

**AXOR™**



1-е полугодие

**2019**

## **ОБЗОР РЫНКА СПК РОССИИ**

Обзор составлен на основе опроса руководителей компаний-производителей СПК России

# ВВЕДЕНИЕ

В настоящем обзоре представлено очередное исследование рынка светопрозрачных конструкций России от AXOR, которое основано на результатах проведенного опроса среди руководителей крупных и средних компаний-производителей металлопластиковых конструкций в Российской Федерации. Это позволило отразить мнение широкого круга представителей оконного бизнеса.

Надеемся, что данное исследование будет полезно всем участникам оконного рынка с целью анализа положения дел в отрасли, оценок дальнейшего развития и прогнозирования следующих периодов.

Благодарим всех участников исследования за активное участие в опросе и за уделенное время.

Ниже — представлены основные показатели, которые были характерны для отчетного периода, а также ожидания развития рынка согласно данным опроса.

Далее — более детально описаны все полученные данные и приведены сравнительные анализы на основании прошлых исследований, которые позволяют очертить основные тенденции развития оконного рынка за данный период.

## ВВОДНЫЕ ДАННЫЕ

60%

опрошенных компаний обозначили, что **объемы оконного рынка** за 1-е полугодие 2019 года **снизились**, в основном, по мнению опрошенных, до 10% по отношению к аналогичному периоду 2018 года.

33%

компаний в отчетном периоде выбрали **стратегию развития своего продукта и бренда**, и 27% компаний активно **развивали свою дилерскую сеть**.

57%

опрошенных компаний обозначили, что в их объемах продаж **преобладала продукция стандарт-класса**.

50%

опрошенных компаний во 2-м полугодии 2019 года ожидают, что **показатели рынка останутся на уровне** аналогичного периода прошлого года.

50%

компаний в своей деятельности будут придерживаться **стратегии удержания своих позиций на рынке**.



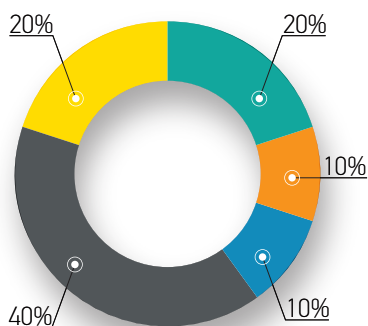
## Положение дел в отрасли

60% опрошенных оконных компаний отметили падение рынка СПК России в 1-ом полугодии 2019 года. По мнению большей части респондентов, рынок просел в среднем до 10%.

Экономический фон и, как следствие, снижение платежеспособности населения продолжают негативно влиять на динамику развития оконной отрасли.

Тем не менее, оконный рынок РФ развивается разными темпами в округах и регионах. Это объясняет некоторое расхождение во мнениях респондентов. Так, небольшая часть опрошенных обозначили, что, по их мнению, рынок удержал позиции прошлого года в данном периоде. Некоторые респонденты даже отметили небольшой рост показателей в отчетном периоде.

Как Вы оцениваете объем рынка СПК в 1-ом полугодии 2019 года относительно 1-го полугодия 2018 года?

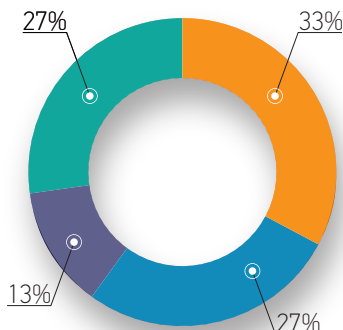


- 20% |** увеличился более чем на 10%
- 10% |** увеличился до 10%
- 10% |** остался без изменений
- 40% |** снизился до 10%
- 20% |** снизился более чем на 10%

В условиях снижения объемов рынка заметно усиливается конкурентная борьба. Поэтому вектор развития большинства компаний в отчетном периоде был направлен

на усиление позиций своего бренда, улучшение сервиса и качества продукта. Стратегия оптимизации издержек была уже не так актуальна, как в прошлом году.

