



**AXOR**

**2019**

**Годовой**

## **ОБЗОР РЫНКА СПК РОССИИ**

Обзор составлен на основе опроса руководителей компаний-производителей СПК России

# ВВЕДЕНИЕ

Начало нового календарного сезона в каждой отрасли всегда сопровождается подведением итогов предыдущего. Только на полученном опыте и результатах можно спрогнозировать будущую ситуацию на рынке и разработать планы, стратегию дальнейшей работы. Уже традиционно в начале сезона международный бренд AXOR, входящий в число ведущих производителей фурнитуры для свето-прозрачных конструкций (далее СПК), проводит опрос крупных игроков отрасли в Российской Федерации и представляет полученные результаты в кратком обзоре рынка. Опрос проводился среди руководителей и ТОП-менеджеров порядка 130

компаний, специализирующихся на изготовлении и продаже СПК и комплектующих из различных регионов России. Мы надеемся, что представленная далее информация позволит широкому кругу участников рынка сделать выводы о состоянии отрасли и принять правильные управленческие решения для ведения бизнеса в 2020 году.

Отдельно хотим выразить благодарность всем, кто уделил время для ответов на вопросы и принимал активное участие в подготовке данного обзора.



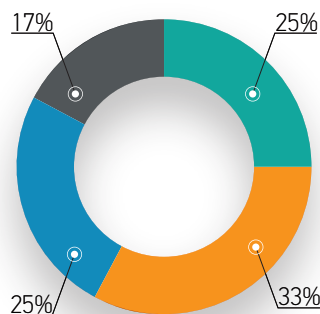


## Общие характеристики рынка в 2019 г.

Как и любой другой, оконный рынок не является статичным. Он подвержен влиянию различных факторов, в число которых входят и макроэкономические, и микроэкономические, а также отражает все изменения в смежных отраслях. Плюс ко всему, оконный рынок в отдельно взятом городе и регионе может кардинально отличаться от близлежащих. По этой причине оценка состояния дел в отрасли может существенно отличаться, что и показал проведенный опрос.

Из общего числа респондентов 42% высказали мнение о падении объемов рынка по сравнению с 2018 годом, 33% опрошенных сказали о том, что данный показатель не изменился, а 25% даже отметили рост в пределах 10% по сравнению с предыдущим аналогичным периодом.

### Как Вы оцениваете объем рынка СПК в 2019 году относительно 2018 года?



**25%** | увеличился до 10%

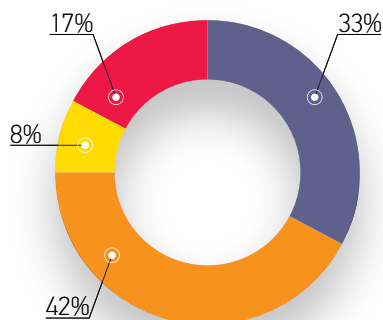
**33%** | остался без изменений

**25%** | снизился до 10%

**17%** | снизился более чем на 10%

На фоне оценки емкости оконного рынка в 2019 году, долю остекления объектов нового строительства респонденты оценили следующим образом:

