

**AXOR**



# Обзор рынка СПК в Украине за I-II кв. 2018 года

Обзор составлен на основе опроса руководителей  
крупнейших производственных предприятий Украины



# Введение

Для оконной отрасли Украины в первом полугодии 2018 года были характерны непрогнозируемые колебания рынка. В 1-ом квартале был резкий спад объемов продаж, что заставило поволноваться многих участников рынка. Во 2-ом квартале ситуация выровнялась и показатели продаж выросли, хотя не так стремительно, как хотелось его участникам.

Анализируя итоговые показатели полугодия, мнения опрошенных разделились. Некоторые компании отметили небольшой рост рынка, другая часть опрошенных обозначили его спад и оставшаяся часть указали, что рынок остался на уровне прошлого года. В целом, в отчетном периоде была зафиксирована незначительная позитивная динамика развития отрасли в сравнении с аналогичными показателями прошлого года.

С надеждой на развитие отрасли и верой в консолидацию рынка ведущие компании-производители продолжают активную работу по развитию своего продукта, укреплению позиций на рынке и завоеванию новых вершин. Ставку компании делают на основные тренды – энергоэффективность и многофункциональность оконных конструкций.

Для более детального раскрытия темы мировых трендов оконной отрасли и их актуальности на нашем рынке впервые в данном обзоре представляем новый раздел «Мнение экспертов».

Читайте, анализируйте, берите на заметку полученные данные и мнения.

47%

опрошенных компаний отметили непрогнозируемые **колебания рынка** в 1-м полугодии 2018 года

80%

компаний выбрали стратегию **развития и расширения** в отчетном периоде

54%

опрошенных компаний указали, что в их общем объеме продаж за отчетный период **энергосберегающие окна** составили более 30%

60%

опрошенных отметили эффективность **тренингов и семинаров**, проведенных для сотрудников отдела продаж

100%

опрошенных компаний выделили **«энергоэффективность» как основной тренд будущего сезона**, при этом многие также обозначили возрастающую популярность «детской безопасности» и конструкций с антивандальными элементами.

# Положение дел в отрасли

1-ый квартал 2018 года ознаменовался затянувшимся спадом объемов продаж. Погодные условия (затяжная зима) не способствовали ни остеклению вторичного жилья, ни работам по остеклению зданий нового строительства. Оживление на рынке и новое вдохновение оконные компании почувствовали после участия в международных отраслевых выставках (Германия, Турция), а также с приходом долгожданной весны и потепления.

2-ой квартал медленно, но уверенно выровнял показатели. И по итогу первого полугодия большая часть респондентов обозначили позитивную динамику в отрасли в сравнении с аналогичными показателями прошлого года.

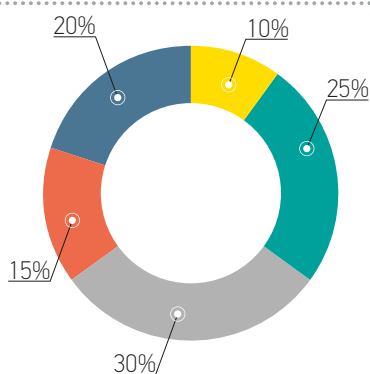
Треть из опрошенных компаний обозначили рост рынка

в диапазоне 10%, почти столько же опрошенных отметили сохранение показателей на уровне прошлого года (к слову, в 2017 году в первом полугодии также был отмечен прирост рынка).

Деятельность ведущих компаний-производителей СПК в отчетном периоде была сосредоточена на развитии своего продукта, бренда и персонала (40%), а также расширении дилерской сети (40%).

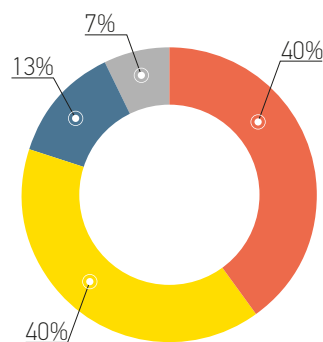
Все также компании отмечают нехватку квалифицированных кадров на производстве, но уже не так критично, как в прошлом году (72% опрошенных указали на данную проблему по итогу 2017 года). Все больше руководители компаний верят в программы по энергосбережению и уделяют им особое внимание.

