

Обзор рынка СПК в Украине

Обзор составлен на основе опроса руководителей
крупнейших производственных предприятий Украины

2017 • I квартал



Введение

В I квартале 2017 года позитивную динамику развития отрасли отметили почти половина опрошенных компаний-производителей СПК Украины, оценив увеличение объемов рынка в среднем на 10%. Другая часть респондентов обозначили снижение этого показателя в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Диссонанс мнений относительно ситуации на рынке наблюдается уже давно. А вот инструменты в работе и главные приоритеты у компаний схожи.

Так, в отчетном периоде деятельность компаний-производителей была сосредоточена в основном на укреплении своих позиций на рынке и на развитии партнерских отношений. Ставка на продукцию экономкласса (как в минувшем году) ушла на второй план. Лидирующие позиции на рынке занимает стандарт-сегмент. Соответственно, и комплектующие в отчетном периоде компании использовали в большей части стандарт-сегмента, работая в приоритете с проверенными поставщиками.

Относительно ожиданий во II квартале 2017 года - компании возлагают большие надежды на действие госпрограммы по энергосбережению как главному фактору развития отрасли, а в консолидацию участников рынка ведущие его операторы верят слабо. Каждый ведет свою игру, рассчитывая только на свои силы и стараясь максимально использовать потенциал рынка и его возможности, которые в частности дает госпрограмма.

47%

компаний отметили рост объемов рынка СПК в I квартале 2017 года

40%

опрошенных компаний оценили эффективность обучающих мероприятий для дилеров СПК

72%

компаний-производителей СПК не изменили партнеров по поставкам комплектующих

50%

компаний увеличили число дилеров на территориях своего присутствия

64%

опрошенных компаний ожидают, что действие госпрограммы по энергосбережению во II квартале 2017 года будет все также способствовать развитию рынка и, соответственно, увеличению продаж



Положение дел в отрасли

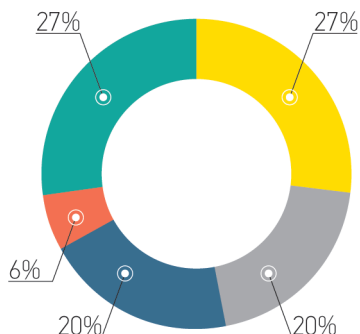
Согласно аналитике продаж компании AXOR INDUSTRY объемы рынка СПК Украины в I квартале 2017 года относительно I квартала 2016 года увеличились, в среднем до 15%. При этом результаты проведенного нами опроса среди ведущих производителей окон в Украине показывают противоречивые цифры по данному вопросу. Это обусловлено, неравномерностью развития рынка в разных регионах и, в большей части, проекцией собственных объемов продаж компаний на положение дел в отрасли. Так, для большинства опрошенных (46%) рынок вырос, в среднем на 10%, для трети компаний рынок просел в том же диапазоне – на 10%, и для пятой части респондентов ситуация на рынке не изменилась в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Тем не менее, оконная отрасль в Украине развивается, и компании-лидеры стремятся удерживать свои позиции на рынке, руководствуясь выбранной стратегией. В I квартале 2017 года деятельность компаний-производителей окон почти в равных долях была направлена на развитие бренда и продукта (отметили 20% опрошенных), на развитие дилерской сети (почти треть респондентов); столько же компаний функционировали в обычном режиме и такая же доля опрошенных реализовывали задачу по оптимизации

издержек. У каждой компании – свой путь и свои цели. Примечательно, что в ответах респондентов данного опроса не было ни слова о сокращении деятельности (еще в прошлом году аналогичного периода 14% компаний указывали на частичное «сворачивание» бизнеса). Это четко показывает, что ТОП компаний-производителей СПК не намерены уходить с рынка, а нацелены на дальнейшую борьбу и укрепления своих позиций.

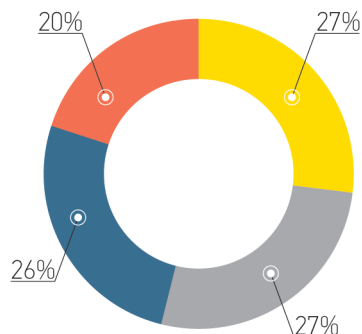
В том, что стратегические планы основных операторов рынка нацелены на развитие и укрепления партнерских отношений с дилерами указывают и ответы на следующий вопрос – относительно оценки эффективности обучающих мероприятий для дилеров. 40% компаний высоко оценили значимость проведения семинаров и тренингов для их представителей с позиции достижения конечной цели – продвижение своего продукта и формирования лояльности к компании. Другая же группа опрошенных либо обозначили обучающие мероприятия как малоэффективные, либо не смогли дать четкую оценку в данном вопросе. Отсутствие единого мнения по этой теме можно объяснить тем, что рынок обучения специалистов оконной отрасли в Украине еще находится на стадии формирования, безусловно, развиваясь, но сравнительно небольшими темпами.