### По Вашему мнению, какова была доля остекления нового строительства в 2019 году в разрезе общего объема рынка?



**33%** | до 20% остекление нового строительства

**42%** | 20-30% остекление нового строительства

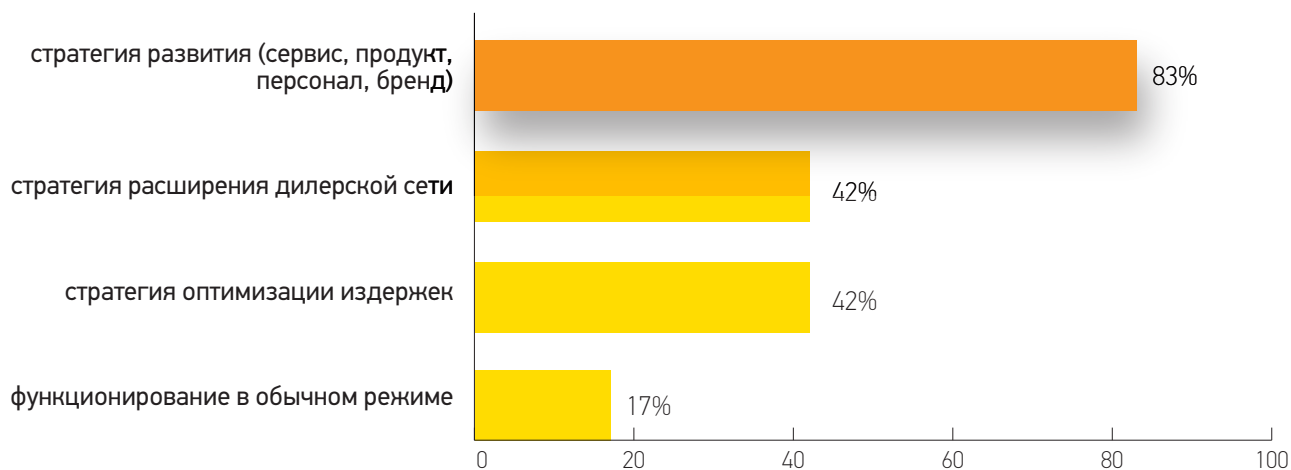
**8%** | 30-40% остекление нового строительства

**17%** | более 40% остекление нового строительства

Также руководители компаний, принимавшие участие в опросе, отметили усиления конкуренции на рынке, которое стимулируется и снижением количества дилеров в регионах (подробнее об этом в разделе «Сбыт и продвижение»), и тем фактом, что **цена для конечного покупателя перестала играть решающую роль**. Современный покупатель более осознанно подходит к выбору и профилю, и всех составляющих элементов окна, а также оценивает авторитет компании на рынке, предоставляемый сервис и т.д. По этой причине приходится пересматривать стратегию ведения бизнеса и уделять

внимание не только ценовой политике и выполнению взятых на себя обязательств, но и многим сопутствующим факторам. Ключевую роль в числе последних играет и **профессионализм сотрудников, и сервис, и усиление бренда**. Такого принципа в 2019 году придерживались 83% опрошенных. Наряду с изменением стратегии ведения бизнеса и развития, отдельное внимание опрошенные компании уделяли расширению дилерской сети и выходу на рынки других регионов страны, а также оптимизации издержек.

### Что наиболее полно отражало деятельность Вашей компании в 2019 году?



Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов

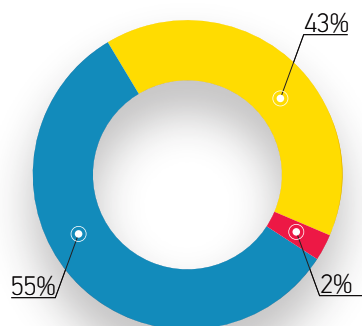


## Продукция

По данным опрошенных компаний, наиболее востребованной в течение 2019 года была продукция стандарт-сегмента. Её доля в общем объеме продаж составила 55%. На втором месте идет эконом-сегмент с долей в 43%. Продажи продукции премиум-сегмента носили разовый характер и в годовом объеме продаж его доля составила только 2%.

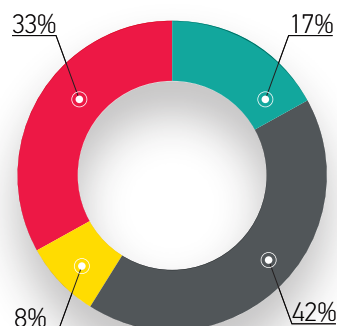
При этом предлагаемая ведущими компаниями продуктовая линейка в течение 2019 года либо не менялась (у 42% опрошенных), либо была произведена частичная замена комплектующих (у 33% опрошенных).

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



- 2% |** премиум-сегмент
- 55% |** стандарт-сегмент
- 43% |** эконом-сегмент

Как изменилась Ваша продуктовая линейка в 2019 году?