## Что наиболее полно отражало деятельность Вашей компании в 1-ом полугодии 2019 года?



**33% |** стратегия развития (сервис, продукт, персонал, бренд)

**27% |** стратегия расширения дилерской сети

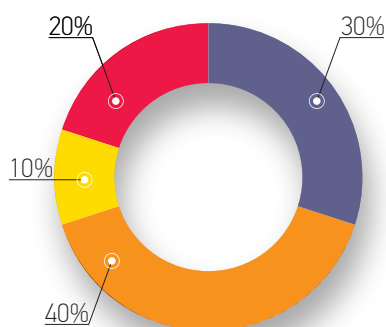
**13% |** стратегия оптимизации издержек

**27% |** функционирование в обычном режиме

Большинство опрошенных компаний отметили, что доля остекления зданий нового строительства в отчетном периоде составила 20-30% от общего объема рынка. Этот показатель, хоть и небольшими темпами, но растет в

течение последних лет. Все больше производителей окон стараются участвовать в тендерах от застройщиков и отдают предпочтение большим по объему заказам, чтобы максимально загрузить свое производство.

## По Вашему мнению, какова была доля остекления нового строительства в 1-ом полугодии 2019 года в разрезе общего объема рынка?



**30% |** до 20% остекление нового строительства

**40% |** 20-30% остекление нового строительства

**10% |** 30-40% остекление нового строительства

**20% |** более 40% остекление нового строительства

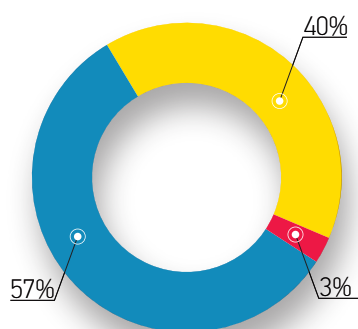


## Продукция

Впервые за последние два года в наших исследованиях большая часть респондентов отметили, что в их объемах продаж лидировала продукция стандарт-сегмента. Это подтверждают ответы к предыдущим вопросам о

выбранных компаниями стратегий. Все меньше акцент ведущих производственных компаний отрасли направлен на экономный сегмент продукции, все больше уделяется внимание качеству готовых изделий и высокому сервису.

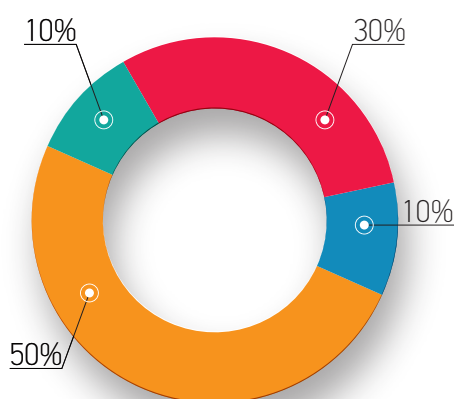
Продукция какого ценового сегмента преобладала в Вашем объеме продаж в 1-ом полугодии 2019 года?



Стоит отметить, что большую роль в развитии данной тенденции играет спрос покупателей. Часть населения, которые ранее приобрели жилье в новостройках с окнами невысокого качества, готовы платить больше и установить новые окна согласно своим требованиям и предпочтениям.

Другая часть населения, которые находятся в поиске оптимального варианта остекления, например, своих частных домов, в особенности коттеджных построек, готовы также более детально выбирать оконные конструкции и выделять на их покупку большие средства.

## Какую долю в Ваших объемах продаж в 1-ом полугодии 2019 года составили энергосберегающие окна?



- 10% |** более 40% энергосберегающих окон
- 30% |** 30-40% энергосберегающих окон
- 10% |** 20-30% энергосберегающих окон
- 50% |** 10-20% энергосберегающих окон
- 0% |** менее 10% энергосберегающих окон

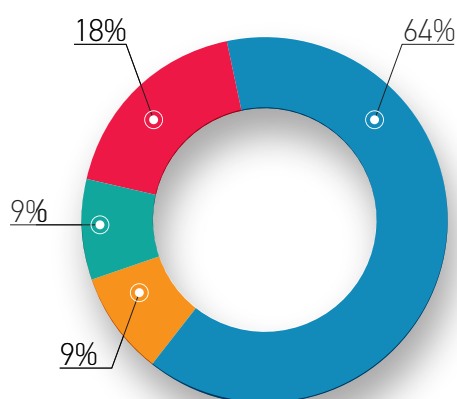
В энергосберегающих оконных конструкциях большую роль играет профиль. Вполне возможно, что эта тенденция повлияла на поиск производственными компаниями оптимального решения относительно профильных систем по ценовой политике, качеству и более широкому ассортименту.

