

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛАКОФАРБОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Гут Л.В., Банах Г.В.

Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Сучасний ринок лакофарбової продукції характеризується наявністю великої пропозиції та широкого асортименту. Однак тенденції його розвитку характеризуються певними особливостями. Зокрема, вони проявляються у динаміці та структурі виробництва лакофарбових матеріалів (ЛФМ), обсязі імпорту та експорту тощо.

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

Постановка проблеми. Лакофарбовий сектор хімічної промисловості розвивається досить стабільно: постійно оновлюється асортимент лакофарбових матеріалів, а сфери їх застосування розширюються. Динамічність ринку водно-дисперсійних ЛФМ, наявність значної кількості виробників зумовлюють певну складність аналізу інформації та відстеження тенденцій його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемним аспектам розвитку ринку лакофарбової продукції, зміни та тенденції в хімічній промисловості загалом, присвячені праці багатьох науковців та аналітиків: Т. Караєвим, І. Марченковим, В. Сви́дєрським, В. Черновою, К. Шиховим тощо.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим, узагальнення наукових і прикладних розробок з цієї проблематики свідчать, що залишаються недостатньо досліджуваними, такі найактуальніші питання, як дослідження ринку ЛФМ в Україні через наявність певних розбіжностей та неможливості повного охоплення інформації, відсутності чітких меж між товарами, які відносяться до ЛФМ, і товарами, які використовуються як сировина для них.

Мета статті полягає у комплексному науковому і практичному висвітленні проблемних питань становлення та розвитку ринку ЛФМ в Україні.

Виклад основного матеріалу. Світовий ринок ЛФМ оцінюють у 83 млрд. дол. США. Поділ ринку за галузями використання в кожному регіоні практично однаковий: домінують архітектурні ЛФМ – їх частка складає близько 50%, частка індустриальних ЛФМ становить близько 35%, спеціального призначення – 15% [7].

Водно-дисперсійні ЛФМ займають тільки 25% світового ринку, ЛФМ на основі органічних розчинників поки що переважають. Об'єми використання водно-дисперсійних матеріалів залежать від регіону та сфери застосування. В Північній Америці та Європі водно-дисперсійні ЛФМ домінують в багатьох галузях, тоді як азіатські підприємства продовжують використовувати переважно органорозчинні системи. Проте тенденція до переходу на використання водно-дисперсійної лакофарбової продукції простежується в усьому світі й одержує підтримку керівництв і асоціацій всіх країн [2, с. 20].

Контрольно-наглядові органи влади країн світу постійно встановлюють жорсткі обмежувальні вимоги щодо вмісту летких органічних сполук (ЛОС). Сьогодні в країнах ЄС діють дві директиви щодо обмеження вмісту ЛОС [1]:

- Директива 1999/13/ЄС щодо викидів органічних розчинників у навколишнє середовище (SED). Директива діє з 2007 р., визначає порогові значення викидів для 20 різноманітних категорій «установак», котрі використовують органічні розчинники.

- Директива 2004/42/ЄС щодо лакофарбової продукції (PD або DECO). Директива з 2010 р. ввела в дію нові обмеження щодо вмісту ЛОС в певних продуктах і матеріалах, виділила 12 підкатегорій, яким присвоєні максимальні порогові значення вмісту ЛОС, і більшість захисних лакофарбових покриттів потрапляє в підкатегорії і та j.

Виконання норм, затверджених цими законодавчими актами, викликає необхідність зменшення вмісту органічних розчинників у ЛФМ у 2–13 разів (залежно від виду ЛФМ та сфери його застосування), що мотивує виробників переходити на випуск композицій на водній основі.

Характерною тенденцією на ринку ЛФМ є зростання попиту на водно-дисперсійні фарби. Значні переваги яких обумовлюються відсутністю у їх складі органічних розчинників (толуолу, ксилолу, уайт-спіриту, ацетону), що негативно впливають на навколишнє середовище та здоров'я споживачів, зручність у використанні, можливість полімеризації при кімнатній температурі, високими експлуатаційними властивостями покриттів тощо [8, с. 53–54]. Наразі вітчизняний виробник перебуває у досить скрутних умовах, а це, враховуючи величезну кількість імпортованих товарів-аналогів, які є більш технологічно довершеними, ставить лакофарбову промисловість України у важке становище.