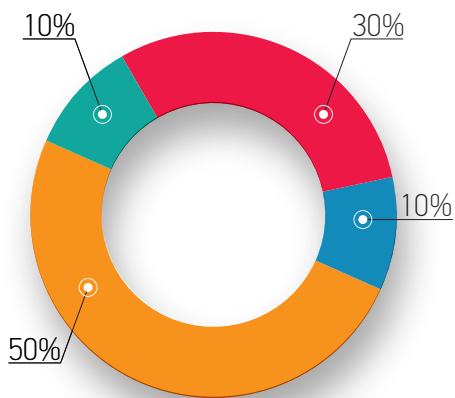


- 17% |** ввели в ассортимент новый профиль
- 42% |** ввели в ассортимент новую фурнитуру
- 8% |** произвели частичную замену комплектующих
- 33% |** без изменений

Отдельно респондентами был отмечен возросший спрос на энергосберегающие окна. У 75% опрошенных компаний их доля составила свыше 30%. По итогам

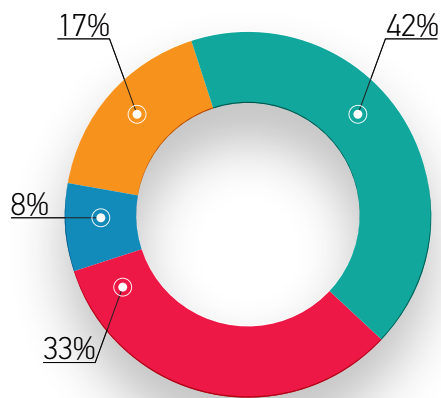
первого полугодия 2019 года объемы продаж данного типа остекления превышали отметку в 30% только у 40% опрошенных компаний.

### Доля энергосберегающих окон в общем объеме продаж в 1-ом полугодии 2019 года



- 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

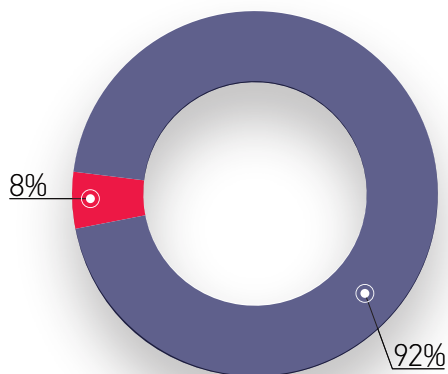
### Доля энергосберегающих окон в общем объеме продаж за 2019 год



- 42% |** более 40% энергосберегающих окон
- 33% |** 30-40% энергосберегающих окон
- 8% |** 20-30% энергосберегающих окон
- 17% |** 10-20% энергосберегающих окон

Наряду с энергосберегающими, по итогам 2019 года опрошенные компании отметили и возросший спрос на обеспечивающие безопасность технологии. Если по итогам первого полугодия 2019 года долю продаж окон с противовзломными элементами в районе 10% и более отмечали только 5% опрошенных компаний, то по итогам 2019 года их количество увеличилось до 8%.

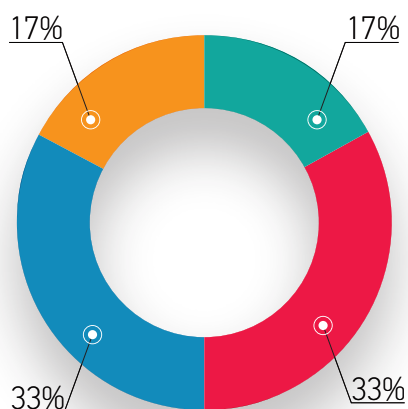
### Какую долю в Ваших объемах продаж в 2019 году составили окна с противовзломными элементами?



- 92% |** до 5% окон с противовзломом
- 8% |** более 10% окон с противовзломом

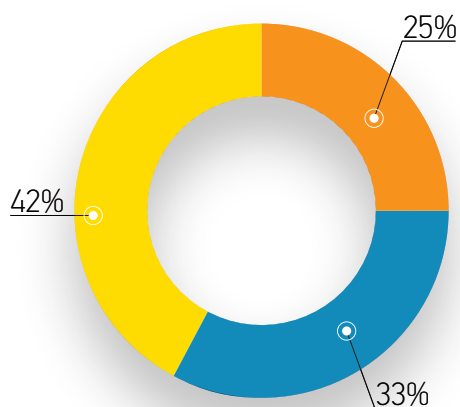
Доли продаж «глухих» окон и дверей из ПВХ с дверными замками распределились следующим образом:

### Доли "глухих" окон в объемах продаж в 2019 году



- 17% |** до 10% «глухих» окон
- 33% |** 10-15% «глухих» окон
- 33% |** 15-20% «глухих» окон
- 17% |** 20-25% «глухих» окон

### Доли дверей из ПВХ с дверными замками в общем объеме продаж в 2019 году



- 25% |** до 5% ПВХ конструкций с дверными замками
- 33% |** 5-10% ПВХ конструкций с дверными замками
- 42% |** 10-15% ПВХ конструкций с дверными замками





## Сбыт и продвижение

Продвижение любого товара на рынке подразумевает использование различных методов в комплексе. От их органичного сочетания напрямую зависит результат. При описании наиболее эффективных инструментов продвижения продукции на рынке респонденты могли выбрать несколько вариантов. Полученные результаты опроса показали, что именно такой стратегии продвижения

они и придерживались, но наиболее эффективной была реклама в интернет-сети. На втором месте по эффективности находится реклама в социальных сетях. Третье место разделили между собой такие способы продвижения, как участие в отраслевых мероприятиях, продвижение через телевидение и наружную рекламу и другие.

### Какие инструменты по продвижению продукции показали наибольшую эффективность в 2019 года?

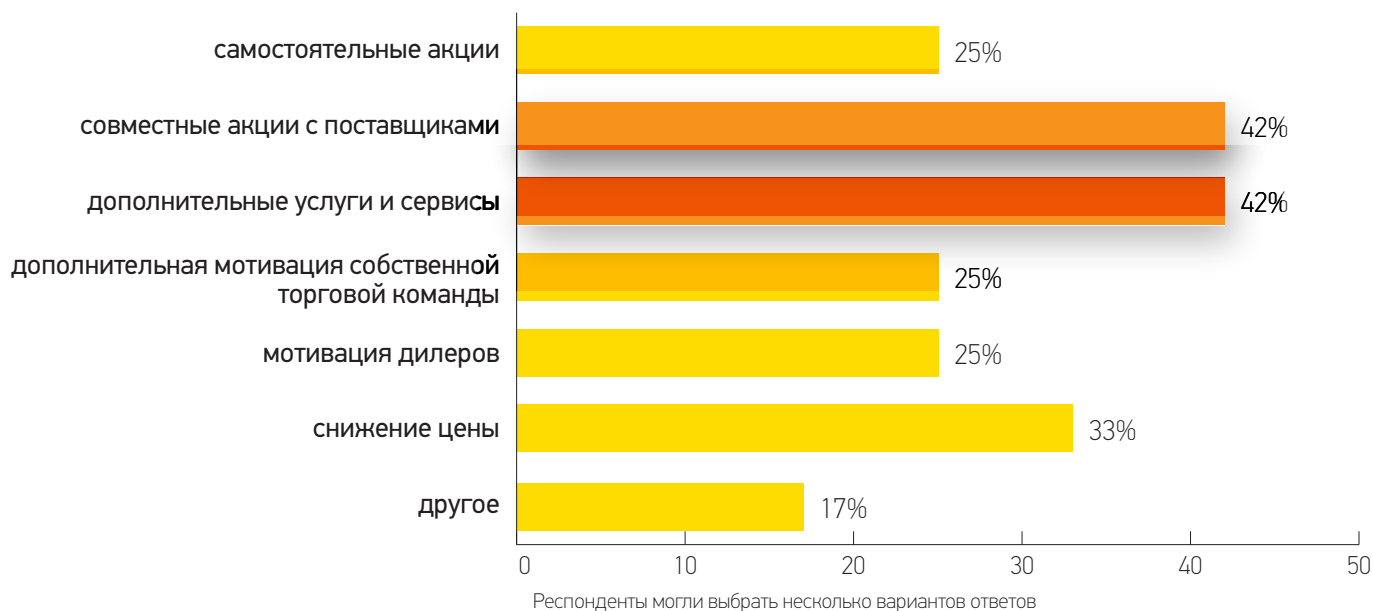




Наряду с рекламой, не менее важную роль играет и стимулирование сбыта. Как и с инструментами рекламы существуют разные методы стимулирования сбыта, которые наиболее эффективны при комплексном применении. Результаты опроса показали, что ведущими компаниями в регионах наиболее активно использовались совместные с поставщиками акции и предоставление дополнительного

сервиса, а также снижение цены. При этом последний способ значительно уступает по популярности первым двум. Это подтверждает вышесказанное о том, что для современного покупателя цена хоть и играет вескую роль, но не является решающим фактором при совершении окончательного выбора.