Согласно данным опроса, в отчетном периоде 40% респондентов ввели в ассортимент новый профиль, и 30% опрошенных компаний произвели частичную замену комплектующих. При этом, поставщика фурнитурных систем компании не меняли.

Востребованность оконных систем, обладающих противозломными свойствами, развивается на рынке России небольшими темпами. Согласно опросу, почти все принимавшие в нем участие компании отметили, что в их объемах продаж доля конструкций с противозломом составляет не более 5%. К примеру, в европейских странах

В связи с этим виден возрастающий спрос на оконно-дверные конструкции с энергосберегающими свойствами. Согласно опросу, число компаний, у которых доля энергоэффективных окон в отчетном периоде превысила 30% от объема продаж, увеличилась почти в 4 раза в сравнении с данными анализа за 2018 год.

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



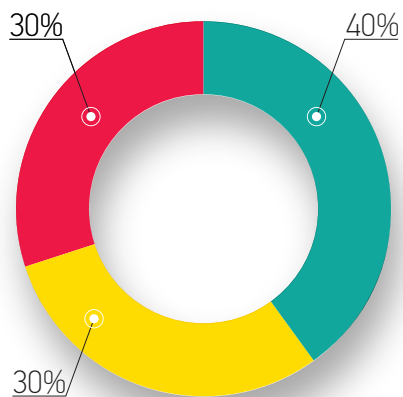
- 9% |** более 30% энергосберегающих окон
- 18% |** 20-30% энергосберегающих окон
- 64% |** 10-20% энергосберегающих окон
- 9% |** менее 10% энергосберегающих окон

такая комплектация уже является стандартной.

Но так как в текущем отчете виден возрастающий спрос на окна стандарт-класса и даже появилась небольшая доля премиум-сегмента, есть надежда, что популярность такого продукта, как взломоустойчивые окна, будет расти на рынке.

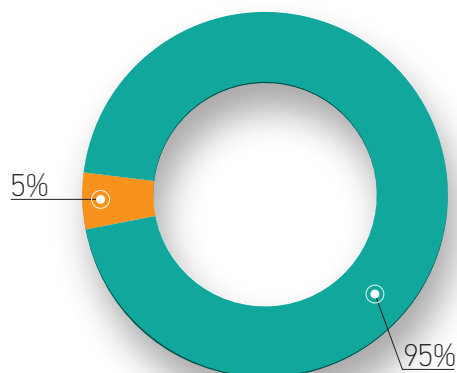
Безусловно, противозломные окна востребованы в большей части для остекления зданий коттеджного строительства, доля которого в РФ невелика. Но, благодаря формированию спроса производственными компаниями и оконными дилерами, доля остекления квартир первых и последних этажей высотных зданий, где окна с противозломными элементами очень актуальны, может существенно увеличить этот показатель в дальнейшем и, соответственно, показать прирост прибыли компаний от продукта более высокого класса.

Как изменилась Ваша продуктовая линейка в 1-ом полугодии 2019 года?



- 40% |** ввели в ассортимент новый профиль
- 0% |** ввели в ассортимент новую фурнитуру
- 30% |** произвели частичную замену комплектующих
- 30% |** без изменений

Какую долю в Ваших объемах продаж в 1-ом полугодии 2019 года составили окна с противовзломными элементами?



