

О. В. Маслош,
кандидат хімічних наук,
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк

СУЧАСНІ ПИТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЛАКОФАРБОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Ще за радянських часів переважну частку вітчизняної хімічної промисловості становлять великі виробництва базової хімічної продукції, добрив та азотних сполук. Проте їхній потенціал поступово вичерпується, а процеси модернізації техніко-технологічної бази відбуваються дуже повільно. Проблеми низької технологічної конкурентоспроможності виробництва в останнє десятиліття посилилися питаннями їхнього сировинного забезпечення.

Вказану проблему добре позначено у статті М.М. Якубовського та В.І. Ляшенка [1, с. 195]: «Пріоритет надаємо експортоорієнтованому виробництву азотних добрив, сировиною для яких є природний газ, що закуповується за імпортом. Водночас майже нічого не робиться для розвитку таких важливих для економіки і суспільства хімічних матеріалів, як органічні хімічні сполуки, фармацевтичні препарати, дубильні екстракти та барвники, косметичні препарати, полімерні матеріали, хімічні волокна та ін.». Підтримуючи вказану точку зору, автор вважає виробництво лаків і фарб одним із тих сегментів хімічної галузі, який має значний потенціал і стратегічні перспективи розвитку та може певною мірою компенсувати втрати в основній хімії. Отже, вивчення сучасного стану, проблем і перспектив розвитку лакофарбового виробництва (ЛФВ) в Україні становить актуальне науково-практичне завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні напрями стратегічного розвитку хімічної промисловості України та основних виробників хімічних продуктів розглядалися у наукових публікаціях низки вчених і фахівців, серед яких варто назвати І.І. Павленко [2], П.Г. Перерву [3, 4], А.М. Ткаченко і А.М. Вакуліч [5], Г.З. Шевцову [6, 7], О.О. Шубіна [8] та ін. [9, 10]. У контексті даного дослідження необхідно виділити роботи [5, 10], де вивчено зміст та шляхи забезпечення реалізації стратегії сталого розвитку хімічного виробництва та визначено окремі напрями його екологізації.

Значно менше уваги у сучасних дослідженнях приділяється економіці окремих сегментів хімічної промисловості, зокрема виробництву лаків та фарб. Можна згадати ряд робіт, присвячених проблемам структуризації та функціонування українського ринку лакофарбових матеріалів [8, с. 193-196; 11-16], проте проблеми стратегічного розвитку власне

ЛФВ залишаються недостатньо опрацьованими і потребують поглиблення саме цього аспекту наукового пошуку.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій, чинників та проблем розвитку лакофарбового сектору хімічної промисловості і визначення перспективних напрямків його стратегічного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. ЛФВ має певні особливості, які визначають специфіку його економіки, організації й управління:

так чи інакше споживачами лакофарбової продукції (ЛФП) є кожна людина та кожне підприємство, бо вона застосовується майже в усіх сферах – від побуту до машинобудування, деревообробної і меблевої галузей, будівництва та різних високотехнологічних сфер, тож попит на неї є стійким та високоеластичним;

ЛФП має, як правило, подвійне призначення (декоративне та захисне), а її конкурентоспроможність визначається чималою кількістю властивостей і характеристик;

залежність попиту на ЛФП від стану та динаміки сфер-споживачів обумовлює ярко виражені сезонні коливання її виробництва (рис. 1);

асортимент ЛФП зараз налічує близько 2,5 тис. найменувань і далі розширюється завдяки зростанню вузькоспеціалізованих та високотехнологічних пропозицій;

виробниками ЛФП є підприємства різного масштабу та організаційно-правового статусу, які мають різні ринкові стратегії, виробничі умови та моделі конкурентоспроможності продукції;

виробництво і споживання ЛФП може бути екологічно небезпечним, як для людини, так і для навколишнього середовища, тож закономірною є підвищена увага до питань їх якості і безпеки.

За даними Держстатистики України, які не враховують тимчасово окуповані території АР Крим та частину зони проведення АТО, починаючи з 2012 р. у ЛФВ спостерігалася спадна динаміка, яка натомість була меншою за загальний рівень падіння у хімічному виробництві (табл. 1), що підтверджує наявність певного усталеного внутрішнього ринкового потенціалу цього сектору.

