

Об'єкт та методи дослідження

Об'єктом дослідження є український ринок лакофарбових матеріалів. Серед статей науковців та дослідників, можна знайти численну кількість статей та публікацій, які проводяться на тему аналізу ринку лакофарбової продукції, дають оцінку окремим його гравцям, наводять тенденції та прогнози розвитку ринку на подальші роки. Данною тематикою займалися наступні експерти: Л. Колесова, С. В. Никифоровой, Л. Є. Довгань, І. А. Арєнкова Ж.. Ж.. Ламбена, Г. Л. Багєєва. Автори використовують різні підходи до аналізу і висвітлення ситуації на ринку.

Результати дослідження та їх обговорення

У докризовий період ринок лакофарбових матеріалів в Україні відносився до найбільш привабливого ринку, як у сегменті промислової, так і у сегменті будівельно-

декоративної продукції. Щорічний приріст виробництва лакофарбової продукції був на рівні 10-15%. За результатами 2003-2008 рр. темпи проросту виробництва лакофарбових матеріалів в Україні склали більш 50%. За підсумками минулого року зменшення обсягів виробництва лакофарбової продукції по відношенню до 2010 року склало 0,7 %, а до 2009 – 22,5%. У 2010 році на 35,8% знизилось виробництво ЛФМ в порівнянні з докризовим 2007 р. [1]. У січні-червні 2011 р. також спостерігається падіння виробництва на 0,3% (92,6 тис.т проти 92,9 тис.т).

На даний час в Україні виробляється близько двох тисяч найменувань лакофарбових матеріалів. У 2011 році ємність українського ринку склала 0,5 млн. тонн у натуральному вираженні і 1 млн. доларів США – у вартісному вираженні. Обсяг українського ринку лакофарбової продукції в порівнянні з країнами ЄС ще досить малий. Якщо в країнах Євросоюзу обсяги продажу фарб на душу населення сягають 12 кг, а в найбільш благополучних з них (наприклад, в Великобританії) – 20 кг, то в Україні в 2011-му році цей показник становив 4,4-4,5 кг [2].

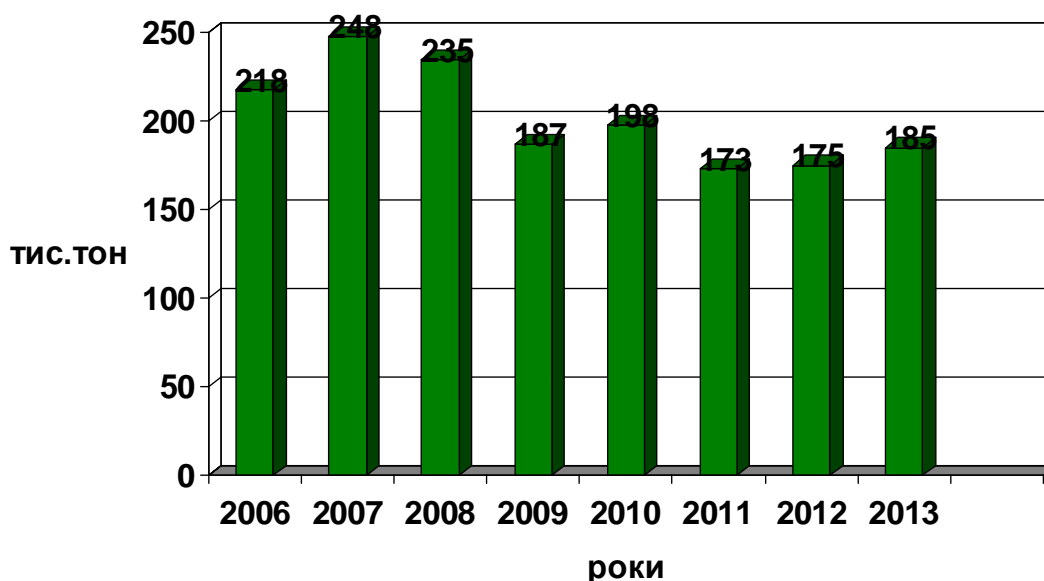


Рис. 1. Динаміка виробництва лакофарбових матеріалів в Україні в 2006-2013 рр.

Протягом 2009-2013 рр. показники обсягу виробництва ЛФМ не досягли значень років, котрі передували фінансово-економічній кризі 2008 р. і чіткої тенденції до його щорічного збільшення не простежується (рис. 1). Так, темп приросту виробництва ЛФМ у 2012 р. по відношенню до 2011 р. склав +1.1%, а в 2011 р. – -12.9% по відношенню до 2010 р., для 2010 р. цей показник був позитивним (+5.38%), у 2009 р. – негативним (-20.3%) [1].