## Как Вы оцениваете объем рынка СПК в первом полугодии 2018 года относительно аналогичного периода в 2017 году?



- 10%** | увеличился более чем на 10%
- 25%** | увеличился до 10%
- 30%** | остался без изменений
- 15%** | снизился до 10%
- 20%** | снизился более чем на 10%

## Что наиболее полно отражает деятельность Вашей компании в первом полугодии 2018 года?



- 40%** | стратегия развития (сервис, продукт, персонал, бренд)
- 40%** | стратегия расширения дилерской сети
- 13%** | функционирование в обычном режиме
- 7%** | стратегия оптимизации издержек

## Что из предложенных вариантов характеризует оконный рынок в первом полугодии 2018 года?





# Продукция

Как показали анализы предыдущих периодов и данные текущего отчета, в продажах у большинства компаний уже давно лидируют изделия стандарт-сегмента. Продукция экономкласса востребована все меньше. Доля премиальной продукции постепенно увеличивается. Окна становятся «умнее», функциональнее, безопаснее, оснащенные энергосберегающими свойствами.

В первом полугодии 2018 года в продажах у большинства опрошенных компаний энергосберегающие окна составили более 30% от общего объема реализованной продукции. Спрос на «теплые» окна, вероятнее, будет расти и дальше.

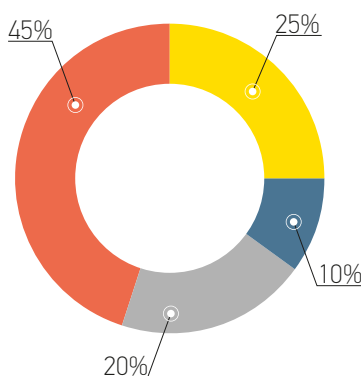
«Глухие» окна менее популярны год от года, но уверенно занимают свои 10%. Окна с дополнительными функциями «взломоустойчивости» в продажах у большинства опрошенных компаний составили в отчетном периоде - до 5%. Тем не менее, осведомленность покупателей о данных

опциях окна и, соответственно, спрос на такие конструкции растет.

Доля металлопластиковых входных и межкомнатных дверей в объеме продаж у компаний в отчетном периоде составила в среднем 10%. И это закономерно в связи сезонностью данной категории. К примеру, в 2017 году по итогу активного сезона у большинства компаний доля таких конструкций в продажах составила более 15%. Такой показатель, скорее всего, стоит ожидать в 3 квартале 2018 года.

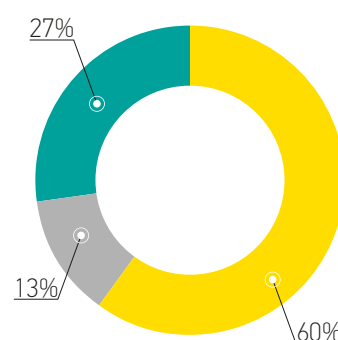
Мировые тенденции многофункциональных и энергосберегающих оконных конструкций все активнее приходят в Украину. Поэтому оконные компании находятся в постоянном поиске новых оптимальных вариантов, расширяя свою продуктовую линейку и частично экспериментируя с комплектующими.

## Как изменилась Ваша продуктовая линейка в первом полугодии 2018 года?



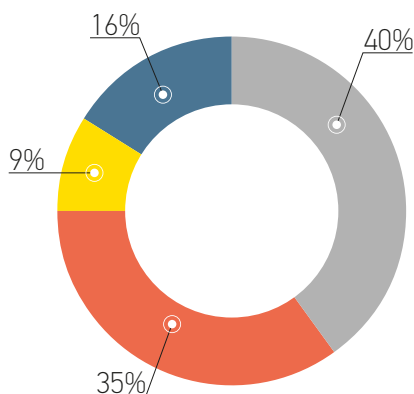
- 25% |** ввели в ассортимент новый профиль
- 10% |** ввели в ассортимент новую фурнитуру
- 20% |** произвели частичную замену комплектующих
- 45% |** без изменений

## Продукция какого ценового сегмента преобладала в Вашем объеме продаж в первом полугодии 2018 года?



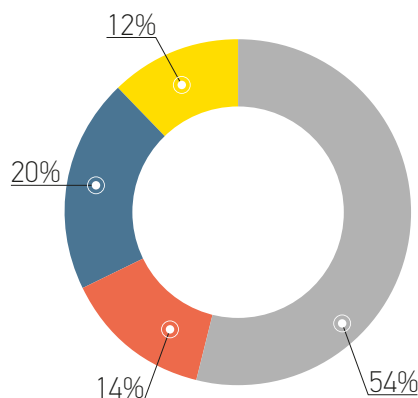
- 60% |** стандарт-сегмент
- 27% |** эконом-сегмент
- 13% |** премиум-сегмент

Какую долю в Ваших объемах составили продажи "глухих" окон в первом полугодии 2018 года?



