

Обзор рынка СПК в Украине

Обзор составлен на основе опроса руководителей
крупнейших производственных предприятий Украины

2014 • IV квартал

Введение

IV квартал 2014 года каких-либо кардинальных изменений в рынок СПК не внес, как и не внес ясности, что же ждет его игроков впереди. Как и следовало ожидать, все компании готовятся к худшему сценарию и стараются как можно лучше укрепить свои фундаменты, не распыляя силы и ресурсы на проекты не первой важности. Но каждая компания выбрала свой путь: укреплять текущие позиции или расширять свою сеть в новые регионы. Чей рецепт оказался верным, покажут результаты будущих кварталов.

А пока среди участников нашего опроса сложно найти уверенность в завтрашнем дне или позитивный настрой. Респонденты либо четко указывают на продолжение падения рынка, либо затрудняются оценивать перспективы. Радует то, что многие игроки помнят о незыблемом правиле бизнеса: «Кризис – это возможность для роста».

98%

компаний отметили падение рынка СПК в IV квартале 2014 года по сравнению с IV кварталом 2013 года. При чем четверть опрошенных оценили падение на более чем 30%.

45%

компаний подняли стоимость своих изделий на 10-20% по сравнению с предыдущим кварталом.

46%

компаний сократили штат сотрудников, а в 19% случаев сокращение коснулось отдела продаж.

42%

компаний увеличили количество своих дилеров.

49%

компаний внесли изменения в ассортиментную линейку.



Положение дел в отрасли

Как и ожидалось, участники рынка СПК учатся выживать в условиях затянувшегося конфликта. Большинство компаний прогнозировали развитие событий по такому сценарию, но все подошли к отчетному отрезку с разной степенью готовности и пространством для маневров. 98% участников опроса отметили негативные изменения в отрасли и падение рынка СПК по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Разнятся лишь их оценки: большая часть респондентов (36%) отмечает падение рынка на 20-30%, а немного меньшая группа (30%) указывают на сокращение рынка на 10-20%. Четверть опрошенных оценивают падение более чем на 30%. И лишь 2% опрошенных оптимистам видят в сложившейся ситуации положительные моменты и отмечают, соответственно, рост рынка.

Результаты опроса показывают, что все участники находятся в приблизительно равных условиях и успех каждой компании зависит только от кропотливой работы и вовремя принятых правильных решений. Поэтому оценки объемов продаж красноречиво говорят о том, кто и как сумел приспособиться к условиям рынка:

33%

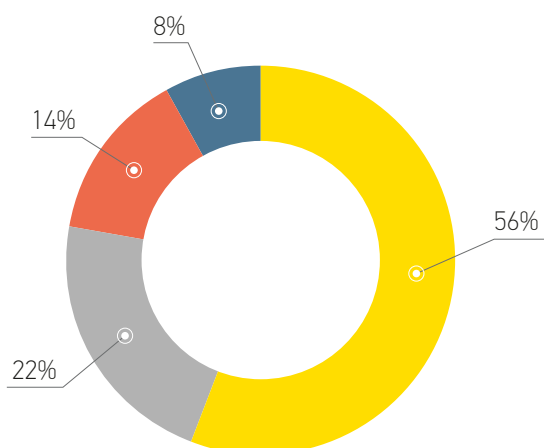
респондентов заявили о росте объемов продаж по сравнению с IV кварталом 2013 года.

И такое же число участников опроса отметили снижение на 20-30%, а у 12% опрошенных продажи упали на более чем 30%.

Наблюдается расхожесть в формировании цен. Так 45% опрошенных заявили о повышении цены на готовые изделия в диапазоне 10-20% по сравнению с предыдущим кварталом. 23% опрошенных повысили цены на 20-30%, и столько же компаний незначительно снизили стоимость своей продукции в сравнении с предыдущим кварталом. Но с оглядкой на то, что абсолютно все опрошенные заявили о росте цен в 2014 году, можно считать, что это снижение – корректировки повышения цен в предыдущих кварталах. В IV квартале украинские компании разделились на 3 равные группы. Представители первой продолжили свою работу в обычном режиме (с учетом сезонности). Вторая внедрила стратегию экономии и оптимизации издержек, а третья группа продолжила развитие путем расширения сети или улучшения сервиса.

