

# КРИЗИС

## ВОПРОС ВЫЖИВАНИЯ ИЛИ ШАНС ДЛЯ РАЗВИТИЯ?

Владимир Коваленко

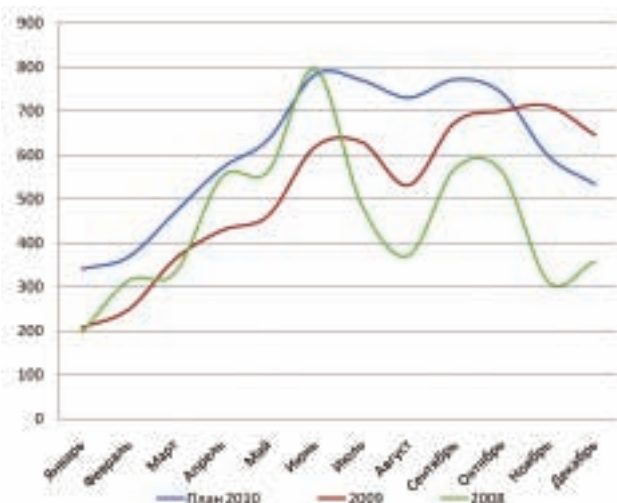
СТС – Белполипластик

Начало 2009 года практически во всех областях экономики проходило под тяжёлым давлением слова «КРИЗИС».

Это печальное явление не обошло стороной производство и реализацию пластиковых трубопроводов. Начиная со второй половины 2008 года, потребление, и, как следствие, реализация трубной продукции на рынке Республики Беларусь неуклонно и резко снижались (рис. 1).

Пиковые уровни продаж первой половины 2008 года, связанные, в определенной мере, с общим перегревом экономики, начали казаться волшебными – «раньше, когда деревья были большими, а люди (покупатели) добрыми».

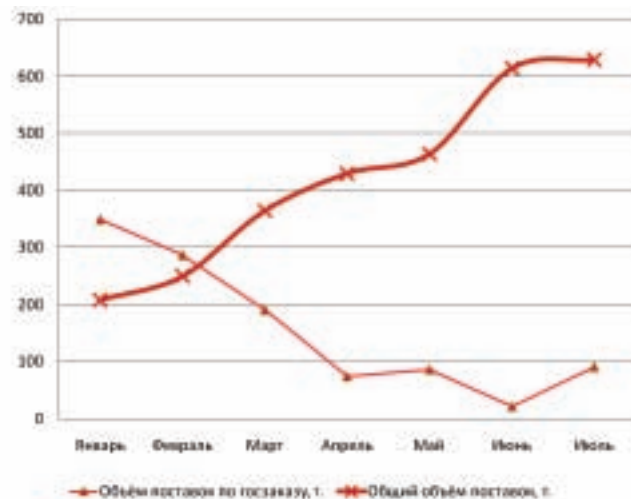
Рис. 1. Реализация трубной продукции на рынке Республики Беларусь



Большинство предприятий были вынуждены произвести определённую «переоценку ценностей», начать разработку каких-либо стратегий преодоления негативного влияния макроэкономического кризиса на экономику конкретных субъектов хозяйствования. Немногие из них, вместо оборонительной стратегии, сокращения объёмов производства, численности персонала, операционных издержек, расходов на маркетинг и рекламу, восприняли кризис как время возможностей, время реализации потенциала развития для крупных и значимых игроков рынка, связанное с регрессом либо просто уходом с рынка малых и средних игроков.

СТС – Белполипластик, белорусское подразделение Группы ПОЛИПЛАСТИК, в начале 2009 года

Рис. 2. Динамика показателей СТС – Белполипластик в первом полугодии 2009 г.



