

31. Формування ринку побутових виробів зі скла в Україні та його вплив на економіку країни

Тетяна Грищенко, Інна Григоренко

Національний університет харчових технологій

Вступ. Ринок товарів зі скла не є статичним об'єктом дослідження, він знаходиться в постійній динаміці параметрів, які корегуються саме потребами людини. Альтернатива вибору товарам зі скла постійно зростає, зокрема керамічні та металеві вироби, іноді побутові вироби з пластмаси, нові види на кшталт склокераміка, склопластик тощо. Нажаль, сьогодні для розширення асортименту виробів зі скла та збільшення їх продажу не впроваджуються дієві рекламні інструменти товарознавчого спрямування, зокрема орієнтація на їх повну біологічну інертність порівняно з іншими відомими матеріалами, що вказує на їх цілковиту безпечність (ASTM).

Матеріали та методи. Теоретичні та експериментальні дослідження були виконані з використанням загальнонаукових методів таких, як аналіз, синтез, індукція, дедукція, анкетування, експертна оцінка.

Результати та обговорення. За даними Українського державного інституту скла в Україні на початку 2000 року нараховувалося близько 37 підприємств, що виробляють скло, або ж мають безпосереднє відношення до скловаріння. Серед них більше 20 склозаводів, які займаються виробництвом скла: Львівське виробниче об'єднання «Райдуга», яке включає 5 заводів та інші.

Обсяги реалізації скловиробів впродовж 2008-2013 років постійно змінювалися. В 2013 році порівняно з 2008 обсяги реалізації зменшилися вдвічі, а велика кількість заводів взагалі не працює. Через це спостерігається тенденція значного зростання імпорту виробів зі скла до України. Якщо виробництво скла листового, будівельного та скляної тари в Україні ще тримається на середньому рівні, то виробництво виробів побутового призначення майже припинилося. Альтернативою українському виробнику стали дешеві вироби з Китаю, Росії, Туреччини та більш дорогі та якісні вироби з Чехії, Італії тощо. В більшості магазинів присутні скловироби визнаної Богемії, завдяки своїм високим естетичним властивостям та оригінальному дизайну. За даними результатів опитування споживачів спеціалізованих магазинів Києва 37,8% надають перевагу виробникам столового скляного посуду країн Європи; 11,7% - країн СНГ; 27,9 % - України та 22,6% респондентів не надають цьому значення. Серед факторів, що впливають на вибір при купівлі столового посуду більшість респондентів обрали якість (34,9%), як відповідність нормативному документу; для 28,5% опитуваних важливе значення має ціна; для 22,2% - торговельна марка або фірма-виробник; для 8,8% - реклама й 5,6% назвали інші фактори, зокрема товарний вигляд, стиль, мода, колір, форма, зручність користування, комплектація тощо.

Висновки. Перспективними методами виробництва скляних виробів є вдосконалення його декорування, зокрема лазерного, яке широко застосовується в Англії, Німеччині, Бельгії та ін. Враховуючи попит споживача, сьогодні необхідно збільшити випуск комплектного посуду (сервізи чайні та кавові, подарункові набори тощо), виробів-новинок з кольорового скла та кришталю, декорованих живописом золотом, сріблом, платиною, люстровими і силікатними фарбами, освоїти виробництво освітлювальних виробів, зокрема люстр, бра тощо. Це дасть можливість вітчизняним скляним виробам стати конкурентоспроможними і зайняти достойне місце як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринку.