



# Обзор рынка СПК в Украине за 2018 год

Обзор составлен на основе опроса руководителей  
крупнейших производственных предприятий Украины



# Введение

После уверенного роста оконного рынка Украины в течение нескольких лет (2016 -2017 гг.), 2018 год показал нерадостные результаты. За отчетный год рынок просел в среднем на 10%.

Основная причина этого – нестабильная ситуация в стране и, как следствие, снижение экономических показателей и платежеспособности населения.

Предстоящие выборы, а вместе с ними непредвиденные перемены, тормозят многие процессы в разных сферах экономики Украины. Оконная отрасль - не исключение.

Тем не менее, большая часть оконных компаний продолжают развивать свой продукт, бренд, сервис и, по возможности, расширять свои дилерские сети. По-прежнему в продажах лидирует продукция стандарт-класса, и все так же «энергоэффективность» является главным трендом.

В настоящем обзоре ведущие компании-производители СПК Украины высказали свое мнение и оценки результатов 2018 года, а также прогнозы на 2019 год.

*Какие перспективы 2019 года? Что может повлиять на развитие и рост показателей рынка? Об этом и другом «из первых уст» - в данном анализе.*

63%

опрошенных компаний отметили **снижение объемов рынка** СПК в 2018 году в сравнении с показателями прошлого года – в среднем на 10%

72%

компаний отметили, что для оконного рынка СПК в отчетном году были характерны **непрогнозируемые колебания**, а также **ценовой демпинг** (отметили 47% респондентов)

38%

компаний продолжили **развивать свой продукт и бренд**, а также почти треть респондентов (29%) продолжили **расширять свою дилерскую сеть**

62%

опрошенных компаний отметили, что в их продажах преобладала **продукция стандарт-сегмента**, при этом продукция премиум-класса уверенно занимает около 10% от объема продаж

90%

компаний считают, что **энергоэффективность** по-прежнему будет главным трендом среди потребителей в 2019 году



## Положение дел в отрасли

Для оконного рынка 2018 года были характерны непрогнозируемые колебания. 1-ый квартал 2018 года ознаменовался спадом объемов продаж (из-за затяжной зимы). 2-ой квартал года, вроде бы, выровнял показатели, но по итогу 3-го и 4-го кварталов год все же имел отрицательную динамику в сравнении с показателями успешного 2017 года.

Оконный рынок Украины уже давно не имеет четкой сезонности. В связи с этим компаниям-производителям все сложнее лавировать в закупках, производстве и продажах продукции, чтобы в итоге больше выиграть в цене.

К этим особенностям добавились и другие факторы. Это **малые объемы государственного кредитования** по программе энергосбережения и более жесткие требования программы IQ Energy от банка ЕБРР. (Эти программы являются основными стимулами развития отрасли). И главный фактор - нестабильность экономического фона в стране и определенная неуверенность в связи с предстоящими выборами.

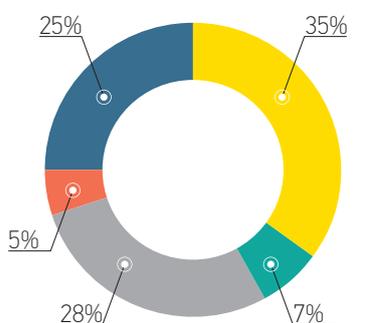
Как следствие, в 2018 году отмечалось **снижение доли первичного строительства**, что подтвердили результаты нашего опроса. Большая часть опрошенных отметили, что доля остекления новостроя не превысила в их объемах 20%.

В таких условиях, естественно, ужесточилась конкуренция на рынке, а также имел место **ценовой демпинг**. Для сравнения, согласно результатам наших опросов, показатель ценовых войн 2017 года – 27%, по итогу 2018 года – 47%.

Тем не менее, **большинство компаний-производителей** светопрозрачных конструкций **продолжили развивать свое дело**, уделяя внимание развитию продуктовых линеек, усиливая позиции бренда и расширяя дилерскую сеть.

