

УДК 667.6

О.Г.Клевчук,

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

СУЧАСНИЙ РИНОК ЛАКОФАРБОВИХ МАТЕРІАЛІВ

На сьогодні ринок лакофарбової продукції України характеризується наявністю великої пропозиції та значною асортиментною шириною. Споживач опиняється перед вибором не лише виду чи типу товару, але й країни виробника, цінового діапазону та, відповідно, якості ЛФМ.

На сьогоднішній день ринок лакофарбової продукції України характеризується наявністю великого пропозиції та значною асортиментною шириною. Споживач опиняється перед вибором не тільки виду чи типу товару, але й країни виробника, цінового діапазону та, відповідно, якості ЛФМ.

For today the market of paints of Ukraine is characterized the presence of large suggestion and considerable assortment width. An user appears before a choice, not only kind or as a commodity but also country of producer, price range, and according to quality of paints.

Ключові слова: ринок ЛФМ, водно-дисперсійні фарби, фарби на органічних розчинниках, експорт, імпорт ЛФМ.

Наразі вітчизняний виробник перебуває у досить скрутних умовах, а це, враховуючи величезну кількість імпортованих товарів-аналогів, які, як правило, є більш технологічно довершеними, ставить лакофарбову промисловість України у важке становище.

Згідно з даними Державної служби статистики України до 2011 року включно, загальна кількість виробленої лакофарбової продукції не змогла досягти докризового рівня [3].

Особливості кон'юктури ринку лакофарбових матеріалів, зміни та тенденції в хімічній промисловості загалом, за останні роки регулярно висвітлювались спеціалістами аналітичного видання «Хім-Кур'єр» В.Черновою, І.Марченковим, К.Шиховим, а також професором КПІ В.А.Свидерським та професором КНТЕУ Т.А.Караваєвим.

З праць вищезазначених авторів можна визначити, що проблема дослідження українського ринку лакофарбових матеріалів полягає у певних розбіжностях та неможливості, наразі, повного охоплення потрібної інформації, Державною службою статистики України, відсутності чітких меж між товарами які відносяться до лакофарбових матеріалів, і товарами, які використовуються як сировина для них, чи сухими будівельними сумішами [7]. Також аналітичними дослідженнями щодо ринку лакофарбових матеріалів регулярно займається державне підприємство «Черкаський НДІТЕХІМ».

У часи колишнього СРСР Україна була найбільшим виробником та постачальником лакофарбових матеріалів серед радянських республік, а обсяг виробленої лакофарбової продукції часом перевищував 600 тис. тон. [7]. З набуттям незалежності України ситуація на цьому ринку дещо змінилася, виробничі потужності почали скорочуватись, а продукція не витримувала конкуренції імпортованих товарів. Проте з початком другого тисячоліття ця галузь промисловості стала поступово відроджуватись.

До кризи у 2008 році український ринок ЛФМ знову почали відносити до найбільш привабливих у сегментах як промислової, так і будівельно-декоративної

продукції. Щорічний приріст виробництва лакофарбових матеріалів в Україні перебував на рівні 10–15 %. За 2002–2008 рр. темпи приросту становили близько 50 %. [1].

Починаючи з 2000 р., характерним для галузі стало масштабне відкриття на території України європейських виробництв лакофарбової продукції, яскравий приклад – «Снежка-Україна». У нашій країні виробництво з залученням польських інвестицій компанії «Sniezka» було організовано більше десяти років тому, а станом на сьогодні продукція цієї фірми займає 20% ринку усіх лакофарбових матеріалів України. Наразі цей показник є найвищим порівняно з іншими виробниками ЛФМ, тобто більша частина виробленої лакофарбової продукції належить ТзОВ «Снежка-Україна».

Також значна ніша українського ринку ЛФМ належить ТОВ ПП «ЗІП». За підсумками 2011 року відсоткова частка продукції цього підприємства сягала 15%. На противагу ТзОВ «Снежка-Україна», ТОВ ПП «ЗІП» – це винятково українське підприємство.

Решта виробничих потужностей, які займаються виробництвом ЛФМ в Україні, належить майже трьом сотням підприємств, з яких найбільш доцільно виділити такі як ДП «Капарол Україна», ТОВ «Азо Нобель Декор Україна», ТОВ «Мефферт ганза фарбен», «Поліфарб Україна», ТОВ «Тіккуріла» [7].

Якщо проаналізувати динаміку розвитку лакофарбової галузі в Україні за даними Державної служби статистики за 2001-2011 рр., можна дійти висновку, що виробництво лаків і фарб поступово розвивається, а найбільший після кризовий зріст спостерігався у 2010 році (5,9% до 2009).

Щодо кількісних показників, то необхідно зазначити, що виробництво водно-дисперсних фарб та фарб на основі органічних розчинників за останні роки все ще не може наблизитись до передкризового рівня. Хоча тенденція збільшення обсягу виробництва все ж таки притаманна водно-дисперсним фарбам (рис. 1).

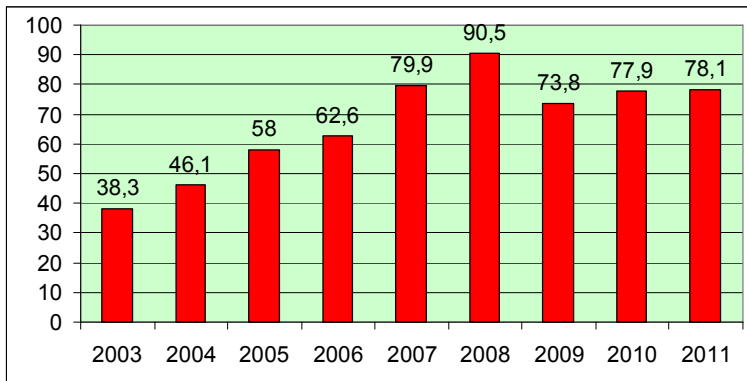


Рис. 1. Динаміка розвитку виробництва водно-дисперсних фарб в Україні за 2003-2011 рр., тис. тонн

Зміни в структурі ЛФМ на сьогодні стають все помітнішими, оскільки попри ціну, вагому роль у виборі товарів даної галузі відіграє екологічний фактор. Водно-дисперсні фарби є більш екологічними та нешкідливими для здоров'я

людини порівняно з фарбами на основі органічних розчинників (рис. 2) [5].

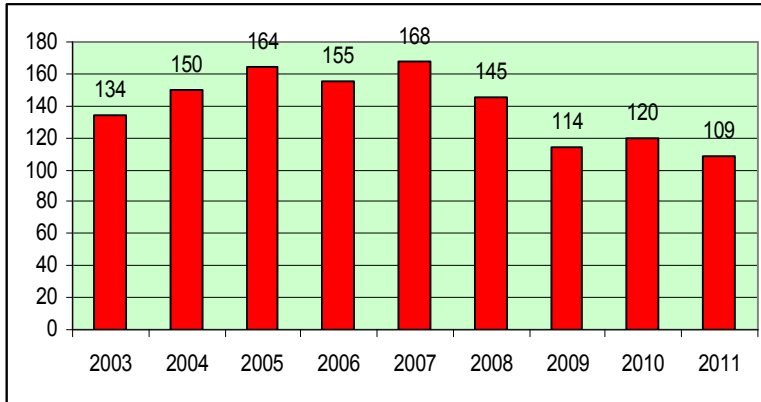


Рис. 2. Динаміка розвитку виробництва фарб на основі органічних розчинників в Україні за 2003-2011 рр., тис. тонн

З вищенаведених діаграм стає зрозуміло, що водо-дисперсні фарби займатимуть основне місце у майбутньому лакофарбової промисловості.