У часи Радянського Союзу Україна була найбільшим виробником та постачальником ЛФМ серед радянських республік, а обсяг виробленої лакофарбової продукції часом перевищував 600 тис. тонн на рік [5, с. 13]. 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 почала поступово відроджуватись. Майже півтора десятиліття тому, а, точніше, в 1998 р. більшість галузей української промисловості почали змінюватися. Лакофарбове виробництво не було винятком. Випуск ЛФМ після різкого падіння в 1998 р. почав зростати в 2000 р., але позиції основних постачальників даної продукції на ринку змінилися.

До кризи у 2008 році український ринок ЛФМ знову почали відносити до найбільш привабливих у сегментах як промисловості, так і будівельно-декоративної продукції. Щорічний приріст ЛФМ в Україні перебував на рівні 10–15 %. За 2002–2008 рр. темпи приросту становили приблизно 50 % [6]. Зараз досить складно визначити, скільки коштів інвестувало кожне підприємство в розвиток лакофарбового бізнесу в Україні. Оскільки: обсяг коштів багато в чому залежав від того, яку групу фарби воно випускає, якої якості, яке при цьому використовується виробниче обладнання, яка стратегія розвитку бізнесу, чи здійснювалася на

підприємстві послідовна модернізація виробництва тощо. В Україні є підприємства, в які було вкладено не більше 50 тис. доларів, а є такі на розвиток яких було витрачено більше 1 млн євро. Якщо проаналізувати інвестування галузі, то практично половина підприємств, так чи інакше, але розвивається за підтримки іноземних інвесторів. Причому до них належать як лідери ринку, так і невеликі виробництва. Наприклад, навіть з п'яти основних виробників троє завжди можуть розраховувати на інвестиції ззовні.

Слід зазначити, що до 2008 р. в лакофарбову галузь постійно вкладали іноземні інвестори капітал, як мінімум раз на рік в Україні відкривалося нове або купували вже діюче виробництво всесвітньо відомі компанії (наприклад «Tikkurila», яка придбала «Фарби Колорит», або «Saraol», побудувала новий завод в Дніпропетровській області). Але в 2008 р. ця тенденція змінилася. Іноземні інвестори почали залишати Україну. У 2009–2010 рр. «Akzo Nobel» (завод «Хімпрогрес») і PPG (підприємство «Поліфарб Україна») продали свою частку бізнесу українським співвласникам. Однак такі явища не набули масштабного характеру. Рішення, які були прийняті іноземною стороною, були викликані змінами в стратегії розвитку компаній, які володіли бізнесом в Україні. А оскільки «Хенкель Україна» почала розвивати виробництво ЛФМ в Україні, ймовірно, іноземним інвесторам слід знову звернути свою увагу на вітчизняний ринок.

Починаючи з 2000 р., характерним для галузі стало масштабне відкриття на території України європейських виробництв лакофарбової продукції, серед них «Снежка-Україна». У нашій країні виробництво з залученням польських інвестицій компанії «Sniezka» було організовано більше десяти років тому, а станом на 2013 р. продукція цієї фірми займає 20% ринку ЛФМ України. Наразі цей показник є найвищим порівняно з іншими виробниками ЛФМ, тобто більша частина виробленої лакофарбової продукції належить ТОВ «Снежка-Україна».

Також значна ніша українського ринку ЛФМ належить ТОВ ПП «ЗІП». За підсумками 2011–2013 рр. відсоткова частка продукції цього підприємства досягла 15%. На протигагу ТОВ «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 «Меффент ганза фарбен», «Поліфарб Україна», ТОВ «Тіккуріла», «Хенкель» тощо [13].

Якщо проаналізувати динаміку розвитку лакофарбової галузі в Україні за даними Державної служби статистики за 2004–2012 рр., то можна дійти висновку, що виробництво лаків та фарб поступово розвивається. Статистика виробництва ЛФМ в Україні свідчить про зменшення темпів росту в галузі. Загальний обсяг виробництва ЛФМ у 2012 р. збільшився на 1,1% порівняно з 2011 р. (з 172,4 до 174,3 тис. т), проте цей показник значно менший, ніж у 2004–2008 рр. (рис. 1).