Как Вы оцениваете объем рынка СПК в I квартале 2017 года относительно I квартала 2016 года?



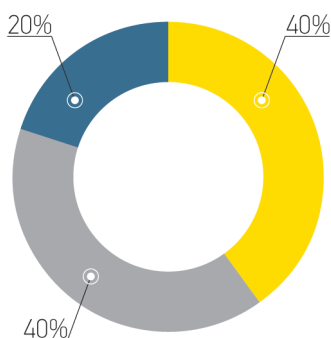
- 27% |** снизился до 10%
- 27% |** увеличился до 10%
- 20% |** остался без изменений
- 20% |** увеличился на 10-20%
- 6% |** снизился более чем на 10%
- 0% |** увеличился на более чем 20%

Что наиболее полно отражает деятельность Вашей компании в I квартале 2017 года?



- 27% |** стратегия оптимизации издержек
- 27% |** стратегия расширения дилерской сети
- 26% |** функционирование в обычном режиме
- 20% |** стратегия развития (сервис, продукт, персонал, бренд)
- 0% |** частичное сокращение деятельности

Насколько, по Вашему мнению, эффективны обучающие мероприятия, проводимые для дилеров СПК?



- 40% |** эффективны
- 40% |** затрудняюсь ответить
- 20% |** малозффективны
- 0% |** неэффективны
- 0% |** высокоэффективны



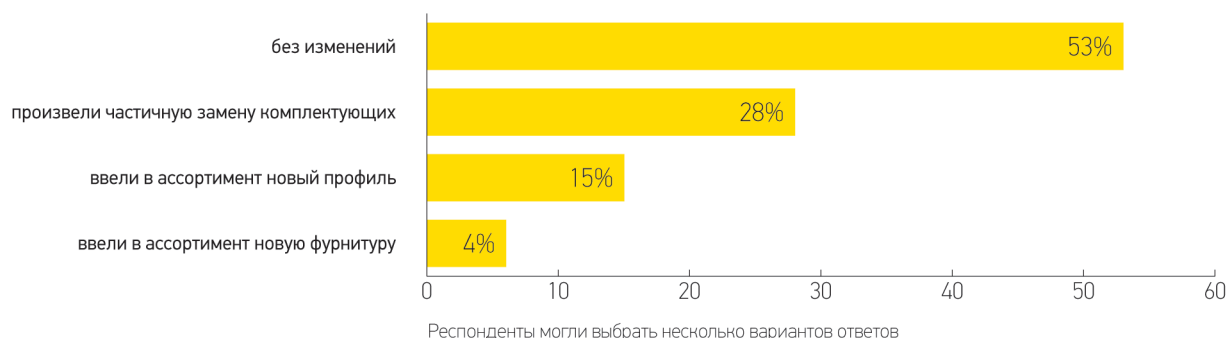
Продукция

В I квартале 2017 года компании-производители СПК в большинстве случаев не изменяли состав своего продукта. Немногие из опрошенных произвели частичную замену комплектующих (28%), поменяли профиль (15%), и совсем немногие (4%) изменили линейку фурнитуры. Подавляющее большинство компаний (72%) продолжают работать с проверенными временем поставщиками, внося изменения в основном в ассортиментную линейку, нежели пробуя совершенно новый продукт. Эти цифры четко показывают, что взаимоотношения поставщик-покупатель

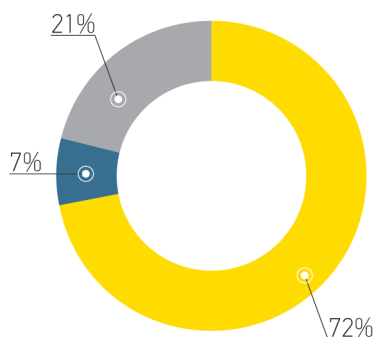
на отечественном рынке СПК достаточно крепкие. Если происходят изменения, то основная их задача – поиска новых вариантов по цене. В остальных вопросах – баланс найден.

Традиционно в первом полугодии лидирует в продажах продукция стандарт-сегмента, что подтвердили и результаты опроса за отчетный период. Продукция экономкласса временно ушла на второй план. Премиум-сегмент уверенно занимает свою долю.

Как изменилась Ваша ассортиментная линейка в I квартале 2017 года?