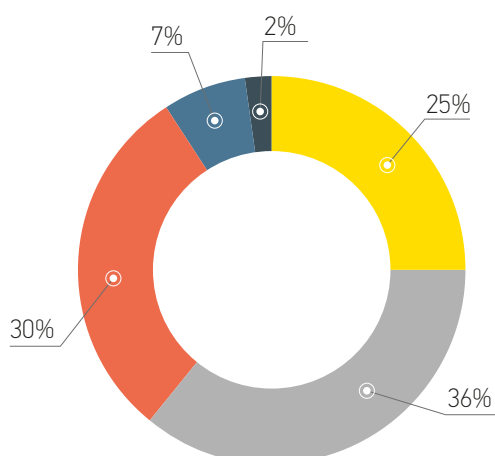
Наиболее популярными инструментами для улучшения продаж в отчетном периоде (как и во всех предыдущих) были фиксация курса (56%), акции (45%) и мотивационные программы для дилеров (45%).

Как изменилось положение дел в отрасли (IV квартал 2014 относительно IV квартала 2013)?



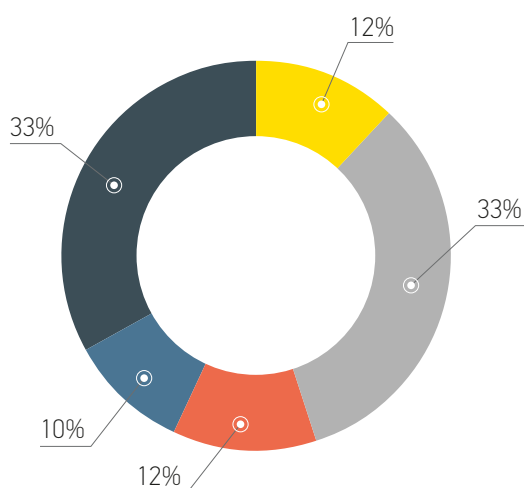
- 56%** | Ухудшилось
- 22%** | Незначительно ухудшилось
- 14%** | Без изменений
- 8%** | Улучшилось

Как вы оцениваете объем рынка СПК (IV квартал 2014 относительно IV квартала 2013)?



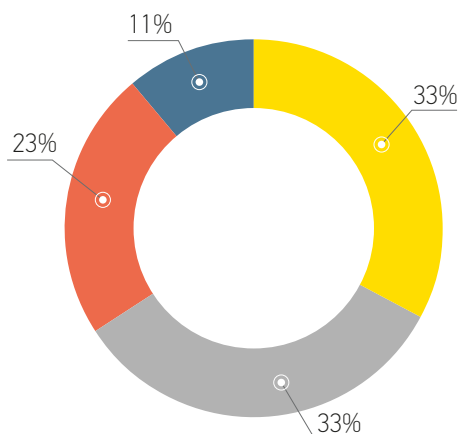
- 25%** | Снизился более 30%
- 36%** | Снизился на 20-30%
- 30%** | Снизился на 10-20%
- 7%** | Снизился на 5-10%
- 2%** | Увеличился

Как вы оцениваете объем реализации продукции вашей компании (IV квартал 2014 относительно IV квартала 2013)?



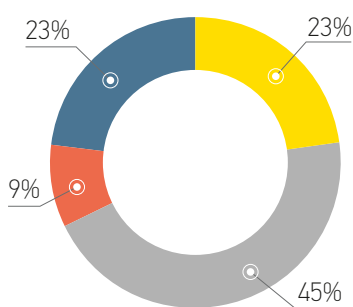
- 12%** | Снизился более 30%
- 33%** | Снизился на 20-30%
- 12%** | Снизился на 5-10%
- 10%** | Остался без изменений
- 33%** | Увеличился

Что наиболее полно отражает деятельность вашей компании в IV квартале 2014?



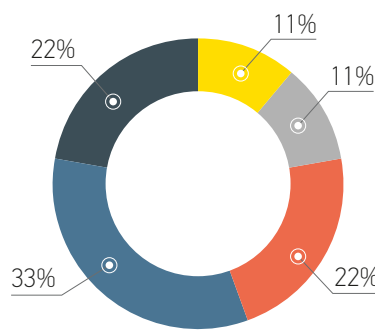
- 33%** | Стратегия оптимизации издержек
- 33%** | Функционирование в обычном режиме (с учетом сезонности)
- 23%** | Стратегия расширения дилерской сети
- 11%** | Стратегия развития (сервис, продукт, персонал, бренд)

Как изменилась цена готовых изделий в IV квартале 2014 года относительно III квартала 2014 года?



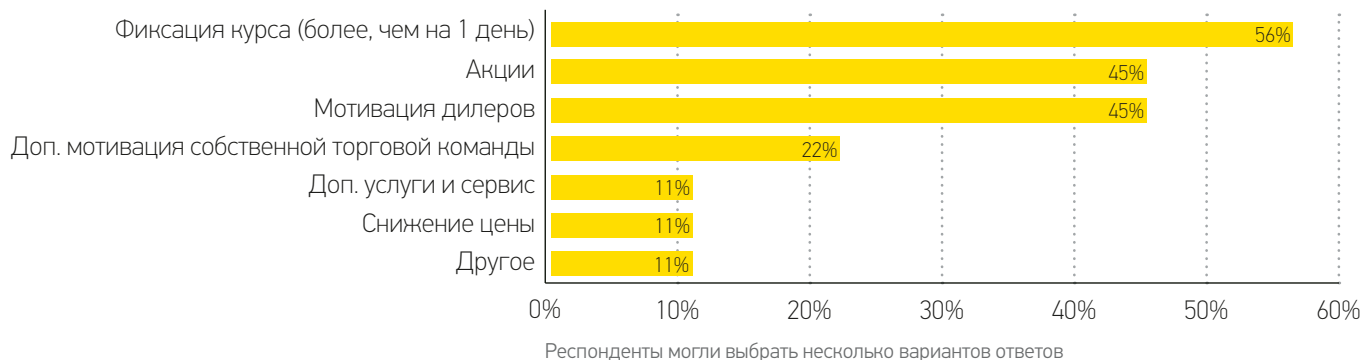
- 23%** | Выросла на 20-30%
- 45%** | Выросла на 10-20%
- 9%** | Не изменилась
- 23%** | Снизилась на 5-10%

На сколько в общем выросла цена изделий вашей компании со середины 2014 года?



- 11%** | Более 40%
- 11%** | 30-40%
- 22%** | 20-30%
- 33%** | До 20%
- 22%** | До 10%

Какие инструменты для стимулирования сбыта вы использовали наиболее активно?





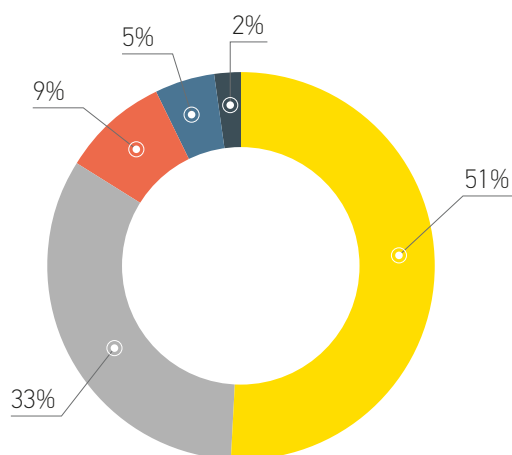
Продукция

Для того чтобы крепко стоять на ногах участникам рынка СПК в Украине приходится постоянно развиваться, улучшать свою продукцию и расширять ассортимент. Иначе не успеешь глазом моргнуть, как твое теплое место займет более расторопный конкурент. Но, как показывает практика, изменения компаниям даются нелегко, и в отчетном периоде половина респондентов (51%) предпочли не менять ассортиментную линейку. Так 9% опрошенных добавили в ассортимент новый профиль, 33% частично заменили ком-

плекующие, а 7% расширили предложение новой фурнитурой.

Компании, которые вносили изменения в ассортимент, в большей степени (75%) отдавали предпочтение комплектующим стандарт класса. Это позволяет им удерживать на уровне соотношение цена/качество и предлагать клиентам качественный и доступный продукт.