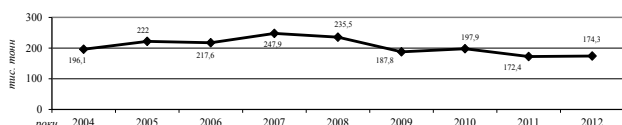


Рис. 1. Динаміка виробництва ЛФМ в Україні в 2004–2012 рр.

Джерело: [6; 8; 11]

Протягом 2009–2012 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. 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%.

За останні десять років спостерігається зміна співвідношень ЛФМ на основі органічних розчинників та водно-дисперсійних ЛФМ частка останніх у загальному виробництві лакофарбової продукції постійно зростає і 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 2002–2012 рр. 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.) (рис. 2).

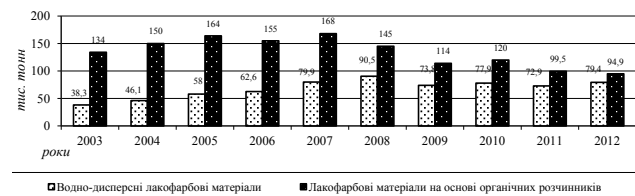


Рис. 2. Динаміка та структура виробництва ЛФМ в Україні за видами дисперсного середовища в 2003–2012 рр.

Джерело: [6; 8; 9]

Проте слід зазначити, що на відміну від вітчизняного ринку, у країнах ЄС частка водно-дисперсійних фарб у структурі виробництва ЛФМ сьогодні становить 80–85%, а виробництво фарб на основі органічних розчинників не перевищує 10–30% загального обсягу [9, с. 54]. Зміни в структурі ЛФМ 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 [10].

Однією з проблем, яка стоїть на заваді реальній оцінці стану ринку ЛФМ в Україні, є те, що є певні перепони у підрахунку реальних показників виробництва, а також експорту та імпорту в цій галузі. На цій проблемі наголошує експерт даного ринку В. Чернова (періодичне видання «Хім-Кур'єр»): «За даними офіційних джерел, в Україні виробляють близько 180–185 тис. т ЛФМ на рік, але фактичний випуск фарби значно вищий. У 2012 р. в Україні виробили практично 240 тис. т ЛФМ всіх груп» [13]. Пов'язуємо таке явище з тим, що фактично весь лакофарбовий бізнес – приватний і показники приватних підприємств та акціонерних товариств закритого типу майже не враховуються Державною службою статистики України. При цьому ці підприємства не завжди є дрібними несистемними гравцями на ринку ЛФМ. В Державну службу статистики не потрапляють дані навіть такого підприємства як «Хенкель Україна», а воно не тільки активно розвиває своє виробництво, а й розширює асортимент, відповідно до європейських стандартів якості та екологічної безпеки.

І якщо обсяги українського виробництва не враховані повністю, то поставки імпортованої продукції, навпаки, завжди переоцінюються. Діюча зараз в

Україні класифікація товарів відповідає європейській, але далеко не вся продукція декларується вірно. Через цю плутанину здається, що частка імпорту на ринку сягає майже 50%. Однак вона значно менша (рис. 3). Практично з 160 тис. т продукції, ввезеної в Україну, згідно з кодами, які відносяться до лакофарбової продукції, тільки 67 тис. т – ЛФМ. Все інше – це сировина для виробництва фарби або ж сухі будівельні суміші.

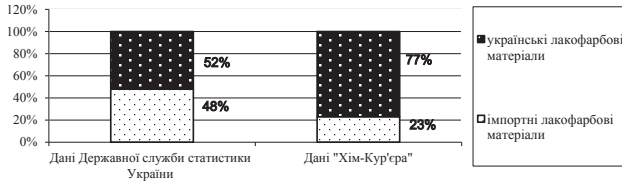


Рис. 3. Обсяги ринку лакофарбової продукції в Україні в 2012 р.

