

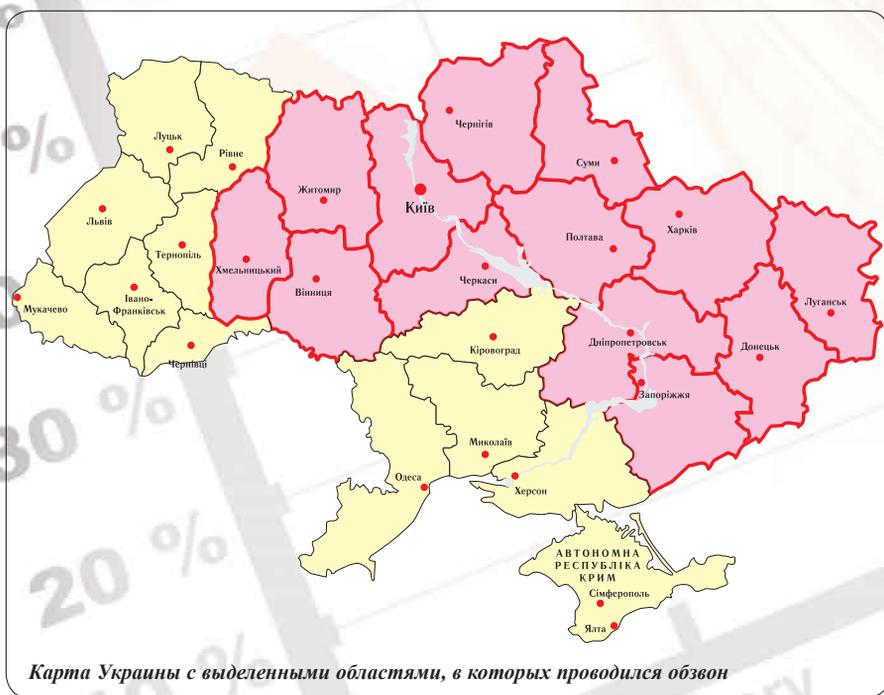
# Розничный аудит рынка светопрозрачных конструкций 2013

## Региональный аспект Центральной и Восточной Украины

Прошло более года с нашего последнего розничного аудита рынка светопрозрачных конструкций. За этот достаточно большой период ситуация на рынке уже стабилизировалась. Оконный рынок вошел в фазу «на дне», можно сказать, что теперь мы начинаем развиваться заново. Покупатели сегодня – это не случайные люди. Это люди, которые четко понимают, что им необходима замена окон. В связи с этим, они достаточно грамотные в вопросе выбора окон, ознакомлены с брендами на оконном рынке и хотят получить «качественный продукт». Большинству покупателей приелось дешевые некачественные товары, это касается не только светопрозрачных конструкций, а и товаров народного потребления в целом.

Этот факт так же доказывает активное развитие на украинском рынке более доступных брендов металлопластиковых профилей и собственных торговых марок, которые несколько дешевле общеизвестных, но по качеству готовы к серьезной конкуренции.

Так же стоит отметить, что данный Аудит мы проводим во внеочередном порядке. На прошедшей выставке «Примус: «Окна. Двери. Профили» 2013 на стенд нашего издания приходило очень много наших читателей, которые тут же, с присущим энтузиазмом искали наше регулярное исследование за 2012, но к сожалению так и не нашли. Мы пообещали подготовить материал в весенний номер и исправить этот факт. Думаем, что нам это удалось.



Карта Украины с выделенными областями, в которых проводился обзвон

Справедливости ради стоит отметить и те попытки, которые предпринимают немногочисленные специалисты и компании-профессионалы, для качественного изменения рынка, так 24 апреля 2013 состоялось торжественное подписание Меморандума о сотрудничестве между немецким институтом оконных технологий ift Rosenheim и Государственным предприятием «Государственный научно-технический институт строительных конструкций» (НИИСК). Основа сотрудничества – признание задокументированных результатов ежегодных испытаний, которые будут проводиться экспертами НИИСК на базе лаборатории. Редакция журнала надеется, что данное сотрудничество окажет положительное влияние на развитие рынка.

В тоже время редакция журнала «Оконные технологии» продолжает свою упорную работу по анализу рынка металлопластиковых изделий, и как итог этой работы мы презентуем нашим читателям очередной розничный аудит украинского рынка.

Для того чтобы охватить максимальное количество оконных компаний и получить более точные данные в региональном аспекте мы разбили анализ Украины на четыре части (см. карту Украины).

В этот раз мы решили, проанализировать Восточную и Центральную Украину, одну из наиболее активных и густонаселенных частей страны. Заручившись поддержкой независимых экспертов, мы сформировали из открытых источников (рекламные блоки и статьи в СМИ, Интернет-каталоги и т.д.) выборку оконных компаний, которая на сегодняшний день насчитывает 204 крупных и мелких фирм со следующей разбивкой по областям:

Восточная часть Украины:

- Харьковская область – 33 компании;
- Днепропетровская область – 26 компаний;
- Донецкая область – 25 компаний;
- Запорожская область – 15 компаний;
- Сумская область – 3 компании;
- Луганская область – 1 компания.