Изменилась ли ваша ассортиментная линейка в IV квартале 2014 относительно первых 3 кварталов?



51% | Без изменений

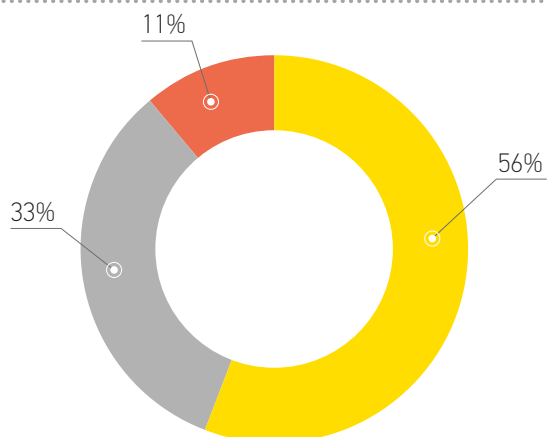
33% | Да, произвели частичную замену комплектующих

9% | Да, ввели в ассортимент новый профиль

5% | Да, ввели в ассортимент новую фурнитуру

2% | Да, за счет введения нового профиля и фурнитуры

Как изменилась ваша структура комплектующих в IV квартале 2014?

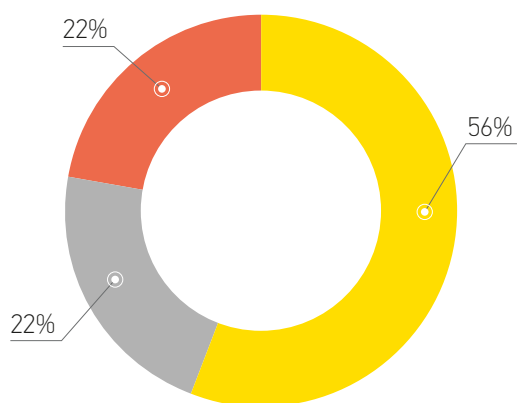


56% | Без изменений

33% | Возросла доля комплектующих стандарт-класса

11% | Возросла доля дорогих комплектующих

Пришлось ли вам оптимизировать цену и качество своей продукции в IV квартале 2014?

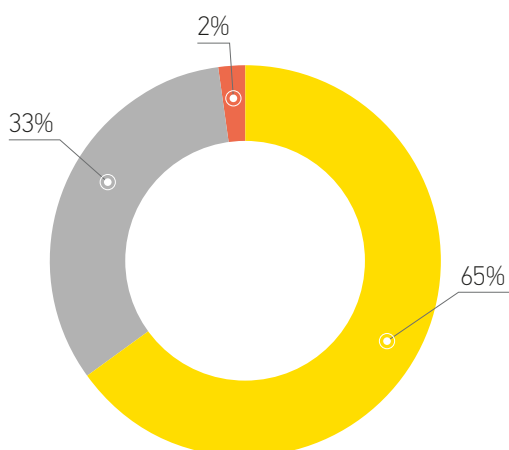


56% | Удешевили без потери качества

22% | Улучшили качество без изменения цены

22% | Качество и цена остались без изменений

Продукция какого ценового сегмента преобладала в вашем объеме продаж в IV квартале 2014?



65% | Эконом-сегмент

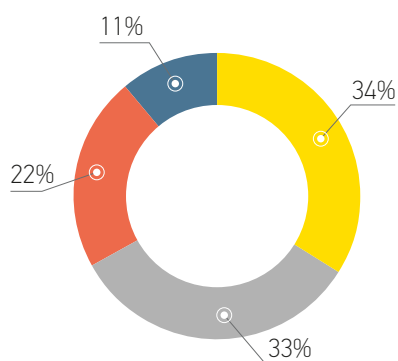
33% | Средний сегмент

2% | Премиум-сегмент



Каналы сбыта

Как изменилась представленность вашей компании в регионах в IV квартале 2014?