Джерело: [9; 11; 13]

Фактором, який певною мірою створює імпорто-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 лобюють 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 самотужки (рис. 4 та 5).

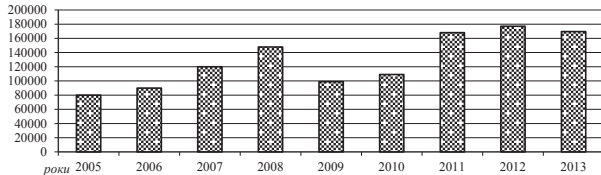


Рис. 4. Обсяги імпорту ЛФМ в Україну за 2005-2013 рр., тис. доларів США

Джерело: [12]

З рис. 4 видно, що обсяги імпорту ЛФМ в Україну за 2005-2013 рр. мають циклічну тенденцію. З 2005 р. по 2008 р. спостерігається ріст з 80 тис. дол. до 150 тис. дол., а з 2009 р. по 2012 р. імпорт зріс відповідно з 100 тис. дол. до 179 тис. дол. і в 2013 р. знову йде на спад – 170 тис. дол. Загалом загальний обсяг імпорту ЛФМ у натуральному вимірі з 2005-го по 2012 р. зріс на 46%, що, на нашу думку, значною мірою пов'язано із проведенням різноманітних будівельно-ремонтних робіт при підготовці до Євро-2012 (рис. 5).

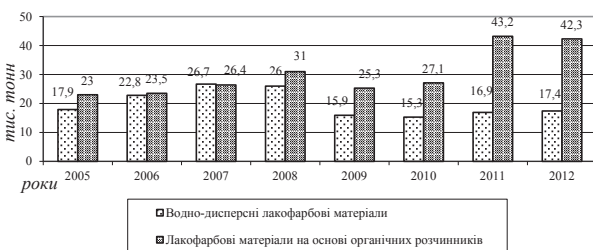


Рис. 5. Динаміка імпорту ЛФМ за видами дисперсного середовища у 2005-2012 рр.

Джерело: [12]

Щодо змін у структурі імпорту лакофарбової продукції за видами дисперсного середовища, то слід зазначити, що тенденція до збільшення частки водно-дисперсійних фарб у загальному обсязі імпорту ЛФМ прослідковувалася протягом 2005-2007 рр. (з 43,8% у 2005 р. до 50,3% у 2007 р.), а з 2008-го по 2012-й рр. їх частка щорічно зменшувалася і у 2012 р. становила 29,1%.

На нашу думку, така ситуація не в останню чергу склалася у зв'язку із затвердженням у 2007 р. та 2010 р. вище зазначених директив ЄС: європейські країни – головні імпортери ЛФМ в Україну – перейшли переважно на використання водно-дисперсійних фарб та почали в більших кількостях імпортувати до країн СНД фарби на основі органічних розчинників.

На українському ринку імпортованих ЛФМ переважають в основному великі європейські виробники, які характеризуються розгалуженою дилерською мережею. Найбільшими імпортерами лакофарбової продукції в Україну сьогодні є: Sadolin, Oikos (Італія), Dufa, Caparol, Feidal, Pinotex, STO (Німеччина), Beckers, Vivacolor (Швеція), Marshalli (Туреччина), Eskaro (Естонія), Helios (Словенія).

Протягом останніх десяти років лакофарбова продукція виробництва цих країн займає лідируючі позиції у структурі імпорту водно-дисперсійних ЛФМ в Україні. У 2012 р. найбільше водно-дисперсійних фарб було імпортовано з Німеччини – 4,12 тис. т, що становило 23,7%, на суму 10686,9 тис. дол. США, Польщі – 2,66 тис. т (15,3%) на суму 4407,9 тис. дол. США та Фінляндії – 1,81 тис. т (10,4%) на суму 5426,9 тис. дол. США. Частка імпорту з Естонії, Нідерландів, Італії, Швеції, Словаччини, Великобританії була приблизно однаковою – від 4,5 до 4,9%, частка інших країн-імпортерів водно-дисперсійних ЛФМ склала від 3% і нижче (рис. 6).