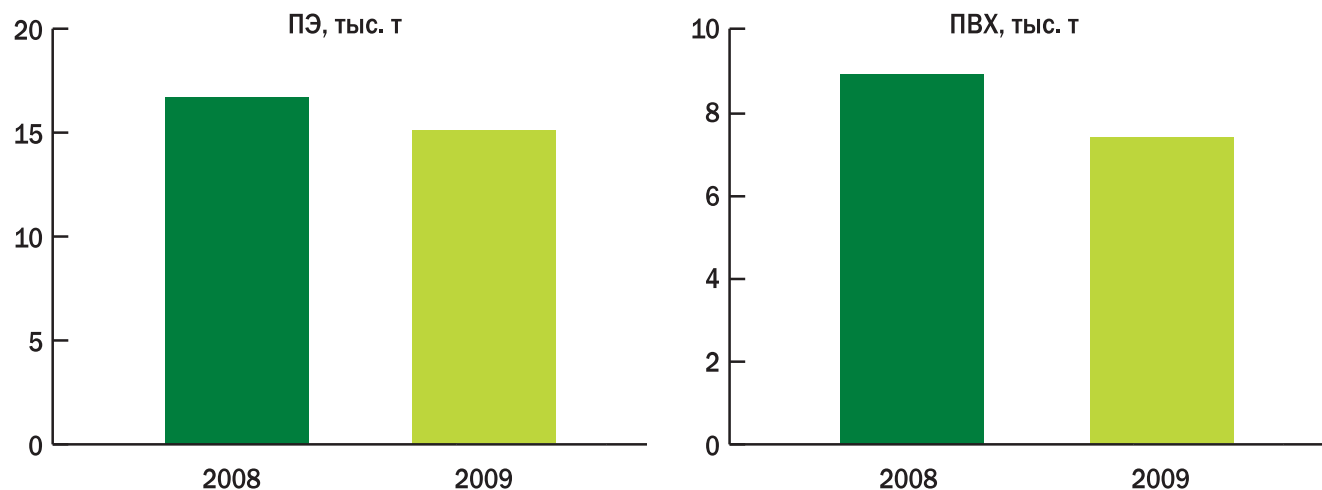


Рис. 3. Потребление полимерной трубной продукции в Республике Беларусь в 2008–2009 гг. (тыс. т)

выбрало именно стратегию развития на рынке пластиковых трубопроводов в РБ. Несмотря на негативные тенденции в белорусской экономике начала 2009 года, отсутствие бюджетного финансирования, замораживание государственных строительных программ (рис. 2), был предпринят комплекс мер, направленных именно на развитие предприятия, включающий в себя реорганизацию системы управления продажами, оптимизацию складской и транспортной логистики, изменение системы мотивации персонала, повышение уровня клиентского сервиса в компании. Выполнение этой антикризисной программы опиралось на поддержку Группы ПОЛИПЛАСТИК и ее производственного подразделения в Беларуси – Кохановского трубного завода.

На начало 2010 года можно констатировать, что нам в целом удалось достичь целей, которые мы ста-

вили перед собой год назад. Сделать такой вывод нам позволяют следующие показатели 2009 г. по отношению к 2008 г.

При общем снижении объемов потребления полимерной трубной продукции на рынке РБ (рис. 3), СТС – Белполипластик добился значительных показателей роста, что привело к серьезному изменению расстановки сил на внутреннем рынке республики (табл. 1).

Достигнутые показатели, а также ряд инновационных для РБ программ, реализуемых Группой ПОЛИПЛАСТИК в республике, позволяют нам с уверенностью смотреть в ближайшее будущее и ставить перед собой новые амбициозные цели. Несмотря на негативное влияние макроэкономического кризиса, жилищно-коммунальный комплекс Республики Беларусь продолжает развиваться, и наша задача – обеспечить его современными и надежными трубами.

Табл. 1. Изменение основных показателей трубного рынка РБ в 2009 г.

Год	Тыс. т	Рост	Доля рынка
<b>Продажи СТС – Белполипластик</b>			
2008	5,3		32%
2009	6,2	17,0%	39%
<b>Прочие поставщики</b>			
2008	8,6		68%
2009	6,2	-27,9%	61%
<b>Объем производства Кохановского трубного завода</b>			
2008	5,1		37%
2009	6,3	23,6%	49%