

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

РАЗВИТИЕ РЫНКА СТЕКОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

ЦИКАРИШВИЛИ ОЛЬГА ГИВИЕВНА

*магистрант кафедры маркетинга, экономики предприятий и организаций
Саратовского социально-экономического института (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
г. Саратов, Россия*

Email: Kafedra_mepio@ssea.runnet.ru

РУСАКОВ ДМИТРИЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ

*магистрант кафедры маркетинга, экономики предприятий и организаций
Саратовского социально-экономического институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
г. Саратов, Россия*

Email: Kafedra_mepio@ssea.runnet.ru

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается круг проблем, связанных с планированием деятельности предприятий на рынке стекольной продукции. Выявлены тенденции функционирования стекольного рынка, обосновывается необходимость применения современных методов исследования.

Ключевые слова: стекольная промышленность, управление, технология

MARKET DEVELOPMENT GLASS PRODUCTS: PROBLEMS AND SOLUTIONS

OLGA TSIKARISHVILI

graduate student of the department of marketing, economy enterprises and organizations of Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

Email: kafedra_mepio@ssea.runnet.ru

DMITRIY RUSAKOV

graduate student of the department of marketing, economy enterprises and organizations of Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

Email: kafedra_mepio@ssea.runnet.ru

ABSTRACT

The article examines the range of problems related to the planning activities of the enterprises in the market of glass products. The tendencies functioning of the glass market, the necessity of application of modern methods of investigation.

Keywords: glass industry, management, technology

Стекольная промышленность переживает в настоящее время серьезные изменения и находится в процессе эволюции. Происходит переход стекольной индустрии от производителя к потребителю. Отныне потребитель волен сам менять схему осуществления покупок, опираясь уже не на необходимость, а на выбор. Никогда прежде клиенты не имели возможности приобрести продукцию, которая настолько оправдывала бы их затраты. Канули в прошлое времена, когда существовала прямая зависимость между размером компании, ее прибылью и рыночной стоимостью.

На примере стекольной индустрии проследим, каким образом в условиях новых экономических отношений взаимосвязанности перепроизводство или, напротив, недопроизводство в одном регионе моментально оказывает влияние на другие регионы. В начале 2000-х гг. Азия рассматривалась всеми как регион с большими возможностями для нового экономического роста. Примерно в то же время были увеличены производственные мощности в Китае, Индонезии, Корее и Таиланде. В результате, за последние 10 лет производительность стекольной индустрии в Юго-восточной Азии возросла в 4 раза.

Когда в середине 2008 года экономика этих стран начала переживать значительный упадок, производители обратили свои взоры на новые рынки как внутри региона, так и далеко за его пределами. Азиатское стекло стало появляться и в Соединенных Штатах, и в Западной Европе, где в то время все еще наблюдался относительно большой спрос на данную продукцию. Только в 2009 году количество продукции поступившей на рынок Европейского Союза из других регионов, в том числе из Азии, было эквивалентно производительности 4 флоат-линий.

На данный момент в мире существует около 190 флоат-линий. Основными районами их концентрации являются Европа и Северная Америка, по 40 линий на каждый из названных регионов; потом идет Азия - 45; Китай - примерно с таким же показателем. Если бы существовал такой механизм, как Всемирный Национальный Валовой Продукт, то в нормальные времена потребность в стекле возрастала бы в глобальном масштабе: приблизительно на 5 новых флоат-производств ежегодно. При нынешнем уровне цен производство флоат-стекла превратилось наряду с добычей сырой нефти просто в промышленное производство сырья. Вследствие этого были значительно

замедлены темпы строительства флот-линий, и только два новых производства были запущены в 2010 году, а ввод в эксплуатацию трех других ожидается в 2016 году.

Если взглянуть на вещи объективно, две трети населения земного шара живут в так называемых развивающихся странах. И 3-6 кг стекла в год, которые приходится на душу населения таких государств, не идут ни в какое сравнение с 16-18 кг стекла в год, приходящихся на человека на Западе. Все же в настоящий момент имеются исключительные возможности для роста и развития стекольной индустрии, хотя сами процессы, равно как и продукция, значительно отличаются друг от друга в разных регионах земного шара.