За підсумками 2016 р., окрім зростання виробництва ЛФП на 17,6%, були зафіксовані й інші позитивні результати: обсяг реалізації фарб, лаків і подібної продукції, друкарської фарби та мастик ста-

новив майже 4 млрд грн (+19,7% до 2015 р.), частка сектору у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції зросла до 7,1%. Отже, попри загальну стагнацію хімічної промисловості лакофарбове виробництво демонструє ознаки відновлення і може стати однією з «точок» її зростання. Утім, державна

стратегія розвитку хімічного комплексу і, зокрема, його лакофарбового сегменту, відсутня. Розвиток ЛФВ зараз визначається виключно ринковими процесами, які спричиняють певні дисбаланси й не забезпечують умов для якнайповнішої реалізації його потенціалу.

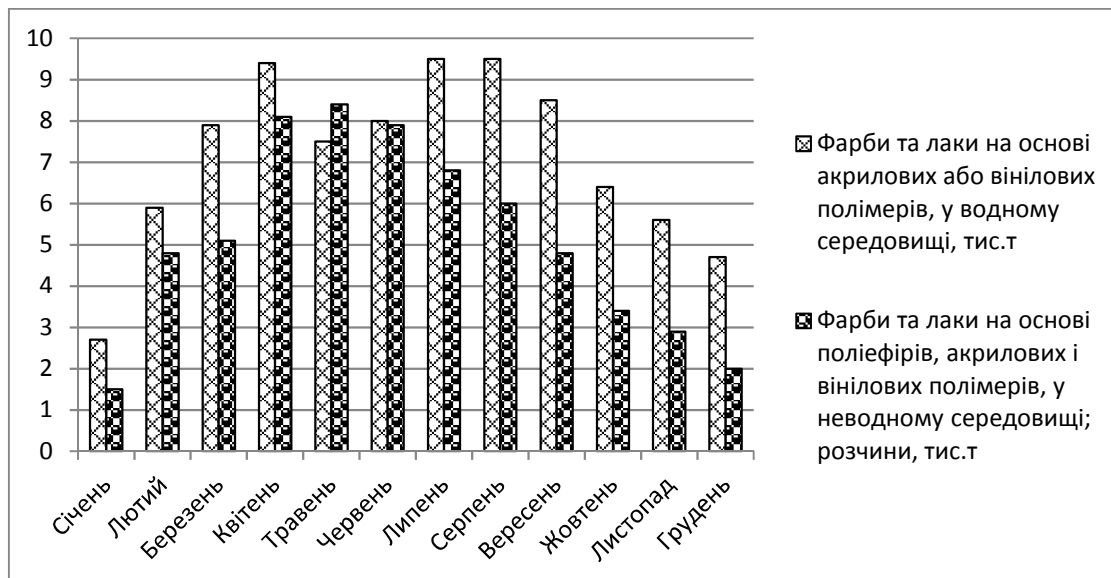


Рис. 1. Динаміка виробництва ЛФП по місяцях 2016 р.

Таблиця 1

Індекси хімічної продукції у 2011-2016 рр., % до попереднього року

Види діяльності	2011	2012	2013	2014	2015	2016	За період 2011-2016
Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції	128,0	96,0	80,7	85,8	84,8	101,1	72,9
у тому числі виробництво фарб, лаків і подібної продукції, друкарської фарби та мас-тик	103,9	97,4	94,6	92,7	81,1	117,6	84,6

Складено за даними: [17].

На основі вивчення й узагальнення маркетингових, статистичних, аналітичних та технологічних матеріалів у галузевих фахових виданнях, виробничо-комерційної та інноваційної практики провідних виробників ЛФП було визначено основні детермінуючі чинники та напрямки їхнього впливу на розвиток ЛФВ. Результати дослідження систематизовано у табл. 2.

