

ОСОБЕННОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

О.И. Козловская

Белорусский государственный экономический университет, o.olga13@mail.ru

Деятельность строительного комплекса Республики Беларусь в значительной степени обеспечивают предприятия промышленности строительных материалов. Технически развитая промышленность строительных материалов – надежный фундамент отрасли, основной поставщик сырья, материалов, изделий и конструкций для осуществления строительной деятельности и серьезный экспортный потенциал страны.

По итогам 2010 г. доля промышленности строительных материалов в общем объеме промышленного производства составила 5,4% [5], что определяет ее шестое место по значимости в выпуске продукции среди всех отраслей промышленности страны.

Промышленность строительных материалов, с одной стороны, имеет характеристики присущие промышленности в целом, а, с другой стороны, она обладает чертами, отражающими специфику отрасли строительства. Эти черты обуславливают качественные, социально–экономические особенности промышленности строительных материалов, а также отличают ее от других отраслей промышленности и определяют ее роль в экономическом развитии Республики Беларусь.

Мощности действующих предприятий промышленности строительных материалов позволяют выпускать более 100 видов продукции, а с учетом модификаций это число по отдельным наименованиям возрастает в 10 раз. Модификация продукции в борьбе за потребителя и получения прибыли предприятиями промышленности строительных материалов порождает «товарный каннибализм». Также наличие большого количества разнообразных стройматериалов на рынке приводит к обострению конкуренции между производителями.

Промышленность строительных материалов республики формировалась в течение десятилетий и была запрограммирована на поступательный рост крупномасштабного строительства. Созданный ранее потенциал промышленности строительных материалов и строительной индустрии в настоящее время превышает в 2–3 раза реальные потребности и инвестиционные возможности республики. Он объективно не может быть

востребован в полном объеме и в той номенклатуре, которая требовалась 20 лет назад (сборный железобетон, крупнопанельные изделия, металлоконструкции и другие виды материалов) [2, с.272]. Вследствие этого предприятия вынуждены либо осваивать новые сегменты рынка, либо искать новые рынки сбыта для своей продукции. Производство продукции в малых объемах влечет увеличение себестоимости на единицу товарной продукции.

Разработка и совершенствование стройматериалов на строительном рынке осуществляется на основе общих тенденций, определяемых в основном научно–техническим прогрессом, а не путем приспособления к отдельным потребностям потребителей. Такое положение дел обязывает производителей строительных материалов, изделий и конструкций постоянно отслеживать и изучать мировые достижения в области производства и добычи сырья и материалов.

Основное требование, которое представляет потребитель к продукту, – это его качество. Строительные материалы, изделия и конструкции не являются в данном случае исключением. В виду этого Стаханов В.Н., Ивакин Е.К. выделяют [6, с. 59]:

– общее представление о качестве строительной продукции модифицируется применительно к различным группам потребителей;

– требования к качеству различных модификаций одного и того же изделия различны;

– различные рынки предъявляют различные требования к качеству строительной продукции.

Авторы книги «Маркетинг в строительстве» подразделяют строительные материалы, изделия и конструкции на две группы [1, с.138–139]:

1. Сырье, включающее в себя природные ресурсы (песок, глина и др.) и природные продукты–полуфабрикаты (щебень и др.).

2. Строительные конструкции и изделия – материальные компоненты, которые используются строительной–монтажной организацией в процессе сооружения объекта строительства.

По их мнению, основными характеристиками первой подгруппы являются:

– объемность;

– незначительность колебаний средней цены;

– простота транспортной схемы доставки от производителя к потребителю;

– продажа осуществляется на основе долгосрочных контрактов;

– ограниченность использования средств стимулирования сбыта из–за сходства природных продуктов между собой.

В связи с этим основными факторами, влияющими на выбор поставщика или потребителя, является простота транспортной схемы, близость производителя к потребителю, соответствие сырья технологическим требованиям производства, надежность поставщика в части сроков и объемов поставок и цена товара.

Второй подгруппе присущи следующие черты:

– отсутствие необходимости доработок;

– потребители чувствительны к качеству и цене изделий.

Наибольшую значимость при покупке изделий имеют цена, качество, надежность поставщика, соответствие их параметров требованиям проекта. Наличие марочных названий, реклама и другие маркетинговые методы обычно играют менее существенную роль.

Спрос на стройматериалы носит сезонный характер: в осенне–зимний период он ниже, чем в остальные времена года. Кроме того, спрос носит производный (вторичный) характер, поскольку возникает не сам по себе, а связи с ростом объемов строительства. Также он является неэластичным. Связь между качеством и ценой на стройматериалы в сознании потребителей очень высокая.

В качестве основного сырья промышленность строительных материалов использует нерудные полезные ископаемые.