- 95% |** до 5% окон с противовзломом
- 5% |** 5-10% окон с противовзломом
- 0% |** более 10% окон с противовзломом





## Сбыт и продвижение

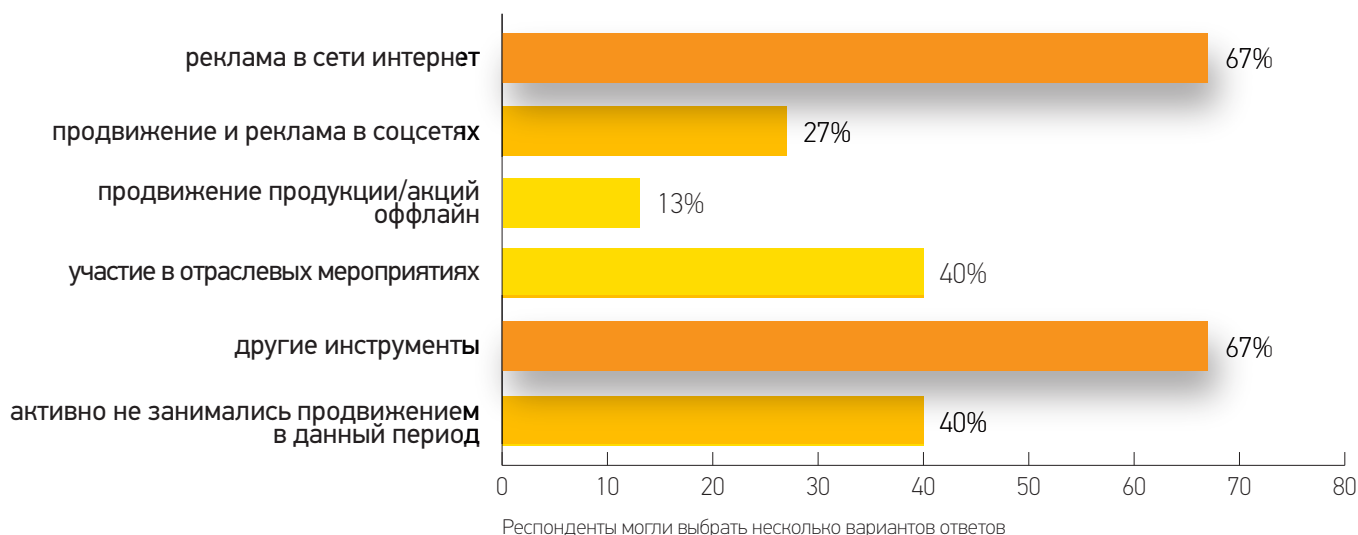
В первом полугодии 2019 года большинство компаний (67% опрошенных) активно продвигали свою продукцию и акции с помощью рекламы в сети интернет, которая показала наибольшую эффективность в сравнении с другими видами рекламы.

Также 40% компаний отметили высокую результативность такого формата продвижения продукции, как участие в отраслевых выставках и форумах, которые являются

удачным плацдармом для демонстрации технических новинок и разработок компаний, а также местом формирования и ведения бизнес-переговоров.

В данном вопросе респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов относительно наиболее эффективных инструментов продвижения продукции в отчетном периоде.

### Какие инструменты по продвижению продукции и/или акций показали наибольшую эффективность в 1-ом полугодии 2019 года?







Что касается сбыта продукции, то лидером среди методов стимулирования продаж в 1-ом полугодии 2019 года была мотивация дилеров. Это отметили 67% опрошенных компаний. После этого по шкале эффективности стимулирования сбыта респонденты отметили снижение цены, дополнительные сервисы и проведенные акции.

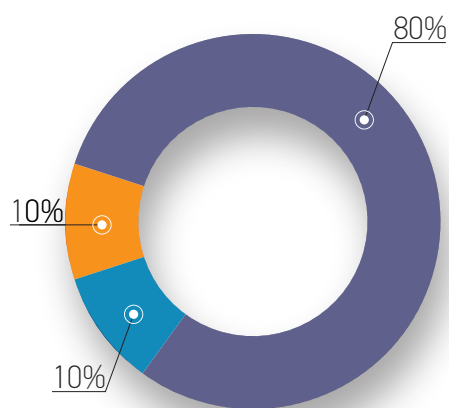
Дилеры оконной продукции являются мощным каналом сбыта готовых изделий, поэтому развитая и правильно замотивированная дилерская сеть, как правило, дает стабильную прибыль производителю окон.

Учитывая то, что количество оконных дилеров на рынке немного сократилось (это отметили 80% опрошенных компаний) борьба за «своего» дилера будет со временем только усиливаться среди компаний-производителей.