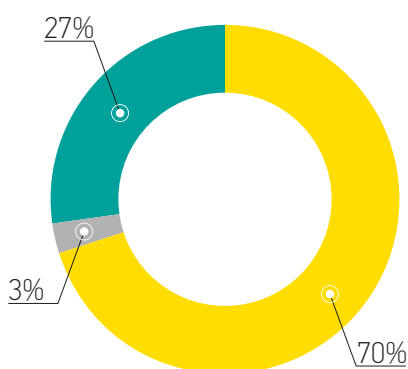
- 35% I** доля «глухих» окон составила до 10%
- 40% I** доля «глухих» окон составила 10-15%
- 16% I** доля «глухих» окон составила 15-20%
- 9% I** доля «глухих» окон составила 20-25%
- 0% I** доля «глухих» окон составила более 25%

Какую долю в Ваших объемах продаж в первом полугодии 2018 года составили энергосберегающие окна?



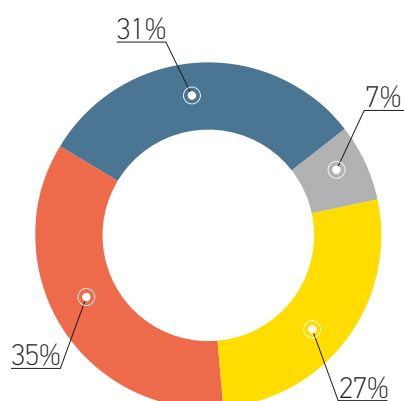
- 54% I** доля энергосберегающих окон составила более 30%
- 14% I** доля энергосберегающих окон составила 20-30%
- 20% I** доля энергосберегающих окон составила 10-20%
- 12% I** доля энергосберегающих окон составила менее 10%

Какую долю в Ваших объемах продаж в первом полугодии 2018 года составили окна с противовзломными элементами?



- 70% I** доля окон с противовзломными элементами составила до 5%
- 27% I** доля окон с противовзломными элементами составила 5-10%
- 3% I** доля окон с противовзломными элементами составила 10-15%
- 0% I** доля окон с противовзломными элементами составила более 15%

Какую долю в Ваших объемах продаж в первом полугодии 2018 года составили дверные ПВХ конструкции с использованием дверных замков?



- 27% I** доля дверных ПВХ конструкций составила менее 5%
- 35% I** доля дверных ПВХ конструкций составила 5-10%
- 31% I** доля дверных ПВХ конструкций составила 10-15%
- 7% I** доля дверных ПВХ конструкций составила 15-20%
- 0% I** доля дверных ПВХ конструкций составила более 20%



# Продвижение и обучение

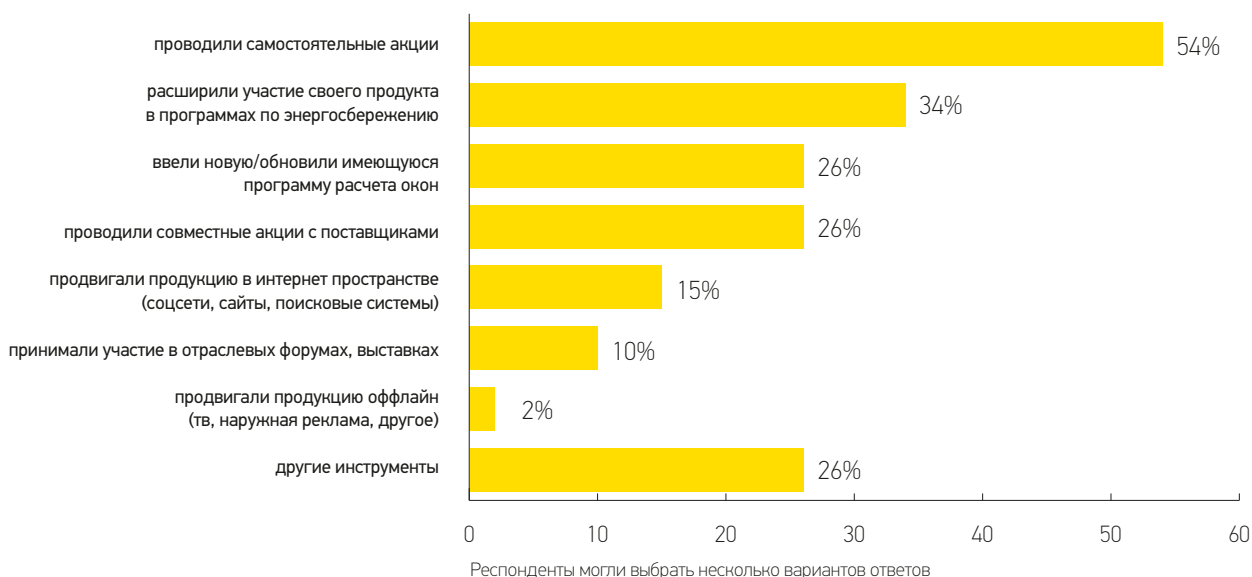
Самостоятельные акции стали наиболее эффективным методом продвижения продукции в 1-ом полугодии 2018 года, это отметили 54% респондентов. Многие компании расширили свое участие в программах по энергосбережению и уделили внимание программам по расчету окон, что также стало действенным для увеличения продаж. Совместные акции с партнерами тоже показали свою результативность.