Однією з проблем, які стоять на заваді реальній оцінці стану ринку ЛФМ в Україні, є те, що існують певні перепони у підрахунку реальних показників виробництва, а також експорту та імпорту в цій галузі. На цій проблемі наголошує В.Чернова (періодичне видання «Хим-Курьер»): «За даними офіційних джерел, в Україні виробляють близько 180-185 тис. тонн лакофарбових матеріалів. Але фактично виробництво є більш значним. У 2011 році в Україні було вироблено практично 240 тис. тонн ЛФМ всіх груп» [7]. Автор пов'язує таке явище з тим, що показники приватних підприємств та акціонерних товариств закритого типу майже не враховуються Державною службою статистики.

Фактором, який певною мірою спотворює імпортно-експортні показники, є те, що українські виробники ЛФМ зацікавлені у виробництві продукції для задоволення потреб населення більше, ніж у виробництві ЛФМ для виробничих потреб. Це викликано тим, що великі виробники автобудівної, суднобудівної та інших стратегічно-важливих галузей лобіюють зниження митних зборів на ЛФМ для фарбування своєї продукції. Це ставить лакофарбову промисловість України у дещо скрутну ситуацію і призупиняє її розвиток, оскільки вітчизняним підприємствам стає вигідніше імпортувати сировину для виробництва ЛФМ, ніж виробляти її самотужки (рис. 3 і 4).

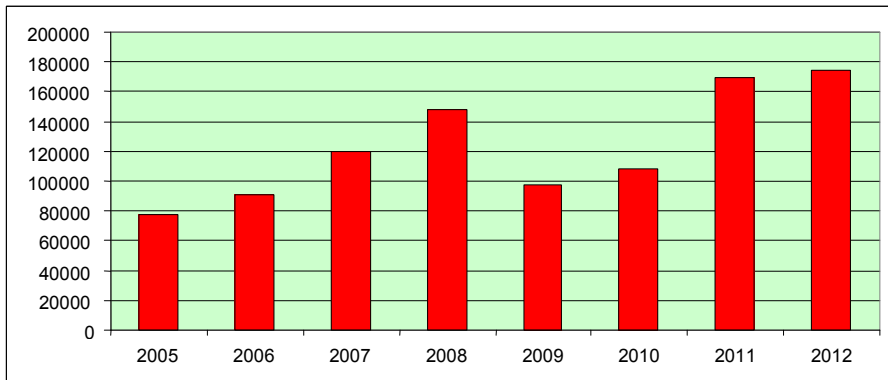


Рис 3. Обсяги імпорту ЛФМ за 2005-2012 рр., тис. доларів США

На українському ринку імпортованих лакофарбових матеріалів переважають в основному великі європейські виробники, які характеризуються розгалуженою дилерською мережею. Найбільші імпортери ЛФМ в Україну на сьогодні: SADOLIN, OIKOS (Італія), DUFA, CAPAROL, FEIDAL, PINOTEX, STO (Німеччина), BECKERS, VIVACOLOR (Швеція), MARSHALI (Туреччина), ESKARO (Естонія), HELIOS (Словенія).

Ринками, на які експортується вітчизняна лакофарбова продукція, є переважно Росія, Казахстан, Молдова та Білорусія. У відсотковому значенні це можна прослідкувати з рис. 5.

Щодо експорту фарб та лаків на основі неорганічних розчинників, то можна зазначити, що основні споживчі ринки залишаються тими ж, відповідно: Росія споживає 34,94%, Молдова – 21,76%, Казахстан – 20,67%, решта припадає на інші країни [2].