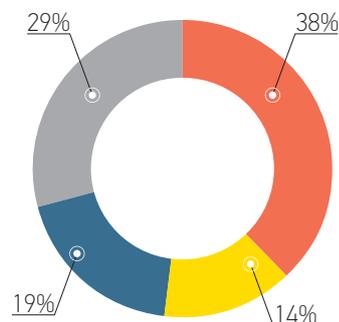
Ведь известно: в условиях жесткой конкуренции ставка на развитие – самое оптимальное решение для выигрыша в долгосрочной перспективе.

### Как Вы оцениваете объем рынка СПК в 2018 году относительно 2017 года?



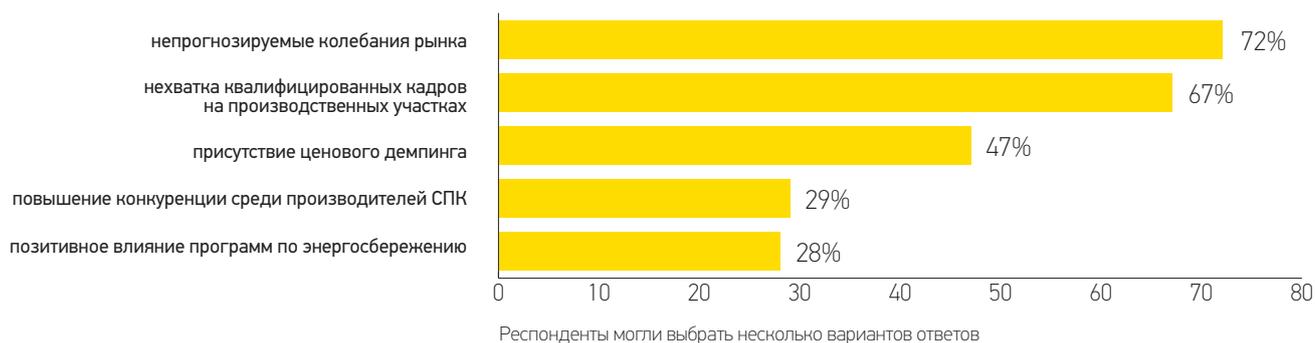
- 7% |** увеличился более чем на 10%
- 5% |** увеличился до 10%
- 25% |** остался без изменений
- 28% |** снизился до 10%
- 35% |** снизился более чем на 10%

### Что наиболее полно отражало деятельность Вашей компании в 2018 году?

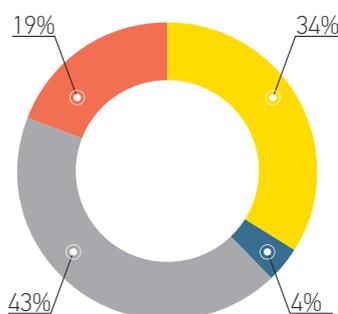


- 38% |** стратегия развития (сервис, продукт, персонал, бренд)
- 29% |** стратегия расширения дилерской сети
- 19% |** функционирование в обычном режиме
- 14% |** стратегия оптимизации издержек

## Что из предложенных вариантов характеризует оконный рынок 2018 года?



## По Вашему мнению, какова была доля остекления нового строительства в 2018 году в разрезе общего объема рынка?



**43% |** до 20% остекление нового строительства

**34% |** 20-30% остекление нового строительства

**19% |** 30-40% остекление нового строительства

**4% |** более 40% остекление нового строительства





# Продукция

Несмотря на колебания рынка в 2018 году, **продукция стандарт-класса** по-прежнему лидирует в продажах у большинства опрошенных компаний. С завидной популярностью средний ценовой сегмент год от года держит свои 60%. **Премиальная продукция** также, хоть и с небольшими темпами, но показывает уверенный прирост.