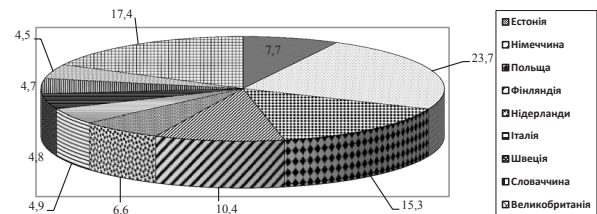


Рис. 6. Структура імпорту водно-дисперсійних ЛФМ у 2012 р., %

Джерело: [3; 4]

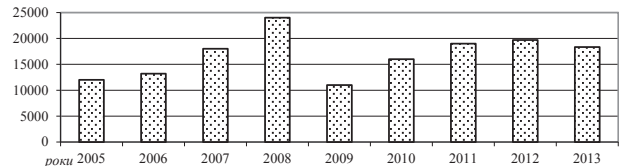


Рис. 7. Обсяги експорту ЛФМ України за 2005-2013 рр., тис. доларів США

Джерело: [3; 4]

З рис. 7 прослідковується така ж тенденція розвитку експорту обсягів ЛФМ України, як і в імпорті за досліджуваний період. Зростання бачимо з 2005 р. по 2008 р. та з 2009 по 2012 р. і в 2013 р. знову йде на спад. Протягом 2005-2008 рр. на ринку водно-дисперсійних ЛФМ спостерігалася щорічне збільшення обсягів імпорту, після кризового 2008 р. обсяги імпорту значно зменшилися й до сьогодні не досягли найбільших показників докризового періоду. Обсяги експорту водно-дисперсійних ЛФМ

значно відрізняються від обсягів імпорту. Так у 2009-2012 рр. об'єми імпорту перевищували об'єми експорту у 20, 17, 14 та 16,5 разів відповідно (рис. 8).



Рис. 8. Динаміка експорту ЛФМ за видами дисперсного середовища у 2005-2012 рр.

Джерело: [3; 4]

Загальний обсяг експорту вітчизняних ЛФМ з 2005-го по 2008-й рр. зріс на 23,9%, а в 2009 р. у порівнянні з 2008 р. скоротився на 24,6% внаслідок нестабільного економічного становища. А вже у 2010-2012 рр. обсяги експорту були значно більшими порівняно з 2009 р. Також слід зазначити, що об'єми експорту водно-дисперсійних фарб протягом 2010-2012 рр. майже не змінюються.

Ринками, на які експортується вітчизняна лакофарбова продукція, є переважно Росія, Казахстан, Молдова та Білорусія. У відсотковому вимірі це можна прослідкувати на рис. 9.

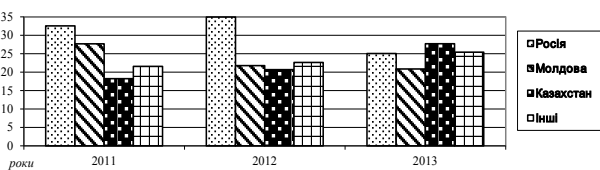


Рис. 9. Найбільші імпортери вітчизняних водно-дисперсійних ЛФМ у 2011-2013 рр., %

Джерело: [3; 4]

Щодо експорту фарб та лаків на основі неорганічних розчинників, то можна зазначити, що основні споживчі ринки у 2013 рр. залишаються тими ж, відповідно: Росія за 2011-2012 рр. споживала на рівні 32,5-35,0%, лише у 2013 р. – 25,0%; Молдова – від 27,67 % у 2011 р. до майже 21% у 2013 р.; Казахстан – від 18,23 % у 2011 р. до майже 29 % у 2013 р., решта (від 22,0 % у 2011 р. до 25,5 % у 2013 р.) припадає на інші країни. Таким чином, актуальним є забезпечення внутрішнього ринку України екологічно чистими ЛФМ вітчизняного ви-

робництва за рахунок розробки водно-дисперсійних фарб з вітчизняних сировинних матеріалів, покриття на основі яких будуть мати високі експлуатаційні властивості при невисокій вартості.