Но меняется не только общая структура стекольной индустрии. Значительные изменения происходят и в продукции, производимой этой отраслью. Как отметил президент Союза архитекторов России, академик архитектуры Ю.П. Гнедовский, «... Стекло – в ряду наиболее перспективных строительных материалов наступившего XXI века. Уже сегодня умелое использование стекла – от фасада, стен до интерьеров – это признак современной архитектуры. Кроме того, стекло настолько проникло в нашу повседневную жизнь, что сопровождает нас повсюду: дома, на работе, в дороге, на отдыхе. По сути дела мы живем в мире стекла».

Действительно, стекло – уникальный строительный материал. Оно может обладать прочностью

бетонной стены и одновременно прозрачностью, конструктивностью, звуко- и теплоизоляцией, а также обеспечить комфорт безопасность жилых и общественных зданий, защиту от ультрафиолетового излучения, прекрасный внутренний дизайн. Нет иного строительного материала, созданного природой или руками человека, обладающего таким количеством функциональных свойств. Не случайно в мировой строительной практике четко выражена тенденция развития листового стекла, как основного экологически чистого стратегического строительного материала XXI века.

Когда вся стекольная промышленность была нацелена на изготовление и продажу флот-стекла, ряд известных производителей перенесли акцент на изготовление закаленного, многослойного, изоляционного стекла, стекла с покрытием, узорчатого и окрашенного стекла. Потребители требовали функциональную продукцию, которая позволила бы сократить энергозатраты, гарантировала безопасность, обладала хорошей звукоизоляцией и солнцезащитными свойствами, обеспечивала защиту для людей.

Со времен Древнего Египта, где стекло использовалось для украшения, стекольная продукция изменилась во всех смыслах. Сегодня мы хотим, чтобы стекло отвечало нашим требованиям как по форме, так и по функциональным характеристикам. Мы хотим, чтобы стекло не только радовало глаз, но и обеспечивало освещение,

безопасность, защиту, экономию энергозатрат и т.д. С каждым годом список требований расширяется. То, что было значительным или важным для стекольной индустрии вчера, будет заменено чем-то новым завтра.

Мировая стекольная промышленность динамично развивается. Появились стекла отражающие, теплоизоляционные, тонированные. Произошел сдвиг интересов ведущих производителей в направлении закаленного, ламинированного (многослойного) стекла, стеклопакетов. Заглядывая вперед, можно сказать, что большой интерес будет вызывать стекло с покрытием, которое станет наиболее привлекательным новшеством в стекольной индустрии в обозримом будущем.

Впервые покрытия для стекла были разработаны в 70-х гг. прошлого века во время мирового энергетического кризиса. В частности, энергетический кризис на западе в этот период времени резко ужесточил требования к остеклению зданий, так как доля потерь тепла в зависимости от применяемых светопрозрачных ограждений достигает 25 – 30 процентов. Поэтому были разработаны покрытия на стекле, снижающие тепловые потери.

Заметим, что аналитики стекольной промышленности первоначально опасались, что в ответ на нехватку энергоресурсов; окна жилых домов и коммерческих зданий будут становиться все меньше и меньше[1]. Но как осуществить экономию энергии при наличии зданий, сделанных из стекла? У стекольной индустрии

припрятан один козырь, а именно - покрытия.

При этом, первые стекла с покрытием в начале своего существования были дорогостоящими, неудобными в обращении и не отличались особой эстетичностью. Прежде чем эти стекла прижились, потребовались многочисленные доработки и усовершенствования на протяжении 20 лет. Но разве можно противостоять прогрессу? На заре становления автомобильной промышленности пионер этой индустрии Генри Форд сказал: "Вы можете иметь машину любого цвета, при условии, что она черная". То же самое происходило и с примитивными покрытиями, когда архитектор желал перекрасить стекло в серебристый цвет. Вскоре в автомобильной промышленности убедились в том, что далеко не каждому хочется иметь черный автомобиль. Точно так же и в стекольной индустрии скоро выяснили, что далеко не каждый рынок нуждается в одинаковом покрытии. И началась бесконечная марафонская гонка за изобретением лучшей технологии покрытий и получением временного преимущества.