Это объясняется высоким уровнем осведомленности конечных потребителей. Покупатели предпочитают приобретать более функциональный продукт с энергосберегающими свойствами, понимая выгоду от вложенных средств, как в комфорте использования, так и в дальнейшей экономии на коммунальных платежах.

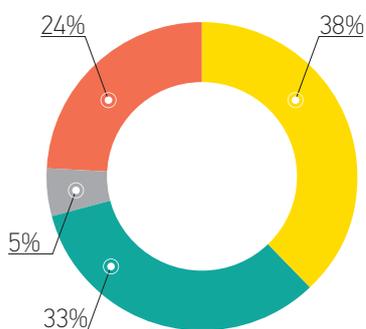
Понимая динамику, компании-производители вводят дополнительные позиции в свой ассортимент, все чаще используя комплектующие «стандарт+» или премиум-класса.

Так называемые «глухари» (окна без открывающихся створок) становятся все менее востребованы на рынке. Согласно полученным данным, в 2018 году у большинства компаний в объеме продаж **глухие окна** составили в среднем 10%. Все больше на рынке появляются открывающиеся окна, что отвечает европейским тенденциям.

«Теплые» окна сохраняют популярность и являются главным трендом последних лет. В 2018 году у большей части опрошенных ведущих компаний рынка (67% респондентов) оконные конструкции с энергосберегающими свойствами составляли более 40% от общего объема продаж.

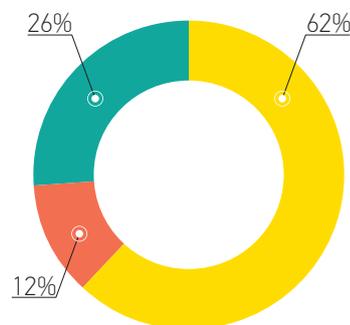
Если оконные дилеры уже успешно умеют продавать «теплые» окна, и есть для этого информационная платформа благодаря государственной программе и не только, то реализовывать окна, оснащенные противозломными элементами, оконным компаниям на данном этапе сложнее.

## Как изменилась Ваша продуктовая линейка в 2018 году?



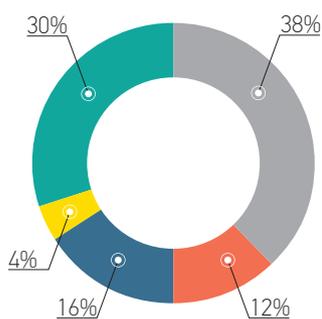
- 38% |** произвели частичную замену комплектующих
- 33% |** без изменений
- 24% |** ввели в ассортимент новый профиль
- 5% |** ввели в ассортимент новую фурнитуру

## Продукция какого ценового сегмента преобладала в Вашем объеме продаж в 2018 году?



- 62% |** стандарт-сегмент
- 26% |** эконом-сегмент
- 12% |** премиум-сегмент

## Какую долю в Ваших объемах составили продажи "глухих" окон в 2018 году?



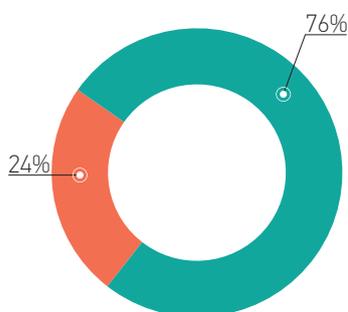
- 30% |** до 10% "глухих" окон
- 38% |** 10-15% "глухих" окон
- 16% |** 15-20% "глухих" окон
- 12% |** 20-25% "глухих" окон
- 4% |** более 25% "глухих" окон

Одна из причин – низкая осведомленность покупателей о возможностях и свойствах таких окон. Плюс монтаж окон с противовзломом должен быть более скрупулезным и точным, чтобы конструкция максимально выполняла свои задачи.

Многие операторы рынка, понимая долгосрочную перспективу данного продукта, уже уделяют должное внимание продвижению **противовзломных окон** и обучению специалистов по монтажу и замерам относительно особенностей их установки.