З метою подальшого визначення стратегічних орієнтирів розвитку сектору фактори окремо диференційовано як системні та ситуативні. Вектор впливу кожного фактору має відповідне позначення: «↑» – позитивний, або чинник розвитку; «↓» – негативний, або гальмуючий чинник; «↕» – різноспрямовані впливи чиннику. Останній варіант, на думку автора, більшою мірою стосується наслідків дії основних системних факторів зовнішнього характеру. Цей двостій вплив виявляється в тому, що сучасні процеси у світовому ЛФВ спричиняють

певні загрози для внутрішнього виробника, але, водночас, при активній інноваційній, виробничій і ринковій стратегіях, надають йому нові можливості для пошуку власних ніш у різних товарних сегментах і на різних ринках.

Основні сучасні напрями розвитку ЛФВ пов'язані з підвищенням їх технологічності, економічності, безпечності та зниженням негативного впливу на навколишнє середовище. Рис. 1, 2 відображають один із таких напрямів – скорочення частки ЛФП на основі органічних розчинників на користь водно-дисперсних фарб. Іншим напрямком екологізації виробництва й споживання ЛФП є застосування порошкових покриттів.

Активно у світі розвиваються і суміжні інноваційні напрями ЛФВ: енергозберігаючі та маловідходні технології, виготовлення протекторних покриттів та матеріалів зі спеціальними властивостями

(для оборонної, авіаційної, суднобудівної, нафтогазової, хімічної галузей).

Зрозуміло, що у теперішніх українських реаліях зруйнованої системи інноваційної підтримки хімічного виробництва не можна розраховувати на повноцінну інноваційну стратегічну перспективу

розвитку вітчизняного лакофарбового сектору. Однак цілком можливо говорити про певні ринкові ніші, які треба шукати суб'єктам галузі з урахуванням власного виробничо-інвестиційного потенціалу, нетипових потреб окремих груп споживачів та науково-технологічного заділу вітчизняних науковців.

Таблиця 2

Оцінка впливу сучасних чинників на розвиток лакофарбового виробництва в Україні

Зовнішні чинники	Внутрішні чинники
Системні чинники	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Стейке зростання попиту на світовому ринку (↑) ▪ Інтенсивне оновлення асортименту та застосування стратегії диференціації продукції (↓) ▪ Підвищення специфічних вимог: експлуатаційних, технічних, декоративних (↓) ▪ Посилення екологічних норм та вимог до економічності (↓) ▪ Розвиток сегменту «інтелектуальної» багатофункціональної ЛФП (↓) ▪ Участь іноземного капіталу (↑) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Усталений внутрішній попит у споживчому сегменті (↑) ▪ Значна кількість виробників і висока конкуренція (↑) ▪ Висока частка нових виробничих потужностей (↑) ▪ Обмеженість власної сировинної бази і залежність від імпортних компонентів (↓) ▪ Недостатнє впровадження сучасних технологій і асортименту, стандартів якості та екологічної безпеки (↓) ▪ Відсутність системної підтримки національних виробників (↓) ▪ Відсутність цілісної галузевої інноваційної системи (↓)
Ситуативні чинники	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Зростання цін на імпортні складові собівартості (↓) ▪ Збереження високого потенціалу іноземного інвестування у виробництво сектору (↑) ▪ Лібералізація торгівлі в рамках Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (↓) ▪ Вихід з українського ринку окремих провідних виробників ЛФП (↓) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Падіння платоспроможного попиту та його концентрація в економ сегментах ринку (↓) ▪ Стабілізація і певне зростання внутрішнього попиту в індустріальному сегменті (↑) ▪ Збільшення контрафактної продукції (↓) ▪ Упровадження світових стандартів і зростання експорту в окремих сегментах ЛФВ (↑) ▪ Активізація процесів перепродажу активів у ЛФВ (↓)

Авторська розробка.

