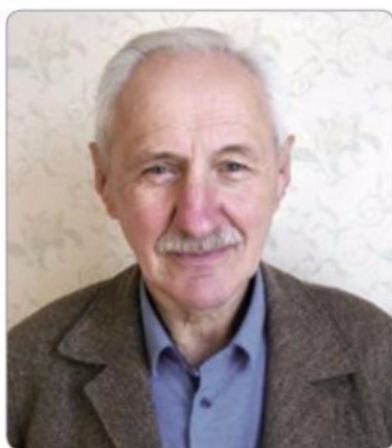


«МАРКЕТИНГОВЫЕ ВОЙНЫ» НА РЫНКЕ МЕЛКОШТУЧНЫХ ОБЛИЦОВОЧНЫХ БЕТОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

История появления мелкоштучных облицовочных изделий – блоков и плит, в РБ начинается в 1994 году, когда в окрестностях Минска было начато их производство на заводе СП «Бессер Беларусь». Некоторое время это предприятие оставалось единственным с такого рода продукцией. Соответственно, им и была выбрана стратегия первопроходца, которая состояла в быстром и масштабном внедрении на рынок товара-новинки с целью, являясь монополистом, получить сверхприбыль. Однако, это не могло продолжаться долго. Появились последователи – производители аналогичной продукции. С этого момента на соответствующем сегменте рынка строительных материалов возникла и продолжается до настоящего времени ситуация, которую можно описать в терминах «маркетинговых войн».

Развитие ситуации на рассматриваемом сегменте рынка можно описать в виде этапов, последовательно сменяющих друг друга.

Этап 1. Блок, который начало выпускать СП «Бессер Беларусь», толщиной 190 мм с размерами 390х190х190 мм был тяжелым – до 20 кг, и дорогим. Но он производился на единственном предприятии-первопроходце. Это позволяло в отсутствие конкуренции держать высокие цены на блок, хотя и на относительно узком сегменте рынка. В облицовке стен зданий выше второго этажа он вопреки ожиданиям не был востребован, за исключением нескольких эксклюзивных объектов. Основной областью его применения оказалась облицовка стен коттеджей, подпорных стенок и, что было неожиданным, устройство заборов. Так называемые, «бессеровские» заборы с течением времени стали чуть ли не основным способом ограждения территории в коттеджных поселках. Созданная для застройщиков мода на этот тип заборов, рекомендации быстро возникшего сообщества их строителей, неплохо при этом зарабатывающих на простых по своей сути работах, обеспечили устойчивый спрос на продукцию предприятия. Если проехать сегодня по окрестностям Минска, то можно обнаружить в заборах указанный выше блок в объемах на сотни тысяч долларов.



Свирин Ю. П.
Заместитель директора по маркетингу
1994–2005 г.г. – предприятие «Бессер Бел»,
2006 г. – по настоящее время –
предприятие «ПромГражданСтрой»

Этап 2. Через несколько лет, когда существование высокого спроса на продукцию СП «Бессер Беларусь» стало для многих очевидным, на рынке появились его последователи. Одно из первых – предприятие «Минскжелезобетон» с тем же блоком шириной 190 мм, но и более низкой ценой на него. В терминах Э. Райса и Дж. Траута это была фронтальная атака на первопроходца снижением цены изделия.

СПРАВКА:
«Маркетинговые войны» – понятие, использованное популяризаторами маркетинга Э. Райсом и Дж. Траутом для упрощенного, но крайне доходчивого описания действий конкурентов на рынке.

Перечень этих действий или стратегий невелик: стратегия первопроходца (пионера), стратегия защиты завоеванных позиций, стратегия нападения на позиции лидеров, стратегия партизанских действий.

Этап 3. Атаку снижения цены принял и следующий последователь – предприятие «Техинмаш», на котором было организовано производство аналогичного блока, но уже шириной 140 мм с меньшей объемной массой и, как результат, с меньшей стоимостью.

Этап 4. Отражение фронтальной атаки, предпринятое СП «Бессер Беларусь», заключалось в организации выпуска такого же блока шириной 140 мм, но с несколько меньшей, чем у конкурента ценой. Все еще большие объемы продаж позволяли это сделать, сохраняя высокую норму прибыли. Одновременно была начата подготовка выпуска нового блока шириной уже 90 мм, заметно более дешевого.

Этап 5. К этому времени на рынке появилась продукция еще одного последователя – предприятия СП «БелАмКан» с блоком шириной 140 мм и демпинговыми ценами. Однако блок шириной 90 мм от «Бессер Бел», бывшем СП «Бессер Беларусь», имел явное преимущество в цене. По этой и по ряду других причин через непродолжительное время «Техинмаш» и «БелАмКан» перестали существовать.