---

## Как Вы оцениваете изменения общего количества дилеров в России в 1-ом полугодии 2019 года?

---



**0% |** существенно сократилось

**80% |** несущественно сократилось

**10% |** без изменений

**10% |** несущественно увеличилось

**0% |** существенно увеличилось

## Какие инструменты для стимулирования сбыта Вы использовали наиболее активно в 1-ом полугодии 2019 года?





# Партнерские отношения

Интересные данные получены в вопросах о критериях выбора партнеров в оконном бизнесе.

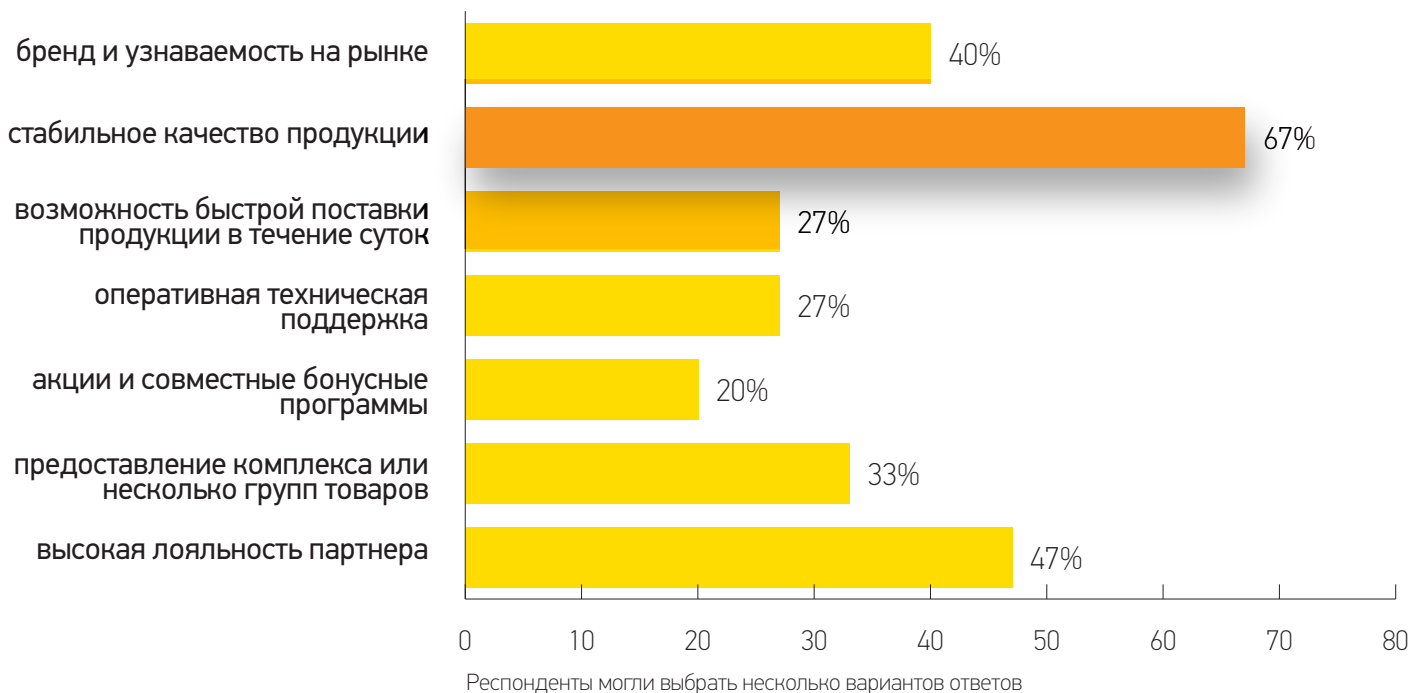
Первый график отражает, какие факторы наиболее

важны для компаний-производителей при выборе партнера-поставщика комплектующих. Второй график показывает, что, по мнению опрошенных компаний, наиболее важно для оконных дилеров.