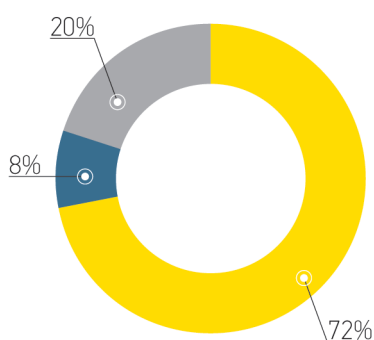


Что послужило причиной смены компании-поставщика в I квартале 2017 года?



- 72% |** не изменили партнеров по поставкам
- 21% |** стоимость комплектующих
- 7% |** качество продукции
- 0% |** сроки поставки

Продукция какого ценового сегмента преобладала в Вашем объеме продаж в I квартале 2017?



- 72% |** стандарт-сегмент
- 20% |** эконом-сегмент
- 8% |** премиум-сегмент



Каналы сбыта

В I квартале 2017 года отчетливо наблюдалась положительная динамика в развитии дилерской сети почти у всех опрошенных компаний. Половина респондентов отметили увеличение собственных и партнерских торговых точек в регионах своего присутствия. Пятая часть компаний зашли в новые для себя области, почти столько же сосредоточили свое внимание на занятых ранее позициях, и только 7% указали на сокращение количества своих дилеров. Усилия компаний по увеличению своего присутствия на рынке только подтверждает то, что именно развитая партнерская сеть является основным каналом сбыта продукции для отечественных производителей СПК.

Наиболее эффективным инструментом в работе с дилерами, как и прежде, является цена. Это отметили 64% опрошенных. Результативность самостоятельных акций в отчетном периоде отметили 35% компаний, 22% опрошенных подчеркнули эффективность обучающих мероприятий (подтверждая ответы предыдущих вопросов), также действенными были мотивационные программы и совместные промоакции с поставщиками.

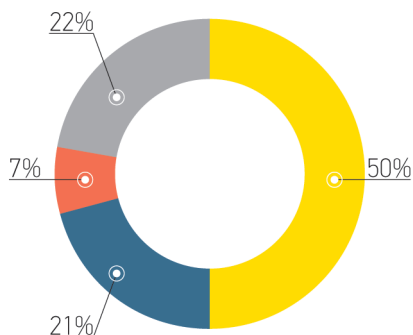
Доминирующее влияние ценового фактора в условиях сложившегося экономического положения в стране вполне объяснимо. Цена на готовое изделие по-прежнему была главным критерием при заказе окон в I квартале 2017 года – это отметили 50% респондентов. Однако вторая часть опрошенных компаний в качестве основного фактора, влияющего на выбор конечного потребителя, отметили гарантии надежности (22%) и завод-производитель оконных конструкций (24%), и только 4% компаний отдали голос в пользу дополнительных опций.

Примечательно в этом вопросе следующее: по мнению всех опрошенных компаний страна-изготовитель комплектующих ПВХ окон существенно не влияет на выбор конечного потребителя. Все активнее прослеживается тенденции предпочтения покупателями украинского продукта – как в целом оконной конструкции, так ее составляющего.

Какие из инструментов стали наиболее эффективными в работе с дилерами в I квартале 2017 года?



Как изменилась представленность Вашей компании в регионах в I квартале 2017 года?



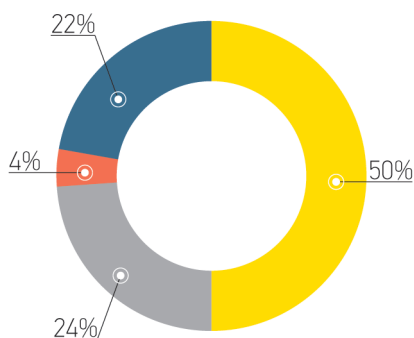
50% I увеличили число дилеров на уже занятых территориях

22% I увеличили число дилеров в новых регионах

21% I без изменений

7% I сократили число дилеров в некоторых регионах

Что, по Вашему мнению, влияет на выбор конечного потребителя при заказе оконных конструкций?



50% I цена изделия

24% I завод-производитель продукта

22% I гарантия надежности

4% I дополнительные опции

0% I страна-изготовитель комплектующих



Ожидания

Относительно прогнозов на II квартал 2017 года мнения участников опроса разделились. Почти половина опрошенных компаний ожидают снижение объемов рынка по сравнению с показателями II квартала минувшего года. При этом треть производителей предполагают, что рынок просядет более чем на 10%. Другая группа компаний настроены более позитивно: часть респондентов указала на рост рынка во втором квартале 2017 года - в пределах 10%; остальные считают, что объем рынка будет на уровне аналогичного периода прошлого года. Единого мнения относительно развития рынка среди его главных операторов нет уже несколько периодов подряд, как в целом нет и консолидации рынка.