Этап 6. К 2005 году на рынке вибропрессованных облицовочных блоков главенствовали в основном два предприятия – «Бессер Бел» и «Минскжелезобетон». Попутно с указанными выше блоками они выпускали и плиту шириной 56 мм. Ее монтаж с применением арматурной сетки, крючков и кладки на растворе позволял вести облицовку цоколей и подпорных стенок. Это была практически единственная альтернатива их оштукатуриванию, несмотря на присутствующие при облицовке плитой недостатки – «высолы» из швов, заполненных кладочным раствором, прекращение работ по облицовке в зимнее время года и т. п.

Этап 7. В 2006 году на предприятии «ПромГражданСтрой» был начат выпуск нового блока шириной 90 мм. Он отличался по форме, и это было главным, от уже производившихся мелкоштучных изделий – имел в тыльной стороне вертикальный паз в продольном сечении в виде «ласточкин хвост». Эта его особенность позволила отказаться от кладки блоков на растворе. Блок, получивший впоследствии название «зигзаг», можно было фиксировать на стене с его тыльной стороны – цеплять за профили, сажать на шпонку из раствора, устанавливать в замок. Отсутствие следов раствора на стене, высылы из швов, простота монтажа, незначительно зависящего от погодных условий, наконец, возможность новых архитектурных решений, позволили за относительно короткое время внедрить блок «зигзаг» в практику проектирования и строительства при облицовке первого этажа зданий, подпорных стенок, цо-

Облицовка блоками «зигзаг» большой подпорной стенки.
Высокий уровень её дизайна зашкаливает!



Облицовка блоками «зигзаг» стены здания
с плиты перекрытия одновременно с кладкой стеновых блоков

колей, устройстве ограждений лоджий и заборов. Таким образом, была осуществлена в терминах Э. Райса и Дж. Траута атака на позиции лидеров, но не за счет низкой цены, а применением новых технологических решений.

Этап 8. Дальнейшее развитие идей, лежащих в основе применения блока «зигзаг», привело к появлению нового изделия – блока «зигзаг квадрат» шириной уже 50 мм с размерами 400х50х100 мм. Легкого, дешевого, с возможностью его применения в облицовке стен многоэтажных зданий по схеме вентилируемого фасада, а не только в облицовке подпорных стенок и цоколей. Его производство было начато на предприятии «ПромГражданСтрой» в 2015 году. Если придерживаться упомянутых выше авторов, то в данном случае имеет место еще одна из стратегий – защита завоеванных позиций предприятия атакой самого себя. Ведь блок «зигзаг квадрат» дешевле блока «зигзаг» и, следовательно, переход к нему при облицовке конкретного объекта снижает объем возможной выручки предприятия. С появлением блоков «зигзаг квадрат» стои-

мость основных материалов облицовки (блоки + подоблицовочный каркас) на 1 м² в зависимости от выбранного цветового решения на сегодняшний день лежит в интервале 230–260 тыс. руб. Это существенно дешевле в сравнении с другими облицовочными вибропрессованными изделиями. Если же сравнивать вентилируемый фасад здания с применением блоков «зигзаг квадрат» с известными аналогичными по способу организации фасада системами, то выигрыш в стоимости 1 м² может быть в два и более раза. Интересно отметить, что в последнем случае возможно ускорение работ по монтажу вентилируемого фасада – согласно одной из предложенных схем монтажа блоки «зигзаг квадрат» могут устанавливаться одновременно с кладкой стеновых блоков непосредственно с плиты перекрытия в отсутствие строительных люлек и лесов.

Этап 9. Он не за горами. Ведь конкуренция на рассмотренном выше сегменте рынка с неизбежностью заставит его участников искать новые возможности в организации сбыта своей продукции. В случае блоков «зигзаг квадрат» одна из таких возможностей – это выполнение работ по облицовке индивидуальным застройщиком собственными силами. Ведь монтаж в данном случае крайне прост и, по своей сути, сводится к двум операциям – закрепить на стене Д-образные профили и затем вставить в них блоки, не применяя кладочный раствор.

ПРОМГРАЖДАНСТРОЙ

ОДО «ПромГражданСтрой»
Минский р-н, г. Заславье,
ул. Заводская, 25
8 (044) 707 12 77; 8 (029) 872 83 94
8 (017) 544 25 72; 8 (017) 544 72 93
odo_pgs@tut.by
www.pgs.by