Постоянное совершенствование технологии покрытий привело к созданию на Западе концепции управления солнечной и тепловой энергией, проходящей через стекло[3]. Разработаны фасады зданий, которые динамически адаптируются к изменению климатических условий, автоматически поддерживая комфортные условия в помещениях.

Это так называемые «интеллектуальные» фасады. Многослойные фасады, оснащенные приборами контроля солнечного излучения и изменяющие свои свойства в зависимости от окружающих условий, снижают энергозатраты в здании к минимуму. Примерами подобных сооружений являются выставочный центр в Лейпциге и главное управление коммерческого банка во Франкфурте. Так например, в Мельбурне управляющий директора компании DMS Glass Дон Матъесон построил дом по плану архитектора Лекса Картера, используя экстраординарные преимущества ламинированного стекла в плане эстетики и энергосбережения. При этом было использовано более чем 350м² ламинированного стекла толщиной 12,8 мм с высотой листов от пола до потолка.

Передовая технология покрытия позволяет архитекторам и потребителям создать и приобрести стекольную продукцию именно того типа, который наилучшим образом отвечает их потребностям[4]. И все это вне зависимости от того, собирается ли потребитель использовать данную продукцию в условиях теплого или холодного климата и требуются ли ему такие характеристики, как защита от ультрафиолетовых лучей, способность удерживать тепло, отражать или пропускать энергию солнечного света. В будущем этот процесс будет еще интенсивнее. Исходя из того, что каждая зона имеет определенный географический климат, покрытия будут

усовершенствоваться с учетом этих различий.

Следует отметить, что наилучшим образом стекло с покрытием реализуется в стеклопакетах. Например, в США стеклопакеты с покрытием в количестве 70 процентов от общего объема остекления. За анализируемый период спрос на данную продукцию возрос годом в 6 раз.

Темпы роста стекольной продукции с покрытием за последние годы изумляют. Только в США высокопрочные стеклопакеты, для изготовления которых главным образом используется гомал низкоэмиссионное стекло, в настоящее время составляют 40 процентов от всего объема ежегодно продаваемых окон. Десять лет назад на эту продукцию приходилось меньше 10% от общего объема. Еще более внушительны показатели по Европе. Вслед за Указом об экономии энергии 1995 года возрос с 15 до 90 процентов уровень поступления низкоэмиссионного стекла на немецкий рынок высокосортных окон, равно как и на другие европейские рынки. Фактически низкоэмиссионное стекло превратилось в стандартный продукт. В Европе такое радикальное изменение явилось результатом законодательной инициативы, основанной на финансовой прибыли и заинтересованности в экономии энергии.

Происходят изменения и в индустрии производства стекла для автомобилей. Забегая вперед, можно сказать, что будущее стекла для

автомобилей представляет собой сочетание дизайнерской привлекательности и функциональности. Автомобильная промышленность больше не испытывает интереса к стеклу как средству защиты от ветра, дождя или всякого рода осколков[2]. Рынок автомобилей требует, чтобы стекло контролировало ультрафиолетовые лучи и температуру в салоне, способствовало большему комфорту для пассажира, усиливало безопасность и имело более легкий вес при более низкой стоимости составляющих компонентов. Разработка сложного по конфигурации ветрового стекла и регулировка солнечного света позволяют дифференцировать торговые марки и получить финансовую прибыль. Для производителей автомобильного стекла особенно важно иметь возможность разработать такую продукцию, которая отличала бы их от конкурентов.

Успехи стекольной промышленности в западных странах основаны на четкой технической политике производителей и значительной поддержке со стороны правительства. Государство в законодательном порядке принудительно регламентирует даже частное строительство на применение многофункциональных стекол, являющихся экономичными и безопасными.

За рубежом в зонах повышенного риска пребывания человека разрешается устанавливать только безопасное стекло. В Австралии 45% стекла, используемого в строительстве, является безопасным.

