

диненной Европе особую значимость приобретают экологические аспекты безопасности всех стран. Особенно актуальными эти проблемы становятся для государств трансграничных регионов, к которым можно отнести и Беларусь.

*В.И. Иванцов, канд. техн. наук,
Н.Ч. Горбач, аспирант,
С.В. Сильченкова, аспирант*

БГЭУ (Минск)

АНАЛИЗ РЫНКА СОВРЕМЕННЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ РАБОЧЕЙ И СПЕЦИАЛЬНОЙ ОДЕЖДЫ

В последнее время на текстильном рынке возрос спрос на ткани специального назначения, сегодня заказчик диктует свои условия производителю: ткани бытового и специального назначения должны обладать водо-, масло-, грязеотталкивающими свойствами. Ткани для рабочих специальностей нефтяной и газовой промышленности должны обладать огнезащитными свойствами.

Популярность и значимость среди производителей и потребителей профессиональной, специальной, ведомственной, корпоративной одежды возрастают по мере формирования современного рынка этой продукции. Этому способствуют достижения в развитии производства и расширении ассортимента продукции специального назначения, в повышении ее качества и конкурентоспособности, а также в совершенствовании дизайна, конструкции и технологии.

Мировой рынок продаж средств индивидуальной защиты (СИЗ), к которым относятся профессиональная одежда, специальная обувь и средства индивидуальной защиты, составляет 12 млрд EUR, из которых 4,5 млрд EUR приходится на европейские страны, 500 млн EUR — на Россию. Наблюдается разница в структуре рынка: европейские компании уделяют больше внимания средствам индивидуальной защиты, отечественные — спецодежде и обуви. На европейском рынке на долю спецодежды и спецобуви приходится 37 % общего объема рынка средств индивидуальной защиты, почти столько, сколько приходится на средства защиты головы — 33 %.

При этом в последние годы наблюдается быстрое развитие рынка СИЗ в странах Юго-Восточной Азии, особенно в Китае.

Российский рынок средств по охране труда (средства индивидуальной защиты) начал формироваться в начале 1990-х гг. По оценкам экспертов, объем этого рынка в стоимостном выражении к началу 2004 г. превысил 500 млн EUR, а его рост за последние 5 лет составил 15 %.

Из известных компаний на территории СНГ, выпускающих продукцию, предназначенную для защиты работающего от воздействия опас-

ных и вредных производственных факторов, наиболее крупными являются ЗАО «Чайковский текстиль», ОАО «Текстильный Торговый Дом «Яковлевский»», ОАО «Моготекс».

В последние годы наблюдается эволюция спецодежды: переход от универсальной рабочей одежды к профессиональной для работников конкретных производств, отраслей. А придание специальной одежде современного стиля и дизайна способствует повышению эстетических свойств. В качестве материала верха используются хлопчатобумажные, полиамидные и смесовые ткани, в основном полученные из смесок полиэфирных и хлопковых волокон в различных соотношениях. Такое сочетание волокон объясняется тем, что в смесовых тканях в наибольшей степени проявляется синергетический эффект положительных свойств хлопка и полиэфира.

Немаловажную роль при выборе тканей играет то, как они поведут себя в процессе носки. В последнее время на рынке стали появляться ткани китайского и корейского производства, которые по своему внешнему виду мало отличаются от отечественных аналогов, но содержание формальдегида в них в несколько раз превышает предельно допустимые нормы.

Дальнейшее развитие производства специальной одежды связано с появлением новых специальных материалов, технологий, структурных элементов спецодежды, ее дизайна и других факторов.

С.Н. Ивашко, магистрант

БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРАХОВЩИКА: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Одним из наиболее эффективных современных способов развития страхового рынка является применение методов маркетинга в деятельности страховщиков. Расширение использования маркетинга — одно из наиболее перспективных направлений развития белорусского страхования.

Основными составляющими маркетинга в страховании являются: исследование страхового рынка; разработка маркетинговой стратегии и планирование маркетинговой деятельности страховой организации; разработка страховых услуг, которые могут быть востребованы на страховом рынке; распространение и продвижение страховых услуг на рынок; маркетинговый контроль и анализ деятельности страховой организации.

В настоящее время страховым организациям приходится работать в очень сложных условиях. Во-первых, переход к рыночной экономике неизбежно ставит их перед необходимостью работать по-новому, по законам и требованиям рынка, приспособлявая все стороны деятельности к меняющейся рыночной ситуации. Во-вторых, потребитель сегодня