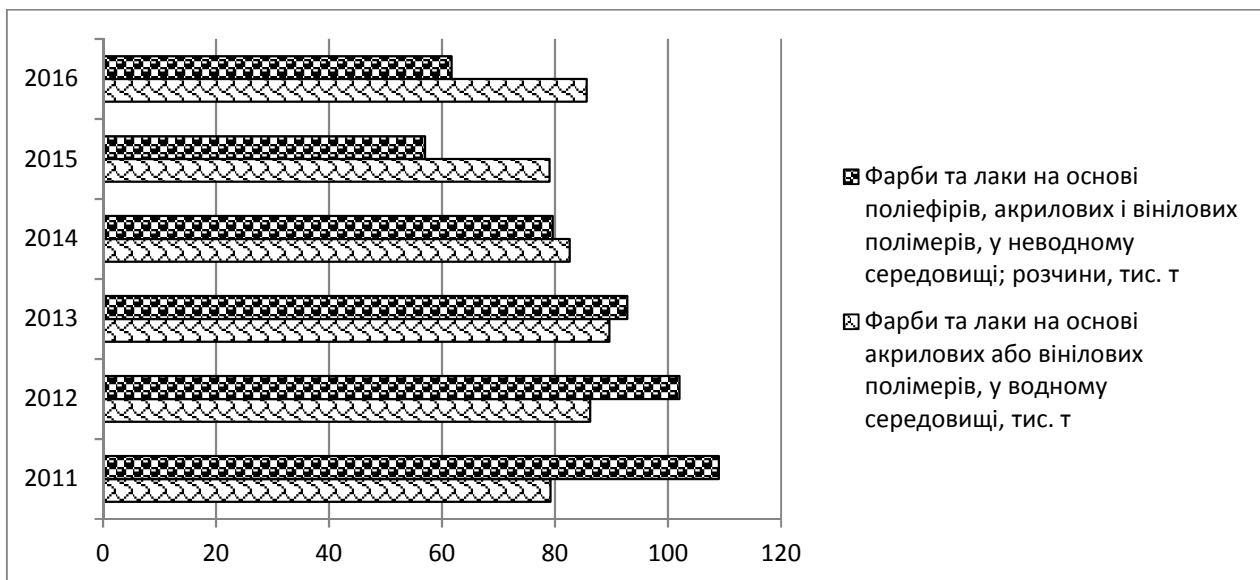


Рис. 2. Виробництво основної ЛФП у 2011-2016 рр.

У цьому аспекті варто звернути увагу на результати досліджень технічних, технологічних, ринкових, комерційних та інших питань розвитку лакофарбового сегменту, які проводять фахівці НТУУ «Київський політехнічний інститут», НТУ «Харківський політехнічний інститут», Київського націона-

льного торговельно-економічного університету, Українського державного хіміко-технологічного університету, Інституту хімічних технологій Східноукраїнського національного університету. Наприклад, серед інноваційних пропозицій останнього можна назвати розробку полімерних пігментів на

основі алкідних смол [18], яка дозволяє покращити ряд техніко-економічних показників виробництва фарб та їх експлуатаційні властивості.

Наступний стратегічний вектор розвитку індустрії лаків і фарб пов'язаний зі значною увагою суспільства до екологічних аспектів, особливо стосовно використання летких органічних сполук, важких металів та інших шкідливих речовин.

Важливість екологічного імперативу добре розуміють вітчизняні виробники. Місія Асоціації українських виробників лакофарбової продукції передбачає, зокрема, «сприяння підвищенню ефективності функціонування лакофарбової галузі шляхом розроблення, обговорення, внесення пропозицій щодо реалізації програм і послуг, які забезпечують прихильність галузі до охорони навколишнього середовища, управління обігом лакофарбової продукції, захисту здоров'я і безпеки споживачів, а також до розвитку науки та техніки» [19].

Водночас стратегічні перспективи розвитку ЛФВ у цьому напрямку стикаються з проблемою падіння платоспроможного попиту та його переміщенням до економ сегментів ринку. Українські виробники змушені вирішувати складне і суперечливе завдання: збільшення обсягів виробництва дешевої ЛФП при наданні їй якісних та екологічно безпечних властивостей дорожчої продукції. Завдання ускладнюється тим, що якісна екологічно безпечна ЛФП має завелику вартість та її зменшення, зазвичай, відбувається за рахунок використання у виробництві дешевої небезпечної сировини з утратою екологічної якості.

Утім, розвиток українського виробництва фарб і лаків має відбуватися у загальносвітовому тренді, який полягає у зростанні екологічно безпечної ЛФП і запровадженні жорсткіших екологічних вимог. Важливу роль у просуванні концепції екологізації мають відігравати інструменти підвищення інформованості і плекання екологічної культури споживання, зокрема соціальна реклама. Треба формувати образ сучасного відповідального споживача, який розуміє необхідність сплачувати додаткову вартість за високоякісну, екологічно чисту та безпечну продукцію. У більш широкому сенсі мова йде про один з напрямків імплементації парадигми «зеленого маркетингу» [20].

В основі окреслених стратегічних напрямів лежить загальна ідея залучення інноваційних складових потенціалу сектору та задоволення новітніх потреб спеціалізованих сегментів ринку. Натомість, основні обсяги попиту українських споживачів ЛФП (передусім, сегменти непрофесійного декоративного використання, а також професійного використання при реалізації інфраструктурних проєктів за рахунок бюджетного фінансування) орієнтуються на цінові характеристики і сконцентровані в сегментах «економ» і «субеконом». Отже, як і раніше, од-

нією з базових стратегій вітчизняного виробництва фарб і лаків має залишатися стратегія низьких витрат.

Головною проблемою тут є обмеженість власної сировинної бази і висока залежність від цінових коливань на імпортні компоненти. У цій ситуації резерви скорочення собівартості ЛФП варто шукати на шляху впровадження технологічних нововведень, які дозволяють зменшити матеріало- й енергоємність виробництва, покращити показники технологічних процесів і якості продукції. Так, наприклад, при використанні розроблених нами полімерних пігментів [18] у виробництві будь-яких фарб (алкідних, пентафталевих, водоемульсійних тощо) виключається застосування диспергаторів, що дозволяє економити час на технологічні операції, скорочувати питомі витрати води та електроенергії. Поліпшення маслоємності пігментів сприяє зменшенню витрат масла на виготовлення фарб і зміцнює зносостійкість лакофарбових покриттів.

Висновки. Лакофарбове виробництво є сучасним сектором української хімічної промисловості, який зберігає достатній ринковий потенціал, демонструє високі темпи відновлення і має видимі перспективи розвитку.

Виявлено сучасні проблеми, тенденції і детермінуючі чинники розвитку ЛФВ. Аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів засвідчив їх різноспрямований вплив і довів, що основні рушійні сили галузевого виробництва сконцентровані у світових ринкових і інноваційних трендах.

Показано, що у сучасних умовах стратегічний розвиток українського ЛФВ має орієнтуватися на гнучке застосування і комбінування декількох традиційних і інноваційних стратегій: низьких витрат, патієнтної (нішової) та екологізації виробництва.

Подальші дослідження в окресленому напрямку будуть пов'язані з пошуком шляхів реалізації концепції екологізації лакофарбового виробництва з урахуванням світових тенденцій, ринкового попиту та технологічних інновацій.

Література

1. **Якубовський М. М.** Модернізація економіки промислових регіонів: спроба концептуалізації / М. М. Якубовський, В. І. Ляшенко // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 1. – С. 188 – 195.
2. **Павленко І. І.** Оцінка потенціалу підвищення конкурентоспроможності підприємств хімічної промисловості / І. І. Павленко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. праць : у 2-х вип. / ПДТУ. – Маріуполь, 2015. – Вип. 2 (12), Т. 3. – С. 8-13.
3. **Перерва П. Г.** Формування стратегії розвитку підприємств хімічної промисловості / П. Г. Перерва // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2013. –