Протягом останніх десяти років спостерігається зміна співвідношень ЛФМ на основі органічних розчинників та водно-дисперсійних ЛФМ: частка останніх у загальному виробництві лакофарбової продукції постійно зростає і на сьогодні становить 45.6%, а у 2004 р. і 2007 р. вона складала відповідно 23.5% і 32.2%. За даними Державної служби статистики України виробництво органорозчинних фарб за останні 10 років скоротилося у 1.6 разів (з 150 тис. т у 2004 р. до 94.9 тис. т у 2012 р.), тоді як водно-дисперсійних фарб зросло майже вдвічі (з 46.1 тис. т у 2004 р. до 79.4 тис. т у 2012 р.) [3]. Ринок водно-дисперсійних матеріалів за критерієм «ціна-якість» в 2012 р., тис. тонн (рис.2).

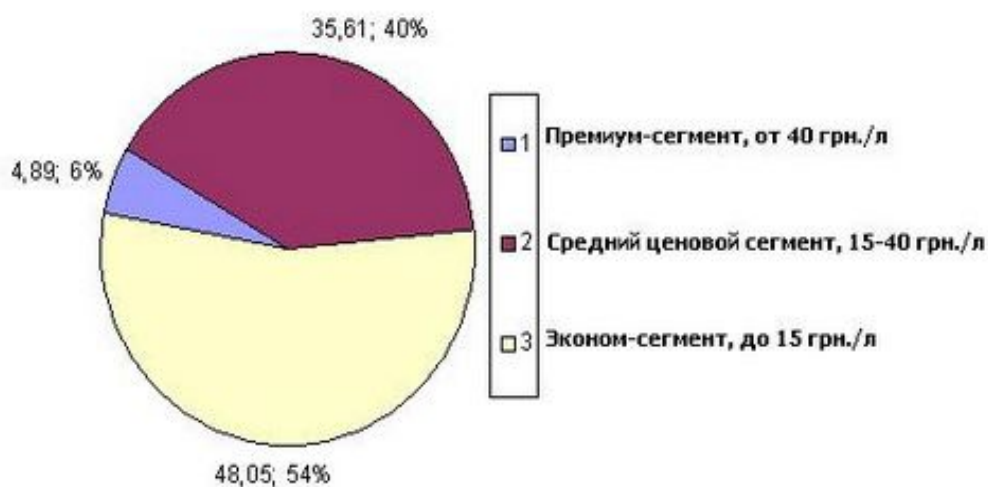


Рис. 2. Діаграма ринку водно-дисперсійних матеріалів

У 2010 році вітчизняний ринок лакофарбових матеріалів продовжував динамічно розширюватися. За підрахунками, ємність даного товарного ринку збільшилася на 12-15% – з 254 тис. т в 2009 році до 285 тис. т в 2008. П'ять років вітчизняний ринок лакофарби демонструє досить високі темпи приросту: у 2006 році приріст українського ринку ЛФМ становив 12-15%, в 2010 році – близько 10%, в 2011– близько 15%. При цьому фахівці відзначають, що найбільш динамічно в Україні розвивається сегмент водно-дисперсійних матеріалів. Найбільшим попитом в Україні користуються алкідні та водно-дисперсійні фарби: на перші припадає 55-60% загального ринку ЛФМ, а на другі – 30-35%. Частка ринку олійних і порошкових фарб оцінюють в 5-7% кожна. За останні 3-5 років склад українського ринку ЛФМ помітно розширився. Так, якщо в 2001 році виробництвом лакофарбових матеріалів займалися трохи більше 50 компаній, то до початку 2011 року на цьому ринку вже працювало понад 150 виробників фарб, у

тому числі – і великі міжнародні виробники фарб, що володіють власними виробничими потужностями в багатьох країнах Європи та світу.

Лідерство у продажу поки що впевнено утримує дніпродзержинська компанія ТОВ «ПП «Зіп» (ТМ «Зебра», Tigioga), яка виробляє близько 30 тис. тонн лакофарбової продукції на рік (близько 10% ринку). Секрет успіху дніпродзержинців – у побудові власних збутових структур у кожному регіоні. Це забезпечує компанії більшу рентабельність порівняно з конкурентами, що працюють з дилерами, субдилерами та незалежними оптовиками. Втім, і такі виробники рідко працюють з рентабельністю менш ніж 15%. Друге місце за охопленням ринку, на думку експертів, посідає польська «Снежка» – в Україні компанія щороку виробляє близько 25 тис. тонн лакофарбової продукції. Третє місце ділять компанії «Поліфарб Україна» і «Дніпропетровський лакофарбовий завод» (ДЛФЗ).

Збільшення числа виробників істотно загостило конкуренцію на вітчизняному ринку ЛФМ. Тому, починаючи з 2010-2011 рр., і виробники, і імпортери лакофарбової продукції перейнялися оптимізацією внутрішніх бізнес-процесів і стали більше уваги приділяти рекламної підтримки своєї продукції.