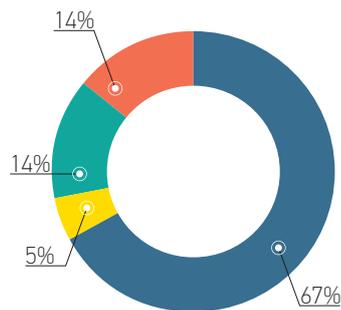
В условиях нестабильной экономики, как правило, криминогенная обстановка растет. И современный потребитель, желая обеспечить свою **безопасность**, готов выделить дополнительные средства, чтоб получить больше комфорта и обеспечить сохранность своего имущества.

## Какую долю в Ваших объемах продаж в 2018 году составили окна с противовзломными элементами?



- 76% |** до 5% окон с противовзломом
- 24% |** 5-10% окон с противовзломом
- 0% |** более 10% окон с противовзломом

## Какую долю в Ваших объемах продаж в 2018 году составили энергосберегающие окна?

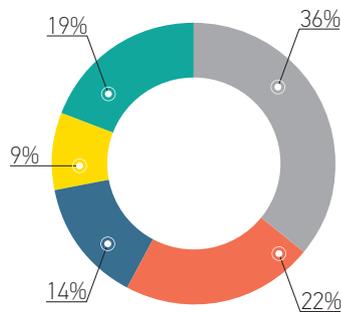


- 67% |** более 40% энергосберегающих окон
- 14% |** 30-40% энергосберегающих окон
- 14% |** 20-30% энергосберегающих окон
- 5% |** 10-20% энергосберегающих окон
- 0% |** менее 10% энергосберегающих окон

Те компании, которые выбирают развитие своей продуктовой линейки и понимают выгоду этого маржинального продукта, находятся на шаг впереди других участников рынка. Это особенно ценно в условиях возрастающей конкуренции.

Еще одним продуктом, который набирает все большую популярность на оконном рынке, являются **межкомнатные дверные конструкции** из ПВХ. Интересные дизайнерские решения и новые технологии позволяют этому продукту выгодно конкурировать с другими межкомнатными дверями. Они обладают большими теплоизоляционными свойствами и долговечностью, в сравнении, к примеру, со шпоновыми. К тому же, на рынке появились ПВХ двери с алюминиевыми накладками, что обеспечивает большую надежность и лучшие эксплуатационные свойства.

## Какую долю в Ваших объемах продаж в 2018 году составили дверные ПВХ конструкции с использованием дверных замков?



- 14% |** до 5% ПВХ конструкции с дверными замками
- 22% |** 5-10% ПВХ конструкции с дверными замками
- 36% |** 10-15% ПВХ конструкции с дверными замками
- 19% |** 15-20% ПВХ конструкции с дверными замками
- 9% |** более 20% ПВХ конструкции с дверными замками



# Продвижение

В 2018 году оконные компании все больше уделяли внимание проведению акций, как самостоятельных, так и совместных с партнерами. Акции являются действенным драйвером любых продаж. Особенно они актуальны в условиях обострившейся конкуренции, которая была характерна для отчетного периода.

С каждым годом увеличивается число компаний, которые активно присутствуют в интернет-пространстве, а также продвигают свою продукцию через энергосберегающие программы. Интернет-площадки и специальные программы для расчета окон становятся неотъемлемыми инструментами сегодняшнего дня.