У 2012 р. обсяг реалізованої лакофарбової продукції склав 2329,3 млн грн, що становить 3,51% від обсягу реалізації продукції хімічної промисловості. Пропозиція на ринку водно-дисперсійних ЛФМ протягом аналізованого періоду формувалася переважно за рахунок виготовленої в Україні продукції (табл. 1). У 2012 р. сегмент водно-дисперсійних фарб зріс на 8,2% (до 94,9 тис. т), порівняно з 2011 р. При цьому у 2012 р. частка вітчизняної продукції у структурі пропозицій (94,9 тис. т) становила 81,6% загальною вартістю 2,428 млн дол. США при середній вартості водно-дисперсійних ЛФМ 1,28 дол. США за кілограм, імпортованої – 18,4% загальною вартістю 42,088 млн дол. США при середній вартості водно-дисперсійних ЛФМ 2,4 дол. США за кілограм. Частка імпорту в структурі пропозицій постійно знижується, так за останні сім років вона зменшилася на 8,6% (з 27% у 2006 р. до 18,4% у 2012 р.).

Проте, водно-дисперсійні фарби, вироблені в Україні, вітчизняними можна назвати умовно, тому що їх виробництво зводиться до змішування компонентів водно-дисперсійної композиції з водою і фасування отриманих фарб у споживчу тару на дочірніх підприємствах іноземних компаній з імпортованої сировини.

Сьогодні характеризується інтеграцією України у Світове співтовариство з корінною реорганізацією економіки, управлінням ринкових відносин, трансформацією взаємозв'язків в усіх сферах господарської діяльності. До пріоритетних напрямків екологічного та соціального розвитку належать екологізація технологій в промисловості, підвищення якості готової продукції і наближення її до європейських стандартів.

Протягом останніх п'яти років Європейським Союзом було введено в дію ряд нормативно-правових документів, що підвищили вимоги до якості та безпечності ЛФМ. Як наслідок, відбулися зміни у структурі виробництва та споживання ЛФМ у країнах ЄС: частка виробництва водно-дисперсійних ЛФМ зросла до 80-85%, а споживання до 70-90%. Структурні зміни, що відбулися у виробництві та споживанні ЛФМ в Україні також спрямовані на зниження частки фарб на органічних розчинниках і зростанні водно-дисперсійних, проте вони не досягли рівня розвитку європейського ринку ЛФМ. Однією з проблем лакофарбової промисловості являється нестабільність ринку вітчизняної сировини.

Таблиця 1

Ємність національного ринку водно-дисперсійних ЛФМ

Показник	Рік							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Виробництво, тис. т	58	62,6	79,9	90,5	73,8	77,9	72,9	79,4
– у т.ч. експорт	1,7	1	1,6	2,4	1,6	1,9	2,1	1,9
Імпорт, тис. т	17,9	22,8	26,7	26	15,9	15,3	16,9	17,4
Ємність ринку, тис. т	74,2	84,4	105	114,1	88,1	91,3	87,7	94,9
Ріст ємності ринку, %	–	13,7	24,4	8,7	-22,8	3,6	-3,9	8,2
Частка експорту у виробництві, %	2,9	1,6	2	2,7	2,2	2,4	2,9	2,4
Частка вітчизняної продукції у структурі пропозицій, %	75,9	73	74,6	77,2	82	83	81	81,6
Частка імпортованої продукції у структурі пропозицій, %	24,1	27	25,4	22,8	18	17	19	18,4

Джерело: [3; 4; 6; 8; 11; 12]

Значна частина місцевої сировини, яка може бути використана для виробництва ЛФМ (це насамперед білі наповнювачі, такі як каоліни та карбонати, використання яких у рецептурах ЛФМ значно знижують собівартість продукції), вивозиться за межі України. В той час як вітчизняні виробники ЛФМ використовують переважно імпортовану сировину, що коштує значно дорожче.