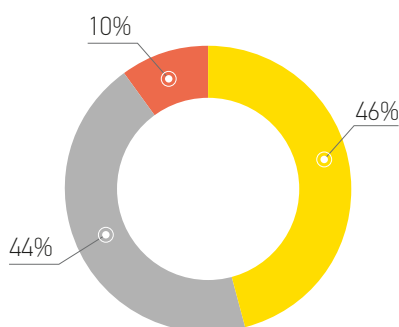
34% | Зашли в новые регионы

33% | Без изменений

22% | Сократили количество регионов

11% | Расширились в уже занятых вами регионах

Как вы оцениваете изменения общего количества дилеров в Украине в IV квартале 2014?

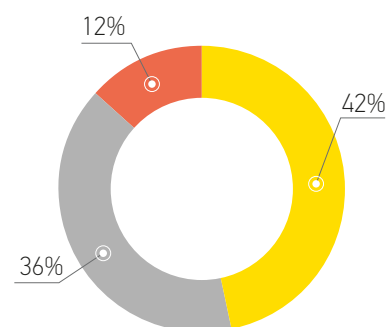


46% | Несущественно сократилось

44% | Без изменений

10% | Существенно сократилось

Как изменилось количество ваших дилеров в IV квартале 2014?



42% | Увеличилось

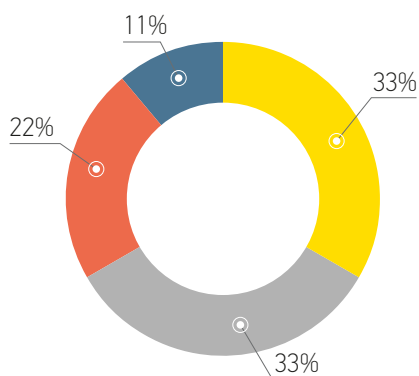
36% | Без изменений

12% | Уменьшилось

Неопределенность в будущем заставляет игроков украинского рынка СПК действовать, опираясь на собственный опыт и интуицию. Каждый выбирает для себя индивидуальную стратегию, которая поможет выжить в тяжелый период и продолжить развиваться. 34% опрошенных нами компаний заявили о заходе в новые регионы Украины, и практически такое же количество (33%) оставили свои представительства без изменений. 22% компаний приняли решение избавиться от неприоритетных филиалов в других регионах, а 11% решили расширить сеть локально в регионах присутствия.

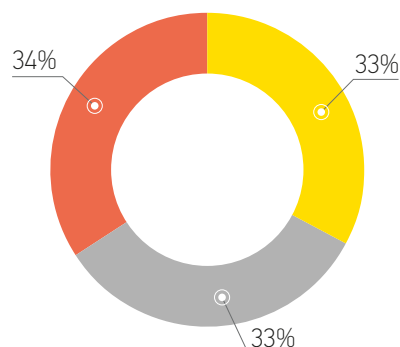
Как и ожидалось, на рынке не появилось ни одного нового дилера, а 44% респондентов отмечают сохранение их числа. Остальные участники опроса заявили о сокращении количества дилеров на украинском рынке. Те же, кто остался на рынке, стараются активно укрепить свои позиции: 45% респондентов заявили об увеличении числа дилеров в IV квартале 2015 года. Основными «пряниками» для дилеров со стороны производителей СПК в отчетном периоде были поддержание качества продукции, личная лояльность и ценовая политика.

Что мотивировало дилеров работать с вами в IV квартале 2014?



- 33%** | Стабильное качество продукции
- 33%** | Личная лояльность
- 22%** | Ценовая политика
- 11%** | Акции и обучение

Что стало ключевым мотивом, побудившим дилера завершить сотрудничество с вашей компанией в IV квартале 2014?

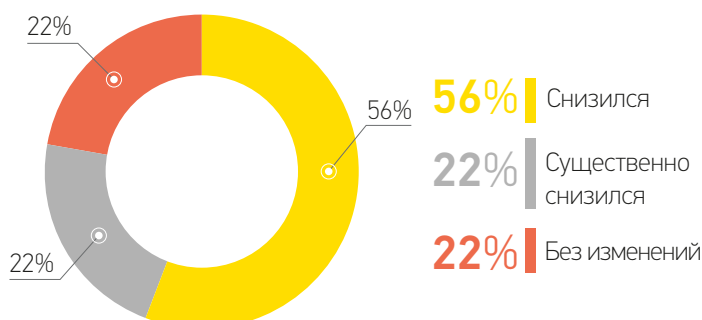


- 33%** | Ценовая политика
- 33%** | Прекращение работы дилера
- 34%** | Ни один дилер не прекратил сотрудничество