В последние 3-4 года с увеличением размеров строительного стекла с 2,1х3,6 метра до 3х6 метров современная мировая архитектура стала широко использовать фасады волнообразной формы со сплошным остеклением. Дизайнеры стремятся создавать более стильные оконные структуры, максимизируя размеры стекла и минимизируя количество окон. В частности, в ходе строительства здания судебного заседания в Фениксе (штат Аризона) архитектор Ричард Мейер использовал многослойное стекло. Выполненные из ламинированного стекла потолок и стены дают чувство открытого пространства, делая потолок более высоким и создавая эффект гигантского естественного освещения. Полупрозрачные стеклянные стены позволяют увидеть окружающее пространство и выступают символом архитектуры нового тысячелетия.

Компании, которым даже в тяжелые времена удается развиваться и расширяться, имеют одну общую черту. Хороший показатель роста зависит не столько от темпов запуска новых строительных объектов и не от каких-либо других экономических мер, а от того, насколько эффективно компания способствует развитию своих руководителей[5]. Когда у штурвала стоят подходящие люди, большинство компаний будут процветать независимо от экономического цикла. Ведь лучшие моряки воспитываются в штормовых водах. В нашем сегодняшнем мире многие руководители по-прежнему опираются в своей работе на условия

вчерашнего дня, потому что их опыт и успехи приходятся именно на то время. Однако, компания будет иметь успех сегодня, если она подготовилась к нему вчера. Чтобы иметь успех в будущем, компании должны готовиться к нему уже сегодня. Таким образом, ключ к успеху - формирование сильной армии руководителей, способных предвидеть будущее и обеспечивать такие концепции и руководство, которые имели бы наибольшую ценность и значимость в управлении все более комплексными и взаимосвязанными аспектами и продуктами.

Принципы хорошего управления предполагают и подчеркивают индивидуальную ответственность за полученные результаты. Когда управление децентрализовано, а организационная структура ограничена,

решения могут приниматься быстро. В большинстве случаев уже не существует бескомпромиссных решений, но опытные и знающие руководители сумеют принять необходимые решения, сделав верный выбор между эффективностью операций и потребностями клиента.

В настоящее время, когда цикл большого экономического роста во многих частях земного шара достиг своего полного развития, были созданы и беспрецедентные возможности для использования человеческих ресурсов. Сегодня, как никогда, трудно найти настоящие таланты. Поскольку успех любой компании определяется в первую очередь технологическим и людским потенциалом, то стабильный рост продаж и прибыли обеспечивается постоянным, последовательным развитием людей и их действий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болдырева Т.В. Маркетинговый анализ конкурентной позиции промышленного предприятия // Актуальные вопросы экономической науки. 2010. № 11-1. С. 155-160.
2. Верещагина Л.С. О повышении эффективности системы менеджмента качества промышленного предприятия // Перспективы науки. 2013. №2(41). С.102-104.
3. Еремеев М.А. Критерии оценки экономического поведения. Вестник Поволжского института управления. 2007. №12. С.112-117
4. Кублин И.М., Махметова А.Е. Дескриптивный анализ особенностей постталантного управления промышленными предприятиями // Поволжский торгово-экономический журнал. 2011. №2. С.24-28.
5. Рогачев А.Ф., Скитер Н.Н. К вопросу об экологической безопасности региона // Мир науки, культуры, образования. 2014. №1(44). С.404-407.

REFERENCES

1. Boldyreva T.V. Marketing analysis of the competitive position of the industrial enterprises// Actual questions of economics. 2010. № 11-1. Pp 155-160.
2. Vereshchagina L.S. On increasing the effectiveness of the quality management system of industrial enterprise // Scientific Perspectives. 2013. №2 (41). P.102-104.

3. Eremeev M.A. Criteria for evaluation of economic behavior. Bulletin of the Volga Management Institute. 2007. №12. P. 112-117
4. Kublin I.M., Makhmetova A.E. The descriptive analysis of the characteristics posttalenogo management of industrial enterprises // Volga trade and economic journal. 2011. №2. P. 24-28.
5. Rogachev A.F., Skeeter N.N. On the issue of environmental security in the region // The world of science, culture and education. 2014. №1 (44). P. 404-407.