- № 21. – С. 112 – 119. 4. **Перерва П. Г.** Антикризисний механізм санації та реструктуризації підприємств хімічної промисловості / П. Г. Перерва, В. Л. Товажнянський // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Сер. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2013. – № 20. – С. 76 – 85. 5. **Ткаченко А. М.** Стратегія екологічно спрямованого інноваційного розвитку хімічної галузі / А. М. Ткаченко, А. М. Вакуліч // Економіка промисловості. – 2014. – № 2. – С. 34 – 41. 6. **Шевцова Г. З.** Трансформація концептуальних підходів до управління розвитком хімічної промисловості в контексті неоіндустріалізації / Г. З. Шевцова // Економіка та право. – Серія: економічна. – 2016. – № 2 (44). – С. 146 – 156. 7. **Shevtsova A. Z.** Organized synergy as an imperative of integration strategies (based on the study of Russian chemical and petrochemical holdings) / A. Z. Shevtsova // Економіка промисловості. – 2014. – № 1 (65). – С. 118 – 126. 8. **Шубін О. О.** Хімічна промисловість України: економічні трансформації та перспективи: моногр. / О. О. Шубін. // Дон. нац. ун-т економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. – 628 с. 9. **Гавриш О. А.** Стратегія розвитку хімічної промисловості / О. А. Гавриш, Д. Присяжнюк // Сучасні проблеми економіки і підприємництва : зб. наук. праць. – 2012. – Вип. 10. – С. 12 – 16. 10. **Олешко В.В.** Місія та цілі стратегії сталого розвитку підприємств хімічної галузі / В. В. Олешко // Агросвіт. – 2015. – № 9. – С. 60 – 64. 11. **Золотарьова О.** Тенденції розвитку ринку лакофарбових матеріалів / О. Золотарьова // Товари і ринки. – 2010. – № 2. – С. 21 – 27. 12. **Мережко Н.** Ринок лакофарбових матеріалів в Україні / Н. Мережко, Р. Домніченко // Товари і ринки. – 2011. – № 2. – С. 5 – 12. 13. **Клевчук О. Г.** Сучасний ринок лакофарбових матеріалів / О. Г. Клевчук // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2013. – Вип. 2. – С. 362 – 367. 14. **Василенко О.** Ринок лакофарбових матеріалів в Україні і його характеристика / О. Василенко, Е. Каражія // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2014. – № 9. – С. 199 – 202. 15. **Гут Л. В.** Особливості розвитку ринку лакофарбової продукції в Україні / Л. В. Гут, Г. В. Банах // Молодий вчений. – 2014. – № 6. – С. 104 – 109. 16. **Бондаренко С.** Ринок ЛКМ України: итоги проблемы и ожидания / С. Бондаренко // Капитальное строительство. – 2017. – № 1. – С. 26 – 35. 17. **Індекси промислової продукції за видами промислової діяльності у 2011-2016 роках / Державна служба статистики України [Електронний ресурс].** – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 18. **Маслош В. З.** Полимерные пигменты на основе алкидных смол / В. З. Маслош, Н. Н. Алексеева, О. В. Маслош, Г. А. Клименко // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2012. – № 6/6. – С. 44 – 47. 19. **Асоціація українських виробників лакофарбової продукції [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Асоціації українських виробників лакофарбової продукції.** – Режим доступу: <http://auvlp.org.ua/>. 20. **Мальчик М. В.** Парадигма формування та розвитку «зеленого маркетингу» в сучасних умовах / М. В. Мальчик, О. В. Мартинюк // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 2. – С. 59 – 62.
- Маслош О. В. Сучасні питання стратегічного розвитку лакофарбового виробництва в Україні**
Проаналізовано роль, тенденції та чинники розвитку лакофарбового виробництва. Досліджено сучасні проблеми і перспективи стратегічного розвитку лакофарбового сектору в Україні. Зроблений висновок про необхідність комбінування традиційних і інноваційних стратегій та важливість екологічного імперативу для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва лакофарбової продукції.
Ключові слова: хімічна промисловість, лакофарбові матеріали, виробництво, розвиток, стратегія, продукція, ринок.
- Маслош О. В. Современные вопросы стратегического развития лакокрасочного производства в Украине**
Проанализированы роль, тенденции и факторы развития лакокрасочного производства. Исследованы современные проблемы и перспективы стратегического развития лакокрасочного сектора в Украине. Сделан вывод о необходимости комбинирования традиционных и инновационных стратегий и важности экологического императива для повышения конкурентоспособности отечественного производства лакокрасочной продукции.
Ключевые слова: химическая промышленность, лакокрасочные материалы, производство, развитие, стратегия, продукция, рынок.
- Maslosh O. V. Modern issues of the strategic development of paint and varnish production in Ukraine**
This article analyzes the role, trends and factors of developing paint and varnish production. The modern problems and prospects of the strategic development of paint sector in Ukraine are investigated. It was concluded that it is necessary to combine traditional and innovative strategies and the importance of the ecological imperative to increase the competitiveness of domestic paint and varnish production.
Keywords: chemical industry, paint materials, production, development, strategy, product, market.

Стаття надійшла до редакції 10.02.2017
Прийнято до друку 22.03.2017