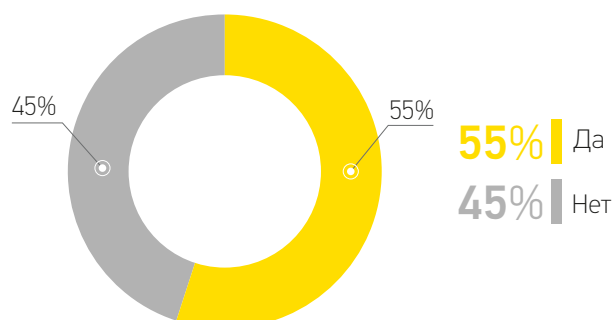
Какие из инструментов стали наиболее эффективными в работе с дилерами в IV квартале 2014?



Как вы оцениваете количество посетителей дилерских салонов (IV квартал 2014 относительно IV квартала 2013)?



Появились ли в вашем регионе представители конкурентов, ранее не торгующие на данной территории?



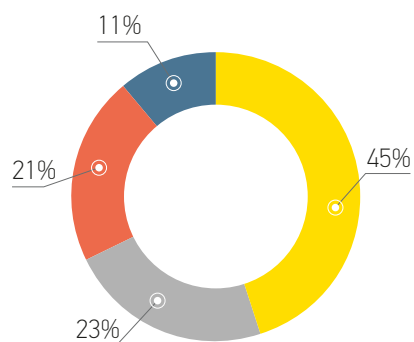


Комплектующие

Согласно проведенному опросу, у 45% украинских производителей СПК доля отечественных комплектующих составляет более 50%. Еще для 21% опрошенных эта доля достигает 40%. Результаты практически полностью дублируют показатели предыдущих кварталов, что в целом описывает главное требование украинского рынка СПК – качественная продукция по приемлемой цене.

В отчетном периоде снизилось число перебоев с поставками комплектующих: 33% в IV квартале против 54% в III. А около 40% респондентов отмечают изменение условий поставок комплектующих – увеличение доли предоплаченных закупок и уменьшение кредитного лимита.

Как изменилась доля отечественных комплектующих в вашем портфеле в IV квартале 2014?



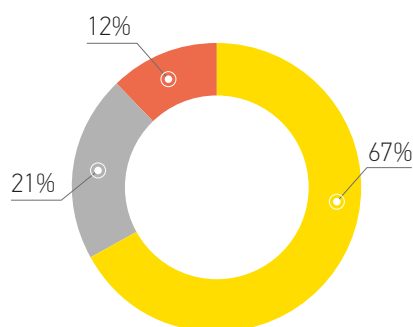
45% | Составила более 50%

23% | Составила 20%

21% | Составила 40%

11% | Не работаем с отечественными поставщиками

Испытывали ли вы сложности в связи с перебоем в поставках комплектующих в IV квартале 2014?

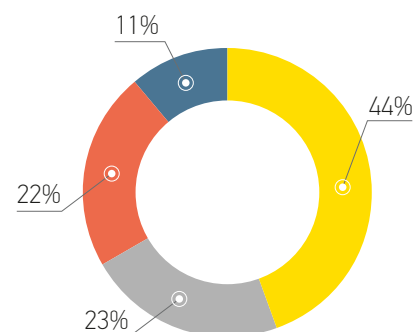


67% | Нет, не испытывали

21% | Да, незначительные

12% | Да, существенные

Изменились ли условия сотрудничества с поставщиками в IV квартале 2014 относительно III квартала 2014?