Присутствие на информационном рынке, участие в отраслевых выставках и конференциях также имели

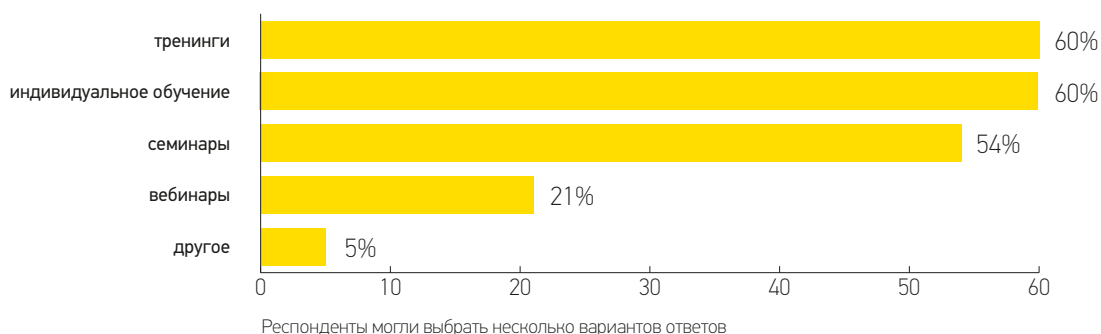
место и служили необходимой имиджевой составляющей продвижения продукта.

Обучение персонала и дилерского состава давно стали непрямым, но очень действенным драйвером продаж. Вдохновение после участия в интенсивных тренингах, обновление знаний о продуктах на семинарах, решение актуальных вопросов во время индивидуальных обучающих программ – все эти инструменты действенны и результативны.

## Какие инструменты по продвижению продукта Вы активно использовали в первом полугодии 2018 года?



## В какой форме, на ваш взгляд, обучение персонала (менеджеры по продажам/дилеры) проходит наиболее эффективно?





## Ожидания

Из опыта предыдущих анализов относительно ожиданий рынка мы часто видим некое расхождение во мнениях среди опрошенных. Компании по-разному оценивают рыночные ситуации, свои силы и перспективы. Но основные ожидания все же четко прослеживаются. Данный отчет - не исключение.

Согласно опросу 46% компаний ожидают прирост рынка во втором полугодии 2018 года, в большей части на 10%. Остальные либо прогнозируют объемы рынка на уровне прошлого года, либо небольшой спад.

В целом, большая часть ведущих компаний-производителей СПК настроены позитивно и ожидают высокие показатели в активном сезоне продаж. В подтверждение этому, стоит сказать о позитивном настрое руководителей компаний, который мы отметили во время диалогов наших специалистов с основными игроками оконного рынка.

Если же динамику рынка компании оценивают по-разному, то основные тренды будущего сезона участники обозначили почти единогласно.