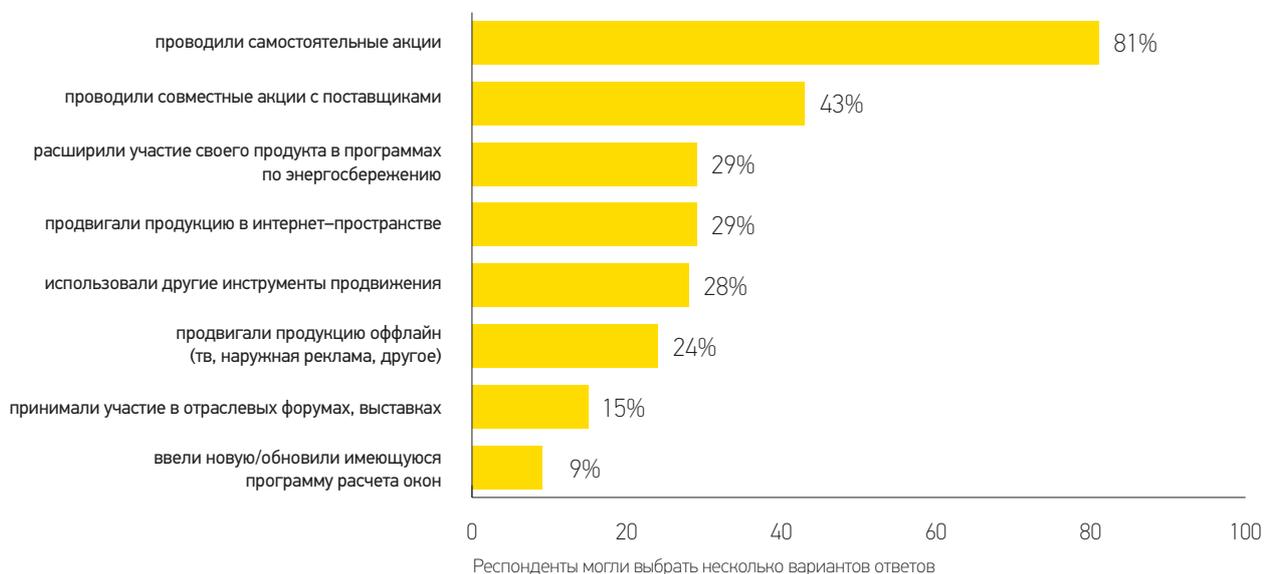
Таким образом, подавляющее большинство респондентов в отчетном году организовывали **собственные**

**акции (81%)** и/или проводили их **совместно с поставщиками (43%)**. Продвигали свою продукцию через **программы «теплых» окон (29%)**, активно использовали **интернет-ресурсы для продвижения (29%)** продукции.

Ведущие компании с целью продвижения бренда и усиления его позиций на рынке использовали мощный, но в тоже время более затратный инструмент, – реклама на ТВ и других носителях (24%).

Отраслевые форумы остаются неотъемлемыми инструментами укрепления имиджа ведущих компаний, а также платформой для обсуждения и поиска новых решений развития бизнеса и отрасли в целом.

## Какие инструменты по продвижению продукта Вы активно использовали в 2018 году?





## Ожидания

2019 год – это год перемен, возможностей и осторожных оценок. Резонно – мнения опрошенных компаний относительно развития рынка в этом году разделились.

Большая часть респондентов (**43%**) ожидают **спад объемов рынка** – в диапазоне 10%. Треть опрошенных предполагают, что рынок будет на уровне прошлого года. Оставшаяся часть (19% опрошенных) настроены более оптимистично и ожидают рост показателей в сравнении с результатами 2018 года.

Безусловно, для переживаний есть основания – предстоящие президентские и парламентские выборы, которые во многом определяют, как будет развиваться экономика страны, что напрямую влияет на оконную отрасль.

Несмотря на неуверенные оценки динамики рынка в 2019 году, опрошенные компании почти единодушно обозначили тренды будущего периода и основные факторы развития отрасли.

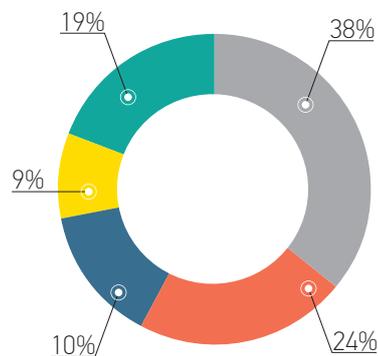
**Энергосберегающие окна** будут по-прежнему лидировать в продажах. Окна, оснащенные **взломоустойчивыми** элементами также, по мнению опрошенных, будут востребованы, в связи со спросом потребителей, что описано выше.