Висновки і пропозиції. Українська лакофарбова промисловість зазнала значних збитків внаслідок світової економічної кризи 2008 року. Підприємства, які пережили значні суспільні й економічні зміни зазнали значного випробування. Про це свідчить як динаміка обсягів виробництва, яка за останні роки не характеризується особливим ростом, 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. Проте варто зауважити, що Україна має досить високий інвестиційний потенціал у лакофарбовій галузі, прикладом цього є низка підприємств із іноземними інвестиціями, таких як «Снежжа-Україна», «Тіккуріла», які за короткий час змогли не лише зайняти свою нішу на ринку, але й здобути лідерство.

Таким чином, оцінюючи перспективи розвитку ринку водно-дисперсійних ЛФМ в Україні, можна прогнозувати подальше збільшення їх частки у структурі виробництва та споживання лакофарбової продукції. Водно-дисперсійні ЛФМ швидкими темпами витіснятимуть органорозчинні з традиційних сфер їх використання: водно-дисперсійні ЛФМ масово використовуватимуть не тільки в будівництві та ремонтних роботах, а й у машино-, корабле-, мостобудуванні, фарбуванні інших промислових виробів. Тому вітчизняним виробникам водно-дисперсійних ЛФМ для посилення своєї конкурентної позиції актуальною є розробка концепції формування якості водно-дисперсійних фарб різного цільового призначення з вітчизняної сировини, пошук шляхів підвищення експлуатаційних властивостей покриттів на основі цих фарб.

Список літератури:

1. Прогресивний план адаптації законодавства України до законодавства ЄС [Електронний ресурс] : Схвалено протокольним рішенням Координаційної ради з адаптації законодавства України до законодавства ЄС 10 червня 2011 р. // Урядовий портал : Єдиний веб_портал органів виконавчої влади України. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.
2. Водно-дисперсионные ЛКМ индустриального назначения // Лакокрасочная промышленность. – 2012. – № 9. – С. 20.
3. Экспорт / импорт товаров за країнами світу за січень-грудень 2012 року. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів. – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua>.
5. Клевчук О.Г. Сучасний ринок лакофарбових матеріалів / О.Г. Клевчук // Вісник ЧТЕІ КНЕУ. – 2013. – № 5. – С. 12-15.
6. Обсяг реалізованої промислової продукції за січень-грудень 2012 року. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Переход к замещению органорастворимых материалов водно-дисперсионными поддерживают правительства и ассоциации всех стран // Химия Украины. – 2012. – № 21. – С. 53.
8. Промисловість України у 2007-2010 роках. Статистичний збірник; за ред. Л.М. Овденко. – К.: Вид-во «ТОВ «Август Трейд», 2011. – 306 с.
9. Рынок ЛКМ III квартал // Химия Украины. – 2012. – № 21(314). – С. 53-54.
10. Сви́дерский В.А. Состояние, структура и перспективы развития лакокрасочной промышленности в Украине / В.А. Сви́дерский, Т.А. Караваев // Лакокрасочные материалы и их применение. – 2010. – № 9. – С. 8-16.
11. Статистичний бюлетень Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень-грудень 2012 року. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Сумарний обсяг імпорту та експорту окремих підгруп товарів за кодами УКТЗЕД. – Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua>.
13. Чернова В. Рынок ЛКМ Украины: факты – вещь упрямая / В. Чернова // Хим-Курьер. – 2012. – № 13. – С. 60-62.

Гут Л.В., Банах А.В.

Черновицкий торгово-экономический институт
Киевского национального торгово-экономического университета

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛАКОКРАСОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ

Аннотация

Современный рынок лакокрасочной продукции характеризуется наличием большого предложения и широкого ассортимента. Однако тенденции его развития характеризуются определенными особенностями. В частности, они проявляются в динамике и структуре производства лакокрасочных материалов, объеме импорта и экспорта и т.д.

Ключевые слова: рынок ЛКМ, водно-дисперсные краски, краски на органических растворителях, экспорт, импорт ЛКМ.

Gut L.V., Banach A.V.

Chernivtsi Trade and Economics Institute of
Kyiv National Trade and Economics University

FEATURES OF MARKET PAINT PRODUCTS IN UKRAINE

Summary

Modern coating products market is characterized by large offer and great variety. However, its development trends are defined by certain features. In particular, they appear in the dynamics and structure of coatings production, volume of imports and exports etc.