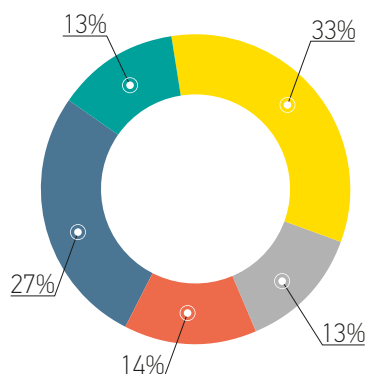
Энергоэффективность будет лидирующим трендом среди потребителей во 2-м полугодии 2018 года. К тому же, компании отметили возрастающую популярность оконных конструкций с «детской безопасностью» и интерес к «вломоустойчивым» окнам. Главное – доносить преимущества и различия в функционале и эффективности конструкций потребителям, тогда и спрос, и объемы продаж будут расти.

Благоприятным фактором развития отрасли опрошенные компании по-прежнему отмечают – развитие программ по энергосбережению. Компании также понимают, что экономическое оживление в стране, а также влияние европейских тенденций рынка могут значительно повлиять на развитие отрасли и на качество продукции, представленной на рынке.

С надеждой на развитие отрасли и верой в консолидацию рынка ведущие компании-производители продолжают активную работу по развитию своего продукта, укреплению позиций на рынке и завоеванию новых вершин.

Время – за смелыми и сильными компаниями, способными работать по правилам и показывать путь для дальнейшего роста.

### Ваш прогноз по рыночной ситуации во втором полугодии 2018 года в сравнении со вторым полугодием 2017 года?



**13% |** рост рынка более чем на 10%

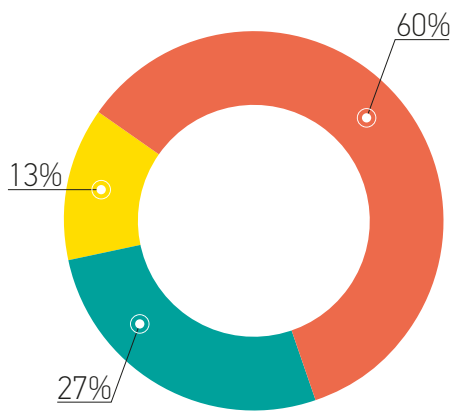
**33% |** рост рынка на 10%

**27% |** без существенных изменений

**14% |** сокращение рынка до 10%

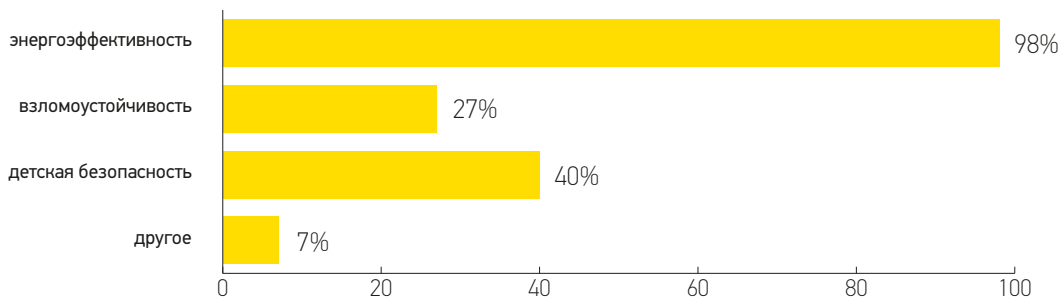
**13% |** сокращение рынка более чем на 10%

Какой сегмент комплектующих, по Вашему мнению, будет наиболее востребован во втором полугодии 2018 года?



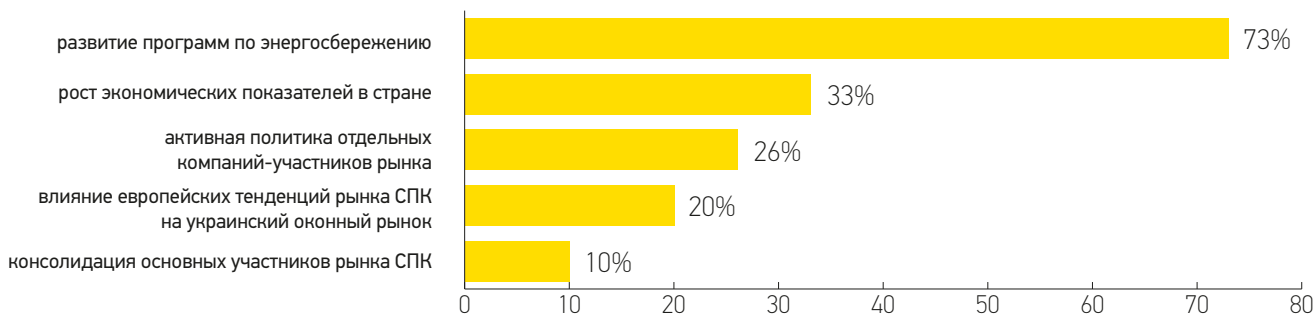
- 60%** | стандарт-сегмент
- 27%** | эконом-сегмент
- 13%** | премиум-сегмент

Как Вы считаете, какие тренды будут востребованы среди потребителей СПК во втором полугодии 2018 года?



Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов

Что, по Вашему мнению, может повлиять на развитие оконной отрасли во втором полугодии 2018 года?



Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов





## Мнения экспертов

### Оксана Булгакова

руководитель программы IQ energy

**Насколько сейчас актуальна программа по внедрению энергоэффективных мероприятий в Украине? Какие категории наиболее востребованы в этой программе?**

Энергоэффективность становится для украинцев намного более значимым фактором при выборе жилья и бытовых товаров чем, скажем, 10 лет назад. Если говорить о программе IQ energy, то четко видна положительная динамика интереса к ней среди жителей Украины. Программа позволяет провести термомодернизацию своего жилья, используя современные энергосберегающие решения, и экономить на энергоносителях, не теряя при этом в комфорте.

На данный момент наиболее популярными являются энергосберегающие окна, высокоэффективные газовые и твердотопливные котлы, а также новые технологии – солнечные коллекторы и тепловые насосы.

С 01.08.2018 вводятся важные для оконного рынка новшества: основной вектор будет направлен на модернизацию окон в уже существующем жилье (квартиры, частные дома), где усилия будут иметь наибольший результат. При этом остекление балконов, лоджий и других неотапливаемых помещений (террас, веранд, оранжерей и т.п.), а также поддержка проектов по установке оконных конструкций при новом строительстве (где окна устанавливаются впервые, без замены существующих конструкций) будет прекращена.

Для наших партнеров на оконном рынке эти изменения означают, что для участия в программе стоит сместить фокус продаж с нового строительства на уже существующий жилой фонд. А это большой рынок.

**Поделитесь советом для оконных дилеров (оконных компаний), какие правила нужно выполнить, чтобы точно получить компенсацию по программе IQ energy от ЕБРР?**

Программа позволяет жителям Украины получить грант (компенсацию) в размере 35% от суммы кредита или суммы инвестиций при утеплении своего жилья (как квартиры, так и частного дома). Грант распространяется не только на сам товар, но и на услуги монтажа, а также на дополнительные материалы (в случае окон – это подоконники, отливы и т.д.). Материалы или оборудования нужно приобретать в кредит в одном из наших банков-партнеров.

Действительно, не все клиенты получают компенсации, и на данный момент самый высокий процент отказа в выдаче компенсации по программе приходится на окна — 20%. Это связано с неправильным оформлением сопроводительных документов, или же с желанием произвести какую-то махинацию и «заработать дважды».

Поэтому совета всего два.

Первый: нужно внимательно изучить «Правила и условия предоставления кредитов и грантов по Программе», а также «Требования по документальному оформлению проектов IQ energy». Чтобы случайно не допустить ошибки, вы всегда можете обратиться к специалистам IQ energy с просьбой помочь в правильной подготовке документов.

Второй: не пытайтесь обмануть систему верификации. Инженеры IQ energy часто выезжают на объекты по оконной группе. Очную проверку по объектам выборочно назначает система, а при каком-либо сомнении мы сами принимаем решение о выезде на объект.

Программа IQ energy дает возможность заработать больше и увеличивать объемы продаж, а также предоставлять покупателям товар и услуги, за которые они долго будут вам благодарны.



---

## Андрей Лесьо

директор и основатель платформы OKNA.ua

---

---

### По Вашему мнению, какие новинки мирового оконного рынка найдут в ближайшее время отклик на рынке СПК Украины?

---

Из тенденций, представленных на Fensterbau Frontale 2018 в Нюрнберге, на рынке Украины уже применяются по крайней мере три:

Расширение цветовой гаммы ПВХ профильных систем, в особенности за пределы ламинации “под дерево”, уже наблюдается в Украине. Есть небольшой, но устойчивый запрос в архитектуре на однотонные оттенки серого, особенно для современных коттеджей. Но процесс введения новых цветов от ПВХ-брендов потребует времени, и цветовая гамма будет расширяться постепенно.