44% | Без изменений

23% | Увеличилась доля предоплаченных закупок

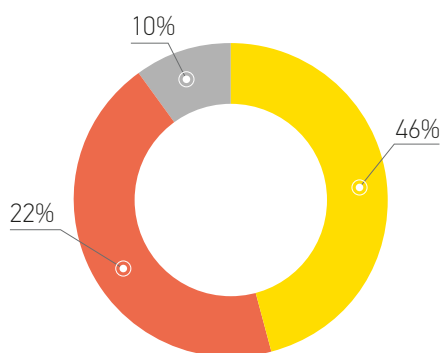
22% | Сократился кредитный лимит

11% | Условия стали более выгодными



Персонал

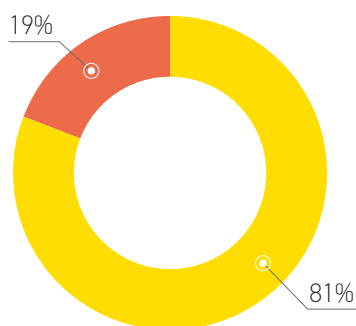
Ваша кадровая политика в IV квартале 2014?



- 46%** | Сокращение штата
- 44%** | Без изменений
- 10%** | Увеличение штата

Если в первой половине IV квартала рынок еще жил и позволял «держаться на плаву», то к декабрю многие компании уже задумались о сокращении издержек. Соответственно, это внесло коррективы и в кадровую политику. Так 46% респондентов заявили о сокращении штата сотрудни-

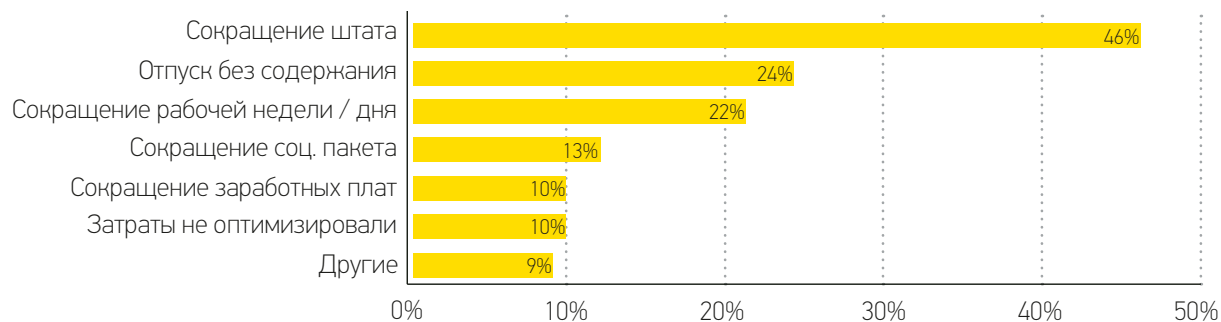
Коснулось ли сокращение отдела продаж?



- 81%** | Нет, не коснулось
- 19%** | Да, несущественно
- 0%** | Да, существенно

ков в отчетном периоде, и лишь в каждом пятом случае это касалось отдела продаж. Из других инструментов участники опроса отметили сокращение рабочей недели (22%), сокращение социального пакета (13%) и заработной платы (10%).

Какие способы оптимизации затрат на персонал вы использовали в IV квартале 2014?



Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов

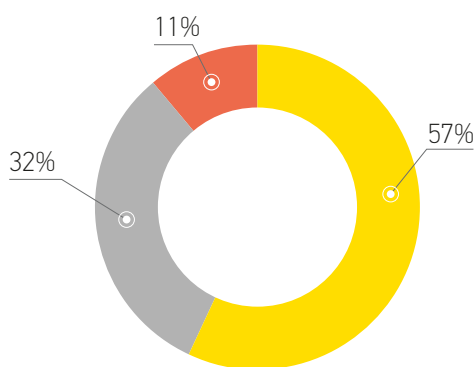


Ожидания

Поживем – увидим... Никто не знает, по какому сценарию будет развиваться вооруженный конфликт, и к каким последствиям для рынка СПК это приведет. Но, судя по всему, уже никто не надеется на оптимистичный вариант, и все готовятся к работе в еще более тяжелых условиях. Для большинства опрошенных (57%) главную опасность представляет эскалация вооруженного конфликта и его расширение на другие регионы Украины. 32% респондентов обеспокоены резким снижением платежеспособности населения, что может привести к еще большему снижению рынка в 2015 году.