Обычно к Восточной Украине относят современные Луганскую, Харьковскую и Донецкую области, лежащие в бассейне Северского Донца, мы же в свою очередь добавили Днепропетровскую, Запорожскую и Сумскую области для более адекватных статистических данных. Количество компаний по областям определялось исходя из макропоказателей и деловой активности той или иной области.

Центральная часть Украины:

- Киевская область – 64 компании;
- Житомирская область – 6 компаний;
- Полтавская область – 6 компаний;

- Винницкая область – 6 компаний;
- Черкасская область – 6 компаний;
- Хмельницкая область – 6 компаний;
- Черниговская область – 6 компаний.

Так как распределение количества компаний в областном разрезе основывалось на макропоказателях и деловой активности того или иного региона, поэтому львиная доля нашего опроса пришлось на Киевскую область, включая г. Киев.

Сама структура анализа не изменилась. Уже традиционно в первой части нашего аудита мы ставили цель определить ценовую ситуацию на рынке светопрозрачных конструкций с выдвиганием гипотез по наиболее представленным комплектующим (марка профиля, фурнитура) и прогнозировать дальнейшее развитие ситуации в оконном секторе. Во второй части исследования мы проанализировали продавцов-консультантов оконных компаний, их сильные и слабые стороны и на основе полученных результатов создали рейтинг клиентоориентированных компаний.

Некоторым изменениям подвергся ценовой анализ, который традиционно проводился на основе расчета трех наиболее популярных конструкций с типовыми размерами, которые позволяют остек-

лить стандартную двухкомнатную квартиру. Так как наше издание проводит данное исследование более 4-х лет, многие оконные компании уже научились определять наших экспертов (тайнственных покупателей), что негативно сказывалось на объективном оценивании работы продавцов-консультантов и рейтинге клиентоориентированных компаний. Поэтому нами было проанализирована всего одна конструкция (см. рис. 1), что позволило получить объективные данные по продавцам, но в тоже время не позволяет провести ценовой анализ.

Также традиционно единственное ограничение мы делали на остеклении конструкций в связи с принятием ДБН В.2.6.-31-2006 «Тепловая изоляция строений», которые предусматривают повышение коэффициента сопротивления теплопередаче ( $R_{q \min}$ ,  $m^2 \cdot K / Wt$ ) для первой климатической зоны до 0,6  $R_{q \min}$ , чего с обыкновенными стеклами достичь весьма проблематично. Поэтому в проведенном исследовании принимали участие лишь те компании, в ассортименте которых был стеклопакет с низкоэмиссионным стеклом. По всем другим комплектующим (профиль, фурнитура и другие параметры) интервьюер старался выявить предпочтения менеджеров (читай компаний), задавая продавцам уточняющие вопросы: «Какой профиль Вы

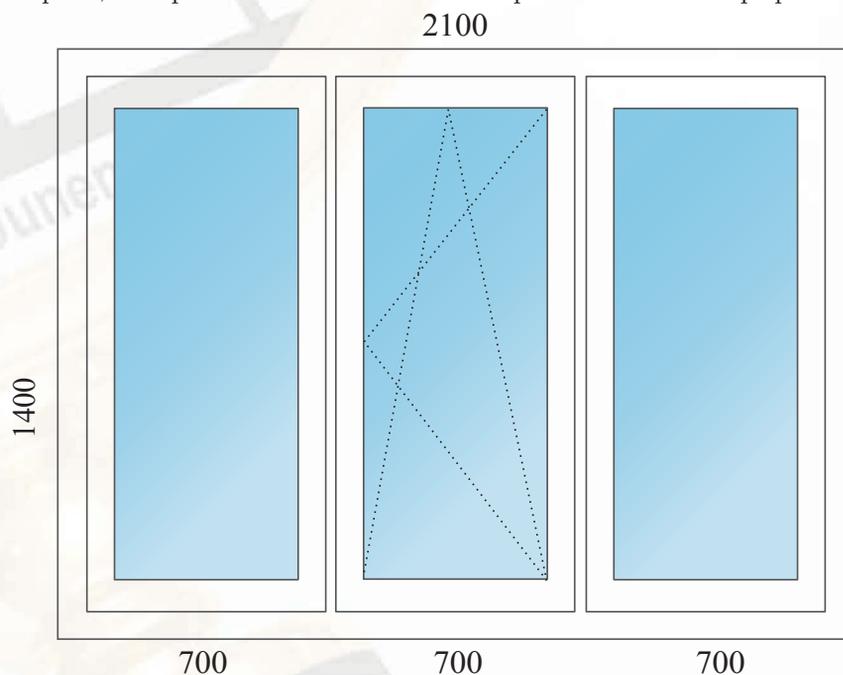


Рис. 1. Типы и габаритные размеры конструкции, используемой в исследовании