Другая тенденция, которая хорошо начала приживаться у передовых инсталляторов — выносной монтаж. Монтажный шов — значимая часть энергоэффективности. Эта простая, надежная технология выполнения монтажного шва будет становиться популярнее, несмотря на относительно высокую стоимость.

Еще одна важная тенденция, которая входит в премиум и средний-плюс сегменты — это автоматизация и даже дигитализация. Несмотря на то, что окна являются консервативным продуктом, включение окна в общую систему умного дома — процесс предсказуемый и неизбежный. Первыми шагами в этом направлении можно назвать встроенные датчики положения створки для систем безопасности и умного дома. Здесь же

применение умных замков для входных дверей с помощью смартфонов, биометрии и др. Дигитализация в строительстве и в окнах находится на начальном этапе, но уже есть застройщики, которые применяют систему умного дома во всех строящихся квартирах. И, по их заявлению, это не влияет на цену жилья для покупателя. Вероятно, такая тенденция для новых многоквартирных домов и коттеджей будет распространяться достаточно быстро.

---

### Какие изменения в нормативной документации по теплоизоляции зданий были внесены относительно оконных конструкций? Как это повлияет на развитие оконного рынка?

---

В ближайшее время (01.10.2018) вступят в силу “Зміни №4 ДБН В.2.2-15” которые при выполнении определенных условий позволяют остекление балконов и лоджий в жилых домах секционного типа выше второго этажа. Исходя из требований пожарной безопасности, раньше это не допускалось.

Изменения позволяют архитекторам и застройщикам проектировать остекление балконов для новых жилых домов. Это не приведет к существенным изменениям в количестве изготавливаемых окон, но в некоторой степени перераспределит спрос с частных заказчиков балконов на тендерные заказы. Ведь владельцы новых квартир вряд ли будут переустанавливать балконное остекление.

---

---

# Эдем Хаурмаджи

директор по продажам AXOR INDUSTRY в Украине

---

---

---

## Поделитесь прогнозами развития рынка в ближайшее время. Какие есть пути использования этих знаний для увеличения качества и количества продаж?

---

Согласно аналитическим данным нашей компании можно выделить четыре основных момента, на которые стоит обратить внимание для развития бизнеса и увеличения продаж в текущем году.

Первое. Стоит обратить внимание на продукцию премиум-сегмента, доля которой увеличивается в последнее время. Это многофункциональные окна, оснащенные антивандальными элементами, современная система безопасности First Tilt, «теплые» окна и другие. Рынок готов к тому, чтобы покупать более качественный и более дорогой продукт. Прогнозируемо, продукция премиального класса возрастет в спросе более чем в 3 раза. С грамотной подачей информации и расширенным ассортиментом продукции можно существенно увеличить продажи в данном сегменте.

Второе. Энергоэффективность по-прежнему будет одним из основных трендов сезона. Поэтому активное сотрудничество с программами по энергосбережению будет основой для увеличения объемов продаж.

Третье. Проблему нехватки кадров, которая на рынке остро присутствует уже несколько сезонов подряд, можно решить по примеру нашей компании – воспитывать подрастающее поколение и показывать перспективной молодежи, где и как можно работать в отрасли. AXOR INDUSTRY регулярно проводит мероприятия по профориентации для выпускников школ; осуществляет стипендиальную программу финансовой поддержки талантливой и перспективной молодежи технических вузов; предоставляет места для прохождения практики выпускникам основных технических вузов и учебных заведений региона.

И четвертое. Важно работать над уровнем лояльности потребителей. NPS (индекс потребительской лояльности) – популярный тренд персонализации клиента. Он определяет, что на самом деле интересует клиентов, как эффективнее работать с ними, что делать, чтобы клиенты советовали ваш продукт другим покупателям. Из опыта нашей компании уровень NPS по итогам 2017 года увеличился на 25% благодаря вниманию к потребностям клиентов. И это положительно отразилось на результатах продаж.

И, безусловно, нельзя недооценивать систему Prozorro. При правильной и системной работе с данной программой можно существенно увеличить объемы продаж.





+38 (067) 554 27 77



+38 (067) 500 77 79  
+38 (056) 794 07 66  
+7 (985) 700 09 40



[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://axorindustry.com)