## Как Вы считаете, что наиболее приоритетно для Ваших дилеров?



## Что наиболее важно для Вашей компании при выборе поставщика/ов комплектующих?



Два основных приоритета, на которые ориентируются дилеры при выборе производителя, — это качество и цена готовой продукции. Не малую роль играют также комплектующие, которые использованы в производстве, — это профиль и фурнитура. Также важен для оконных дилеров сервис и широкий ассортимент продукции.

Для производителя окон основными критериями, по которым происходит выбор поставщика комплектующих,

является стабильное качество продукции, узнаваемость бренда компании на рынке и высокая лояльность партнера.

Качество продукции и узнаваемость бренда поставщика помогают производителю выигрышно позиционировать свою продукцию на рынке, а высокая лояльность партнера помогает совместному решению важных задач, что также весомо для достижения бизнес-целей.



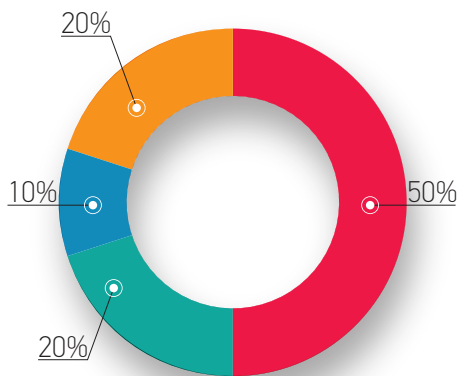
# Ожидания

Относительно прогноза по рыночной ситуации на 2-ое полугодие 2019 года, можно отметить, что около 80% опрошенных компаний ожидают положительную динамику развития рынка. Половина опрошенных прогнозируют, что рынок останется стабильным, треть компаний ожидают рост показателей рынка — в среднем на 10%. Оставшаяся пятая часть опрошенных настроены

менее оптимистично и ожидают сокращение объемов рынка.

Основными векторами развития компании выбирают расширение дилерской сети и всецело будут нацелены на удержание имеющихся позиций на рынке, что вполне объяснимо в условиях обостряющейся конкуренции.

## Ваш прогноз по рыночной ситуации на 2-ое полугодие 2019 года в сравнении с аналогичным периодом 2018 года?

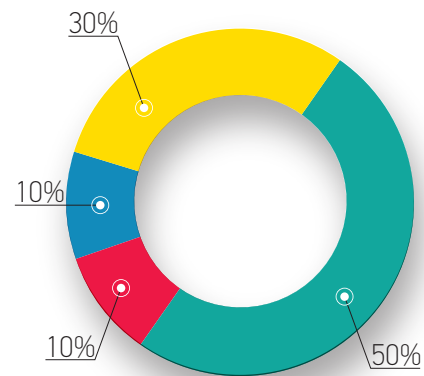


- 10% |** рост рынка более чем на 10%
- 20% |** рост рынка на 10%
- 50% |** без существенных изменений
- 20% |** сокращение рынка до 10%
- 0% |** сокращение рынка более чем на 10%

Подводя итог данного исследования, стоит сказать о консолидированном мнении опрошенных нами компаний и большинства клиентов AXOR, — об основных векторах развития оконных компаний с целью повышения эффективности работы на «переформатированном» за последние годы оконном рынке:

- **оптимизация структуры предприятия**, в особенности той ее части, которая касается объектного (тендерного) строительства;
- **регулярное обучение персонала** новым методам работы, направленное на повышение эффективности (дальнейшее развитие программного обеспечения,

## Чему Вы будете отдавать приоритет в своем развитии во 2-ом полугодии 2019 года?



- 30% |** развитие дилерской сети
- 50% |** удержание существующих позиций
- 0% |** развитие собственного бренда
- 10% |** сокращение издержек
- 0% |** слияние/покупка компаний-конкурентов
- 10% |** другое

оптимизация административных структур, развитие существующих кадров);

- **диджитализация** - переход от традиционной продажи к дистанционной;
- **Green Building** - инновационное строительство с акцентом на энергоэффективность и экологию в широком смысле слова.

Все эти тенденции развития производственных оконных компаний способны в большей части стать позитивными факторами развития оконной отрасли России в целом.



+7 985 700 09 55



[facebook.com/AXOR.ru](https://facebook.com/AXOR.ru)



+7 985 700 09 40



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



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