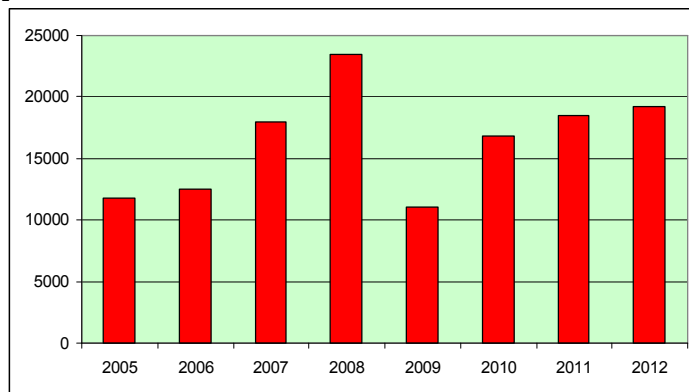


Рис 4. Обсяги експорту ЛФМ за 2005-2012 рр., тис. доларів США

Основними ж споживачами ЛФМ в Україні є підприємства які займаються будівництвом (45%), підприємства, які надають ремонтні послуги (15%), приватні особи (15%), інші споживачі (20%) [4].

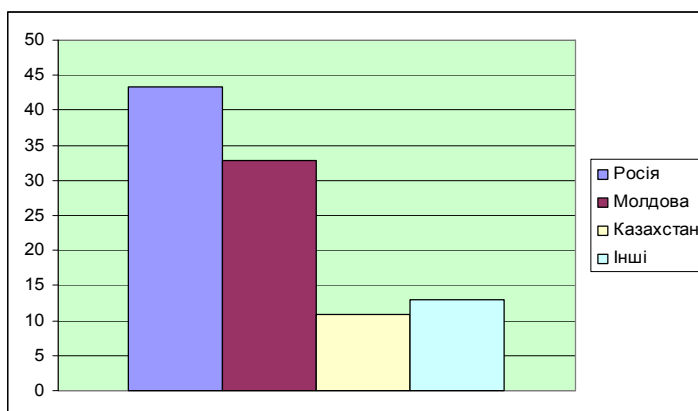


Рис 5. Найбільші імпортери вітчизняних водно-дисперсних ЛФМ за 2012 р., %

Отже, українська лакофарбова промисловість зазнала значних збитків внаслідок світової економічної кризи 2008 року. Підприємства які пережили значні суспільні й економічні зміни, ледь оговтавшись, зазнали значного випробування. Про це свідчать як динаміка обсягів виробництва, яка за останні роки не характеризується особливою жвавістю, так і значна перевага імпортованої продукції над експортованою.

Український споживач вже достатньо зміг оцінити переваги водно-дисперсних фарб, прикладом цього є зміни в структурі обсягів виробництва, проте ринок ЛФМ ще недостатньо насичений цим видом продукції. Основною проблемою лакофарбової галузі в українській промисловості залишається проблема насичення ринку імпортними товарами, а також відсутність стимулів до переходу на власну сировинну базу.

Провівши наше дослідження, потрібно зауважити, що Україна має досить високий інвестиційний потенціал у лакофарбовій галузі, яскравим прикладом цього є низка підприємств з закордонними інвестиціями, таких як «Снежка-Україна», «Тіккуріла», які за короткий час змогли не лише зайняти свою нішу на ринку, але й здобути лідерство.

Список використаних джерел:

1. Бойко, Н. Цветной бизнес [Текст]/ Н. Бойко // Строительство и реконструкция. – 2010. – № 8. – Режим доступа : <http://www.stroy-ua.net/>
2. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua/>
3. Осавуленко, О.Г. Статистичний щорічник України за 2011 рік [Текст]/ О.Г. Осавуленко – К. : Державна служба статистики України, – 2012.
4. Піддубна, Т. Я. Розвиток виробництва лакофарбових матеріалів в Україні [Текст] / Т. Я. Піддубна // Вісник КНУТД – 2010 №3 : Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. – С. 12-17.
5. Свидерский, В. А. Состояние, структура и перспективы развития лакокрасочной промышленности в Украине [Текст] / В. А. Свидерский, Т. А. Караваев // Лакокрасочные материалы и их применение, – 2010. – № 9. – С. 8-16.
6. Сумарний обсяг імпорту та експорту окремих підгруп товарів за кодами УКТЗЕД – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua/>
7. Чернова, В. Рынок ЛКМ Украины: факты – вещь упрямая [Текст] / В. Чернова // Хим-Курер, – 2012. – № 13. – С. 60-62.