Местная сырьевая база обеспечивает потребности республики в большинстве важнейших видов строительных материалов. Размещена она по территории Беларуси довольно неравномерно: 75% крупных месторождений легкоплавкой глины и 100% доломитов находятся в Витебской области, 94% ресурсов строительного камня, около 53% тугоплавкой глины – в Брестской, 76% цементного сырья – в Могилевской области [4, с. 303]. Остальные виды сырья необходимые для производства стройматериалов поставляются из других стран.

Большинство видов продукции промышленности строительных материалов грузоемки и низкотранспортабельны, поэтому предприятия подотрасли многочисленны и размещены по территории республики сравнительно равномерно, но основные мощности сконцентрированы в областных и других крупных городах – центрах потребления продукции. Кроме того, это позволяет оптимизировать транспортную составляющую цены готового продукта для потребителя. Исключение составляют предприятия по выпуску цемента и щебня, которые находятся непосредственно в районах месторождений основного для их производства сырья [3, с. 40].

Промышленность строительных материалов является, с одной стороны, основой индустриализации строительного производства, а с другой – создает необходимые условия для ускоренного обновления основных фондов народного хозяйства, роста машинной индустрии республики. Данная промышленность предопределяет конечные результаты капитального строительства, а через него – эффективность других отраслей.

лей народного хозяйства. Это в свою очередь отражается на финансово–экономических показателях деятельности предприятий.

Несмотря на многоотраслевую структуру, промышленность строительных материалов характеризуется единством назначения и потребления выпускаемой продукции. Основным потребителем готовой продукции промышленности строительных материалов является капитальное строительство. Связь между промышленностью строительных материалов и капитальным строительством отражается на эффективном функционировании этих подотраслей строительного комплекса и экономики республики. Поэтому важнейшей задачей промышленности строительных материалов является своевременная разработка и быстрое освоение новой прогрессивной продукции высокого качества, способствующей повышению эффективности капитального строительства [7, с. 16].

Наряду с капитальным строительством – основного потребителя стройматериалов – у промышленности строительных материалов есть большое количество различных отраслей–потребителей. Это связано с тем, что продукция промышленности строительных материалов предназначена для всех отраслей экономики, для всех видов промышленной, хозяйственной, общественной деятельности. Кроме того потребителями стройматериалов являются физические лица, приобретающие их для личного некоммерческого потребления.

Промышленности строительных материалов присущи широкие межотраслевые и внутриотраслевые связи по кооперации производства [7, с. 16]. Это способствует зависимости результатов работы предприятий промышленности строительных материалов от устойчивого развития большого числа потребителей продукции, поставщиков сырья, топлива, энергии и т.п.; от результатов работы взаимосвязанных между собой производств.

Производство строительных материалов является материало– и энергоемким, а также в процессе производства используется большое количество разнообразного сырья. И как следствие повышенная зависимость эффективности производства от стабильности и объемов поставок ресурсов, их качества, цены. Кроме того к качеству сырья предъявляются высокие требования. Это требует контроля качества, технологических испытаний и подготовки сырья.

В промышленности строительных материалов есть возможность повторного использования производственных отходов и брака производства (в зависимости от конкретного производства). Это дает возможность комплексной переработки сырья и сокращения отходов производства, делает более экономичным процесс производства.

Как следует из вышеперечисленных особенностей промышленности строительных материалов, ее можно отнести к одной из сложных, с точки зрения управления, отраслей экономики, а также представляющей собой подвергающейся воздействиям многочисленных внешних факторов систему.

Список использованных источников

1. Маркетинг в строительстве / В.В. Волков, Х.М. Гулиб, В.А. Лукинов ; под ред. И.С. Степанова, В.Я. Шайтанова. – М : Юрайт–М, 2001. – 344 с.
2. Национальная экономика Беларуси: учебник / В.Н. Шимов [и др.] ; под общ. ред. В.Н. Шимова. – Минск : БГЭУ, 2009. – 751 с.
3. Перспективы развития строительного комплекса Республики Беларусь // Мин–во архит–ры и строит–ва Респ. Беларусь. – Минск : Белстройцентр, 2009. – 132 с.
4. Приходченко, О.И. Национальная экономика Беларуси : курс лекций / О.И. Приходченко. – Минск : ФУАинформ, 2009. – 448 с.
5. Статистический ежегодник Республики Беларусь // Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 2011. – 634 с.
6. Стаханов, В.Н. Маркетинг строительства: учеб. пособие / В.Н. Стаханов, Е.К. Ивакин. – М : Приор, 2001. – 144 – с.7.
7. Экономика отрасли. Производство строительных изделий и конструкций : учеб. для вузов / Ю.Б. Монфред [и др.] ; под общ. ред. Ю.Б. Монфреда. – 2–е изд., перераб. и доп. – М : Стройиздат, 1990. – 368 с.