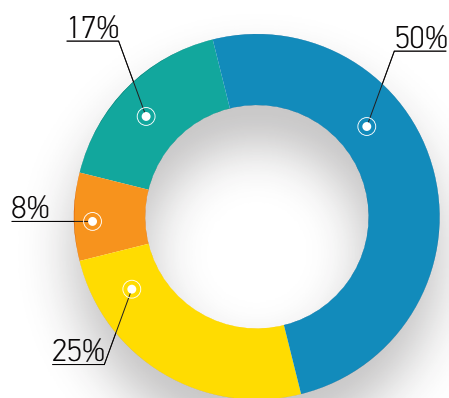
## Какие инструменты для стимулирования сбыта Вы использовали наиболее активно в 2019 году?



Основным каналом сбыта продукции являются дилеры. Именно они общаются напрямую с конечным покупателем и имеют непосредственное влияние на его решения. В рамках проводимого опроса подавляющее большинство опрошенных компаний (50%) отметили незначительное сокращение количества дилеров в регионах, но даже незначительное изменение в их числе иногда может привести к ощутимому перераспределению рынка. По этой причине борьба производителей за дилеров всегда была жёсткой и сейчас только усиливается, ведь именно они обеспечивают объем продаж выпускаемой продукции и производителям СПК очень важно четко понимать и учитывать приоритеты своих партнеров.

В вопросе о приоритетах дилеров респонденты могли выбрать несколько вариантов ответов. По результатам можно отметить три ключевых фактора: ценовая политика, качество изделий и сервис.