Важливим фактором формування внутрішнього ринку є імпорт лакофарбових матеріалів. За даними Державного комітету статистики України загальний обсяг імпорту ЛФМ з 2004 по 2008 рр. збільшився на 39,4%, з 40,9 до 57 тис.т. З 2009 р. спостерігається зменшення імпорту на 24,2%, до 42,4 тис.т у 2011 р.[4, 5].

Експорт становить 5% загального ринку ЛФМ в Україні (рис. 3). Загальний обсяг експорту лакофарбової продукції з України з 2004 по 2008 р. виріс на 23,9% з 9,2 до 11,4 тис.т. У 2010 р. в порівнянні з 2009 р., експорт ЛФМ зменшився на 24,6 до 8,6 тис.т, проте у 2011 р. спостерігається позитивна тенденція збільшення на 52,3% до 13,1 тис. т в порівнянні з 2010 р. [4, 5].

Таким чином, актуальним є забезпечення внутрішнього ринку України екологічно чистими ЛФМ вітчизняного виробництва за рахунок розробки водно-дисперсійних фарб з вітчизняних сировинних матеріалів, покриття на основі яких будуть мати високі експлуатаційні властивості при невисокій вартості.

Робота галузі у 2011 р. була ускладнена дефіцитом та значним здороженням сировинних компонентів для виробництва лакофарбових матеріалів, що привело до підвищення цін на готову продукцію. За різними оцінками на сьогоднішній день в Україні нараховуються не більш 70 реально працюючих лакофарбових виробників. У

період стагнації економіки, процес витиснення малих підприємств проходить дуже інтенсивно, але це зачепило і достатньо крупних виробників.

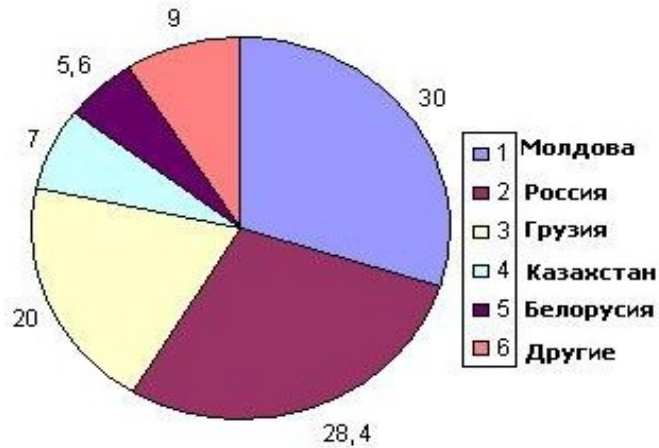


Рис. 3. Діаграма виробників-експортерів ЛФМ

Таблиця 1

Обсяги імпорту та експорту водно-дисперсійних ЛФМ у 2005-2012 роках

Рік	Імпорт, тис. д. ол.	Експорт, тис. дол.	Вартість імпорту дол\кг	Вартість експорту дол\кг
2005	22987	1293	1,28	0,76
2006	30230	792	1,33	0,79
2007	40896	1376	1,53	0,86
2008	45024	2303	1,73	0,96
2009	30176	1479	1,9	0,92
2010	32208	1865	2,1	0,98
2011	37550	2549	2,2	1,21
2012	42088	2428	2,4	1,28

Висновок

Аналіз сучасного стану ринку в Україні показав, що 70% попиту на лакофарбову продукцію задовольняється вітчизняними виробниками. Асортимент в основному представлений традиційними матеріалами, серед яких майже половину складають матеріали на основі алкідних плівкоутворювачів, зокрема, пентафталевих, що обумовлено насамперед їх властивостями, такими як, висока механічна міцність, адгезія, еластичність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Промисловість України у 2007-2010 роках. Статистичний збірник; за ред. Л.М. Овденко. – К.: Вид-во «ТОВ «Август Трейд», 2011. – 306 с.
2. Статистичний бюлетень Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень-грудень 2011 року. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Статистичний бюлетень Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень-грудень 2012 року. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Сумарний обсяг імпорту та експорту окремих підгруп товарів за кодами УКТЗЕД. – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/cstat/fl1/showstat>
5. Експорт / імпорт товарів за країнами світу за січень-грудень 2012 року. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Евсейцева Е. С., Гришко М. В.

Рынок лакокрасочной продукции Украины

В данной статье представлена динамика развития украинского рынка лакокрасочных изделий в течение последних нескольких лет, рассмотрены причины изменения объемов продаж продукции, акцентировано внимание на прогнозы экспертов относительно дальнейшего изменения конъюнктуры данного рынка.

Ключевые слова: лакокрасочная продукция, анализ современного рынка, объем экспорта, объем импорта, емкость рынка

Yevseytseva O. S., Grishko M. V.

Market analysis paint products Ukraine

This paper presented the dynamics of the Ukrainian market of paints and products over the last few years, considered the causes of changes in the volume of sales, attention is accented on the experts forecasts about future fluctuations of the market.

Keywords: paint products, analysis of the current market, export content, import content, market volume