Keywords: coating market, waterborne paints, organic solvent paints, export, import of coatings.

УДК 657:519.86

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ЗАПАСАМИ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ БУХГАЛТЕРАМИ-АНАЛІТИКАМИ

Давидюк Т.В., Дорошенко І.І.

Харківський інститут банківської справи
Університету банківської справи Національного банку України

В статті розглядаються аспекти управління товарно-матеріальними цінностями та систематизовано основні моделі управління запасами на промислових підприємствах.

Ключові слова: запаси, виробничі запаси, товарно-матеріальні цінності, управління, модель.

Постановка проблеми. Проблема управління запасами є досить актуальною для підприємств України. Для ефективної діяльності підприємств запаси повинні бути оптимальними, адже накопичення їх значного обсягу призводить до замороження коштів на тривалий строк, зниження їх ліквідності, зростання витрат на утримання, а їх нестача – до простоїв виробництва, незадоволенні вимог споживачів, а отже і зниження конкурентних переваг.

Знаходження ефективних шляхів оптимізації запасів та їх пристосування до специфіки функціонування вітчизняних підприємств дасть змогу суттєво зменшити витрати суб'єктів господарювання від яких залежить отримання максимального прибутку та рентабельність підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання управління виробничими запасами знайшли своє відображення в працях таких вітчизняних науковців Т.В. Алесінська [1], Н.М. Гаркуша [3], С.В. Лубенець [5], В.С. Лукинський [6], А. Н. Стерлигова [7], А.М. Поддєрьогін [8]. Втім, не зважаючи на проведені дослідження, підходи авторів базуються тільки на припущеннях і не враховують обмеженості використання товарно-матеріальних цінностей. Одним із напрямків вирішення цієї проблеми залишається ефективний контроль за збереженням та використанням запасів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В теоретичному аспекті більшість науковців не можуть дійти спільної думки, щодо систематизації основних моделей управління підприємствами, а наявні моделі базуються тільки на припущеннях і не враховують обмеженості використання запасів і готової продукції. З цих причин, доцільно було застосувати такий метод контролю запасів на вітчизняних підприємствах, як «АВС – аналіз».

Метою статті є розгляд теоретичних аспектів управління виробничими запасами та узагальнення основних моделей управління запасами підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчення тенденцій та закономірностей розвитку ринкових відносин, реформування системи бухгал-

терського обліку, контролю та аналізу в Україні висувають дедалі нові вимоги до господарської діяльності підприємств. Змінюються методичні підходи до бухгалтерського обліку в цілому та, зокрема, виробничих запасів.

Сформовані економічні умови, обумовлені процесами глобалізації і розвитку ринкових відносин, вимагають від вітчизняних підприємств пошуку нових джерел придбання виробничих запасів. Як наслідок, зростає кількість підприємств, що мають матеріаломістку складову в собівартості готової продукції. Так за даними Державної служби статистики України, якщо у 2010 році було зареєстровано 1258513 підприємств Єдиним державним реєстром підприємств і організацій України, то на 1 квітня 2014 року ця кількість становила вже 1388808. Із них близько 12 % це підприємства промисловості, які є досить матеріаломісткими і у своїй діяльності використовують велику кількість запасів [4].

Оскільки запаси є невід'ємною та важливою складовою виробничого процесу, то виникає необхідність здійснення управління ними з метою досягнення ефективності виробничої діяльності в цілому.

Метою управління є забезпечення безперебійного процесу виробництва та реалізації продукції за дотримання оптимального запасу матеріальних цінностей.

Управління запасами є частиною загальної політики управління оборотними активами підприємства, що полягає в оптимізації розміру і структури товарно-матеріальних цінностей, мінімізації втрат щодо їх обслуговування та забезпечення ефективного контролю за їх рухом.

Виходячи з мети управління запасами перед фінансовим менеджером ставляться такі завдання:

- провести аналіз запасів товарно-матеріальних цінностей у минулому періоді;
- визначити оптимальні розміри основних груп поточних запасів;
- оптимізувати загальну суму запасів товарно-матеріальних цінностей, що включаються в оборотні активи;