В разрезе стоимостной категории, **продукция стандарт-класса** будет лидировать. Ожидается, что премиум-сегмент будет также расти. Что, скорее всего, приведет к конкурентной борьбе в этом сегменте. Соответственно, премиальная продукция может стать более доступной.

Основные факторы, которые могут положительно повлиять на развитие отрасли в 2019 году, являются рост

экономических показателей и стабильность в стране. Что, в свою очередь, увеличит платежеспособность населения. И, соответственно, стабильность в стране будет способствовать развитию программ по энергосбережению. С целью повышения энергонезависимости Украины, которая является приоритетной задачей развития нашей страны.

### Ваш прогноз по рыночной ситуации на 2019 год в сравнении с 2018 годом?



**9% |** рост рынка более чем на 10%

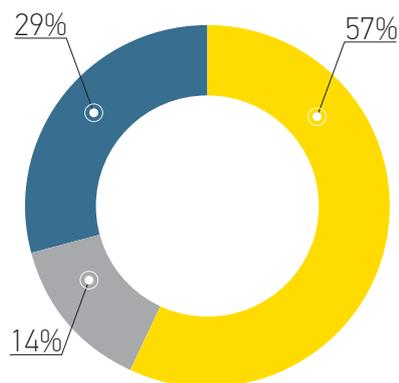
**10% |** рост рынка на 10%

**38% |** без существенных изменений

**19% |** сокращение рынка до 10%

**24% |** сокращение рынка более чем на 10%

## Какой сегмент комплектующих, по Вашему мнению, будет наиболее востребованным в 2019 году?

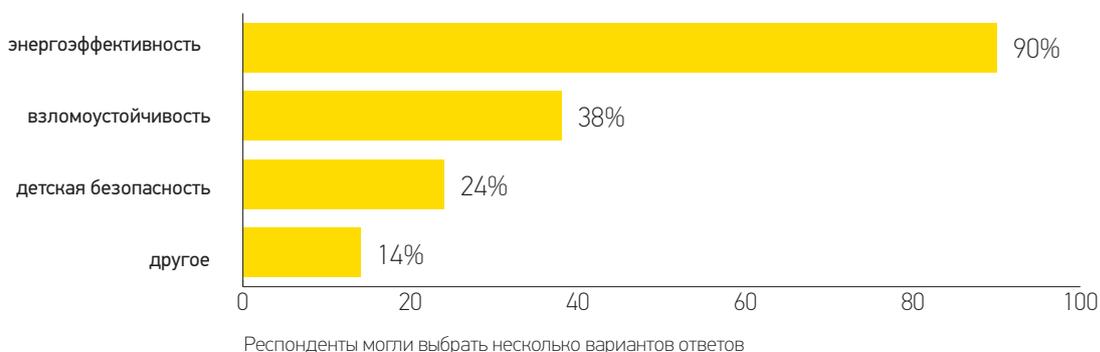


**57%** | стандарт-сегмент

**29%** | эконом-сегмент

**14%** | премиум-сегмент

## Как Вы считаете, какие тренды будут востребованы среди потребителей СПК в 2019 году?



## Что, по Вашему мнению, может повлиять на развитие оконной отрасли в 2019 году?





+38 (067) 554 27 77



+38 (067) 500 77 79  
+38 (056) 794 07 66



[instagram.com/axor\\_live](https://www.instagram.com/axor_live)



[facebook.com/AxorIndustry](https://www.facebook.com/AxorIndustry)



[infoaxor@axorindustry.com](mailto:infoaxor@axorindustry.com)



[axorindustry.com](https://www.axorindustry.com)