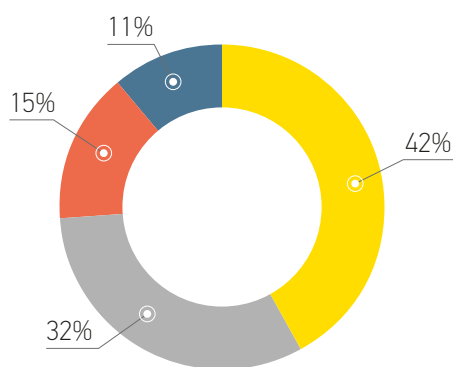
Согласно опросу, главным трендом в начале 2015 года будет борьба за «своего клиента» и удержание текущих позиций – это основная стратегия для 41% компаний. В планах у 35% опрошенных – идти вперед, расширяться и развивать отношения с дилерами. Но, само собой, условия будут диктовать рынок, и длина каждого шага зависит от многих экономических и политических факторов.

Ваш прогноз по рыночной ситуации в I квартале 2015 в сравнении с I кварталом 2014?



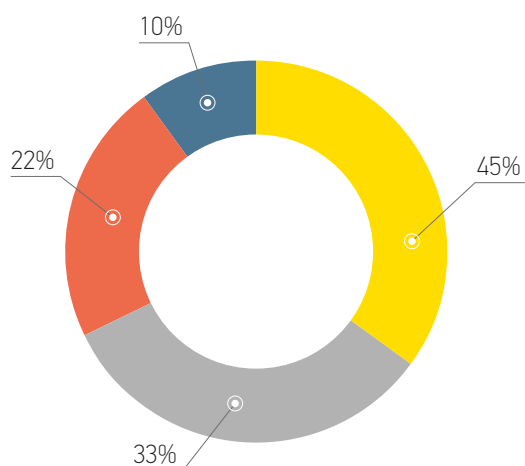
- 57%** | Затрудняюсь ответить
- 32%** | Сокращение рынка на более чем 20%
- 11%** | Сокращение рынка на 10-20%

Ожидаете ли вы сокращения количества своих активных дилеров в I квартале 2015?



- 42%** | Без изменений
- 32%** | Планируем увеличение
- 15%** | Да, незначительное
- 11%** | Да, значительное

Какую кадровую политику вы планируете вести в I квартале 2015?



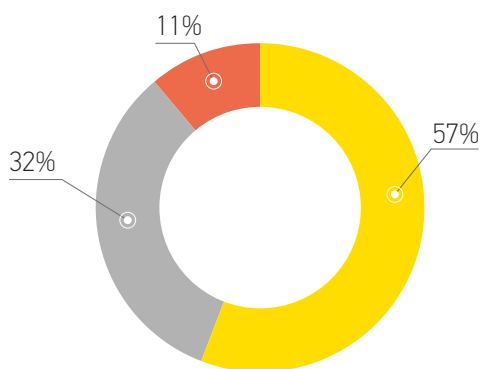
35% | Затрудняюсь ответить

33% | Сохранение штата

22% | Сокращение штата

10% | Увеличение штата

Что, по вашему мнению, может стать наибольшим риском для отрасли в I квартале 2015?

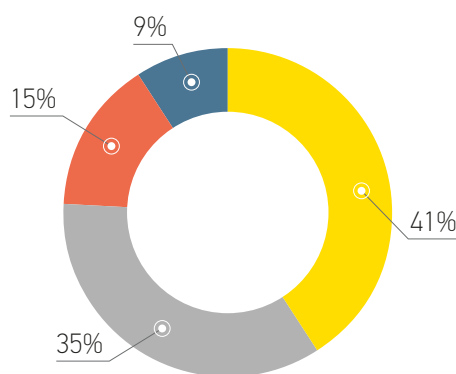


57% | Эскалация вооруженного конфликта

32% | Падение платежеспособности населения

11% | Катастрофическое падение экономики и нестабильный курс валют

Чему вы будете отдавать приоритет в своем развитии в I квартале 2015?



41% | Удержание существующих позиций

35% | Развитие дилерской сети

15% | Сокращение издержек

9% | Развитие собственного бренда



AXOR™

2014 • IV квартал

49041, Украина, г. Днепропетровск, пр. Труда 32
тел.: +38-056-766-07-66
e-mail: info@axorindustry.com
www.axorindustry.com