Ставка на продукцию стандарт-сегмента все увереннее набирает обороты. Если еще год назад большинство компаний отмечали эконом-сегмент как преобладающий, то теперь производители сосредоточены на оптимальном варианте по цене и качеству, принимая во внимание потребности рынка и, безусловно, возможные затраты по рекламациям в случае работы с более дешевыми материалами.

Энергоэффективность и цена – главные тренды II квартала 2017 года. Опрошенные компании обозначили, что именно эти два фактора будут влиять на выбор конечного потребителя в следующем квартале. Стоит подчеркнуть, что доминирующее положение цены постепенно отходит на второй план. (К примеру, еще во II квартале 2016 года большинство респондентов (60%) отмечали приоритет цены в данном вопросе, и только 24% высказывались за энергоэффективность).

Как и прежде, в качестве риска для отрасли подавляющее большинство опрошенных компаний выделяют падение платежеспособности населения, а главным благоприятным фактором для развития оконного рынка Украины по-прежнему считают действие госпрограммы по энергосбережению.

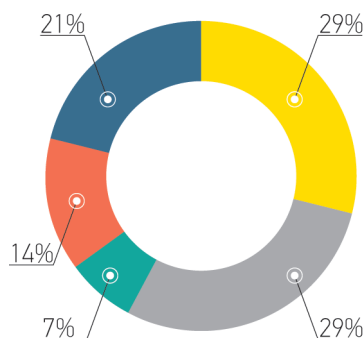
Несмотря на расширение списка финансовых институтов, работающих с госпрограммой, большая часть респондентов опроса предполагают, что лидировать по выдаче «теплых» кредитов в следующем периоде будет Ощадбанк как банк-первопроходец в данной программе, обладающий налаженной и удобной системой кредитования.

Стоит отметить, что никто из опрошенных не высказался в пользу программы IQenergy, которая работает при поддержке ЕБРР. В большей части это обусловлено тем, что данная программа рассчитана на частного заказчика, коттеджное строительство и на комплексную энергомодернизацию, включая утепление стен, модернизация котлов и прочее. К тому же программа предполагает более жесткий контроль за соблюдением требований к энергосберегающим мероприятиям, в отличие от государственной программы, что в целом несет более позитивный характер для отрасли. На данный момент IQ energy является одной из самых стремительно развивающихся и ресурсоемких с финансовой точки зрения программ поддержки энергоэффективности жилого сектора. Есть информация, что в скором времени Украина увидит новые интересные продукты данной программы.

В консолидацию отрасли, как и ранее, верят немногие опрошенные компании. Всего треть респондентов надеются, что объединение участников оконного рынка поможет в решении проблемных вопросов отрасли и в достижении общих целей оконных компаний. Тем не менее, процент доверия растет (по результатам опроса прошлого года за консолидацию было отдано всего 10% голосов в опросе).

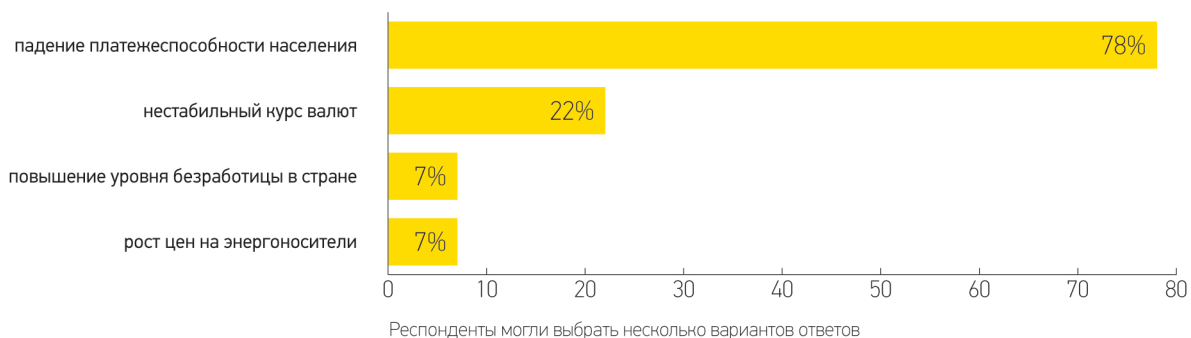
Работая в жесткой конкурентной среде, но при этом двигаться в одном направлении с оппонентами, держа руку на пульсе изменений и принимая активное участие в решении общих проблем отрасли, - вот золотая середина развития любого рынка и каждого его участника в отдельности.

