

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КЕРАМИЧЕСКОЙ ПЛИТКИ

В 2023 г. керамическую плитку в Республике Беларусь производили три предприятия: ОАО «Березастройматериалы», ОАО «Керамин» и ОАО «Брестский КСМ». В ноябре 2023 г. ОАО «Брестский КСМ» объявлено банкротом.

Суммарный объем выпуска керамической плитки внутри страны в 2023 г. составил 25,4 млн м², что на 11,1% ниже показателей 2022 г.

Производство плитки в Беларуси носит выраженный экспорто-ориентированный характер. Экспорт плитки керамической из Республики Беларусь в 2023 г. составил 20,7 млн м² на сумму 84,5 млн долл. США. Объем экспортных поставок в натуральном выражении увеличился на 1,5% к 2022 г., в стоимостном – снизился на 14%. Средняя экспортная цена плитки составила 5,0 долл. США, что на 7,3% ниже уровня соответствующего периода 2022 г. Доля экспорта в объемах производства в 2023 г. составила 81,3%.

В январе-ноябре 2023 г. экспорт плитки составил 18,8 млн м² на сумму 94,0 млн долл. США. В натуральном выражении снижение к соответствующему периоду 2022 г. составило 5,0%. Падение объемов экспорта в стоимостном выражении достигло 11,9%.

Ценовой диапазон экспортных поставок отечественной керамической плитки составляет от 4,1 до 6,1 долл. США за 1 м². Отечественная продукция на экспортных рынках воспринимается как сегмент «эконом» и «среднего» класса.

В январе-ноябре 2023 г. импорт керамической плитки в Республику Беларусь составил 5,7 млн м² на сумму 60,2 млн долл. США. По отношению к соответствующему периоду 2022 г. средняя импортная цена плитки снизилась на 3,5% и составила 10,6 долл. США на 1 м².

Основными странами-поставщиками керамической плитки в республику являются Россия и страны Евразии.

Динамика импорта свидетельствует о высоком импорте и увеличении присутствия на белорусском рынке керамической плитки из Индии, Китая и Российской Федерации.

Удельный вес импортных поставок плитки в Беларусь «эконом», «среднего» и «среднего +» ценового сегмента из России составил 57,32% от общего объема поставок. Вместе с тем, 28,1% всего импорта приходится на поставки плитки «премиум» класса из стран ЕС, средняя импортная цена которой составляет 18,0 долл. США за 1 м².

Среди российский заводов-производителей на белорусском рынке широко представлены такие бренды, как «KeramaMarazzi», «Unitile», «Graciaceramica», «Уральский гранит», «AlmaCeramica», «Estima», «Нефрит-керамика» и др.

Средняя импортная цена за январь-ноябрь 2023 г. к соответствующему периоду 2022 г. снизилась на 3,5%. Больше всего она выросла на плитку из Италии, Испании и Польши. Из Китая и России, наоборот, цены резко снизились – на 50,3 и 21,4% соответственно.

Поставки плитки керамической на внутренний рынок тремя белорусскими производителями в январе-ноябре 2023 г. снизились на 2,5% к соответствующему периоду 2022 г. и составили 6,6 млн м².

В январе-ноябре 2023 г. емкость внутреннего рынка составила 12,2 млн м². Доли белорусский заводов-изготовителей распределились следующим образом: ОАО «Керамин» – 33,1%, ОАО «Березастройматериалы» – 20,3%, ОАО «Брестский КСМ» – 0,2%. Доля импортной плитки составила 46,4%.

Продукция ОАО «Березастройматериалы» в сравнении с ОАО «Керамин» почти по всем товарным позициям имеет конкурентное преимущество по ценовому фактору.

В 2022 г. производители отмечали значительный рост себестоимости производства, что было связано с ростом стоимости сырья (и даже образование дефицита в марте-апреле 2022 г.), транспортно-логистических услуг, энергии. Это привело к росту цен на керамическую плитку и керамогранит и смещению границ ценовых сегментов на 20-30% на разные форматы и коллекции керамической продукции. Кроме того, значительно выросли цены на импортную продукцию из стран ЕС – на складские остатки, а также продукцию, поставляемую небольшими партиями через третьи страны.

Одним из слабых мест в деятельности ОАО «Березастройматериалы» является ориентация на выпуск только одного направления строительных материалов – керамической плитки. ОАО «Керамин» выпускает следующую продукцию: плитки для внутренней облицовки стен, пола; керамический гранит полированный и неполированный; санитарно-технические изделия (умывальники с пьедесталами, унитазы с бачками, биде, писсуары и т.д.); кирпич керамический, в том числе лицевой и лекальный.

Данные возможности позволяют охватить более широкие сегменты рынка, укрепить известность марки, и, тем самым, увеличить прибыль предприятия, а также диверсифицировать собственные риски.