Ваш прогноз по рыночной ситуации во II квартале 2017 года в сравнении со II кварталом 2016 года?

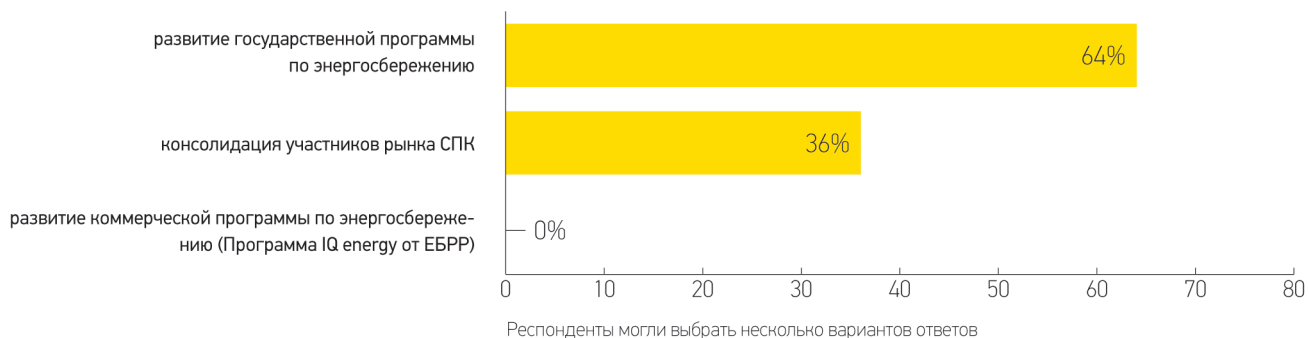


- 29%** | сокращение рынка на более чем 10%
- 29%** | без существенных изменений
- 21%** | рост рынка на 10%
- 14%** | сокращение рынка до 10%
- 7%** | рост рынка более чем 10%

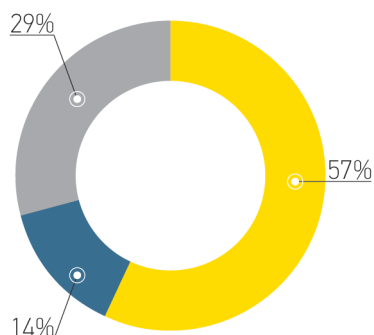
Что, по Вашему мнению, может стать наибольшим риском для отрасли во II квартале 2017 года?



Что, по Вашему мнению, может способствовать развитию оконной отрасли во II квартале 2017 года?

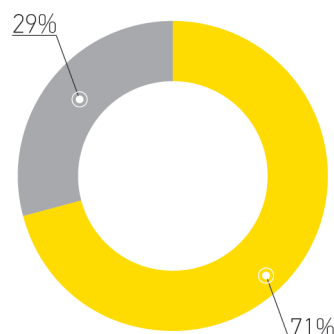


По Вашему мнению, система какого финансового института будет наиболее эффективна в реализации программы по энергосбережению в 2017 году?



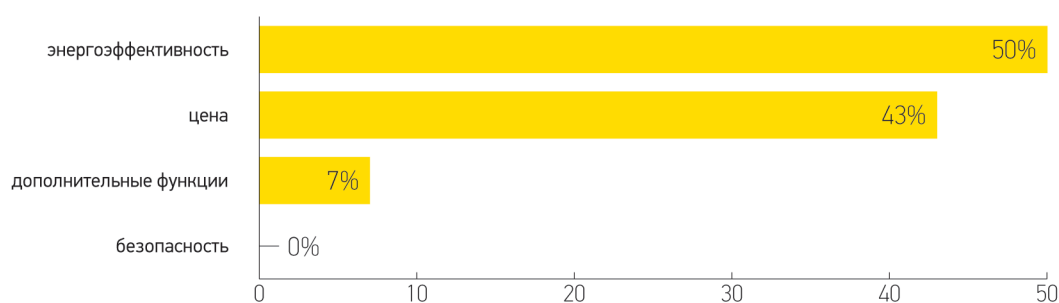
57% | Ощадбанк
29% | Приватбанк
14% | Укргазбанк
0% | Укрэксимбанк
0% | ЕБРР

Какой сегмент комплектующих, по Вашему мнению, будет наиболее востребованным во II квартале 2017?



71% | стандарт-сегмент
29% | эконом-сегмент
0% | премиум-сегмент

Как Вы считаете, что станет главным трендом среди потребителей СПК во II квартале 2017 года?



Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов



AXOR™

2017 • I квартал

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