## Как вы оцениваете изменения общего количества дилеров в России в 2019 г.?



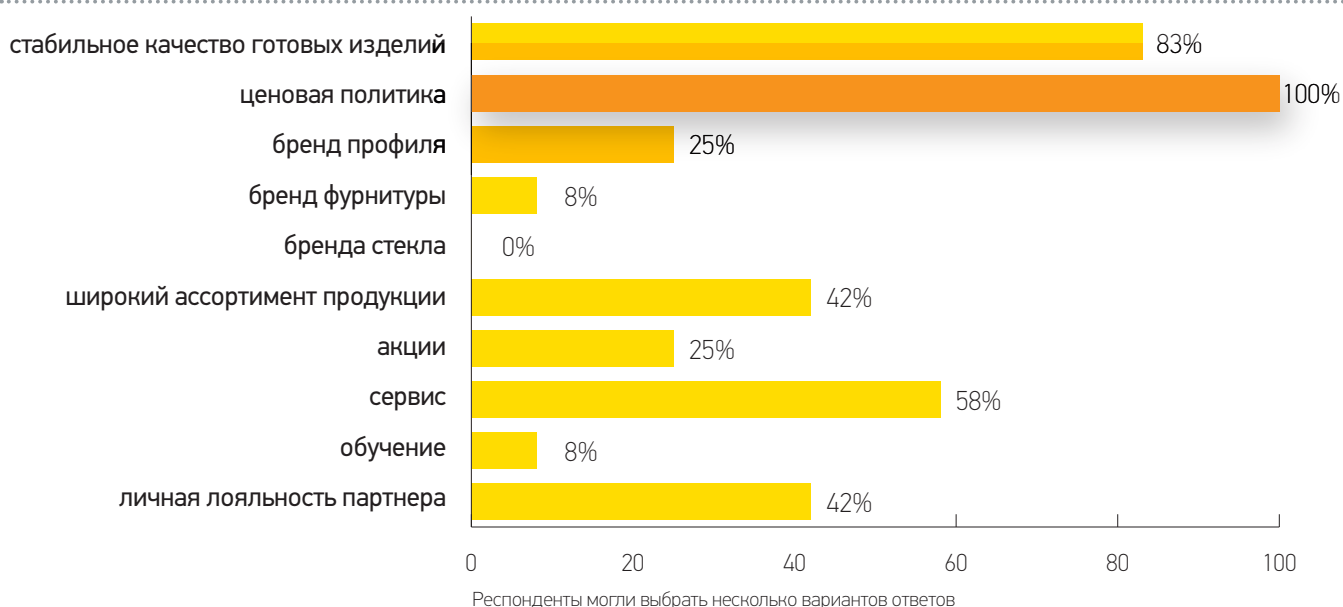
**8% |** существенно сократилось

**50% |** незначительно сократилось

**25% |** без изменений

**17% |** незначительно увеличилось

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



Если по итогам первого полугодия 2019 года в приоритетах дилеров опрошенных компаний стабильное качество и ценовая политика были равноценны и составляли 53%, то по итогам 2019 года важность качества готовых изделий для дилеров возросла до 83%. Это говорит о смещении приоритетов конечного покупателя

и дополнительно подтверждается ответами на вопрос к компаниям-производителям СПК о приоритетах при выборе поставщика комплектующих. Если по итогам 1-го полугодия 2019 г. важность стабильного качества комплектующих занимала 67%, то по итогам 2019 г. этот показатель вырос до 100%.

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



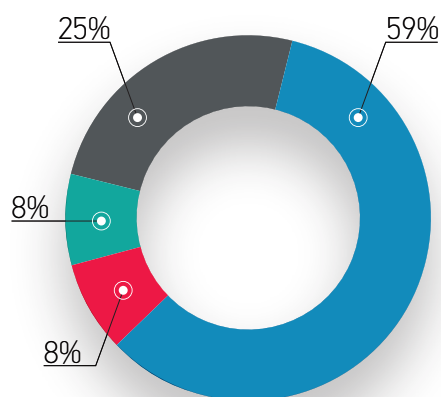


## Прогноз на 2020 год

Основываясь на результатах работы в 2019 году, представители опрошенных компаний не спешат делать оптимистические прогнозы. Больше половины респондентов (59%) считают, что оконный рынок России в 2020 году останется на уровне 2019 года. Четвертая часть

участников опроса высказали мнение о том, что в 2020 году ожидается снижение рынка в пределах 10%. Однако 16% респондентов настроены оптимистично и считают, что в 2020 году можно ожидать рост оконного рынка до 10% и даже более.

### Прогноз по рыночной ситуации на 2020 год в сравнении с 2019 годом

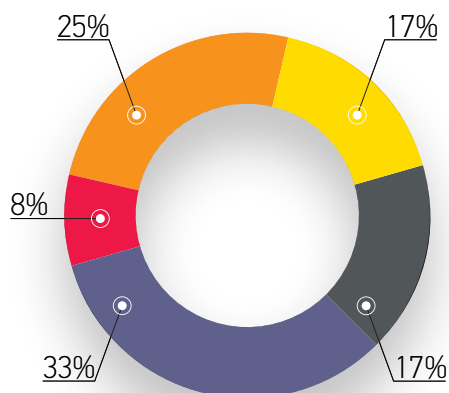


- 8% |** рост рынка более чем на 10%
- 8% |** рост рынка на 10%
- 59% |** без существенных изменений
- 25% |** сокращение рынка до 10%

Несмотря на разницу в прогнозах на 2020 год, большинство из принимавших участие в опросе компаний (33%) нацелены на развитие собственного бренда.

На втором месте в числе приоритетов в развитии находится сокращение издержек и развитие дилерской сети.

### Чему Вы будете отдавать приоритет в своем развитии в 2020 году?



**17% |** развитие дилерской сети

**8% |** удержание существующих позиций

**33% |** развитие собственного бренда

**17% |** сокращение издержек

**25% |** другое





## Подводя итог...

В качестве итога приведенного краткого обзора оконного рынка Российской Федерации хочется отметить, что все ведущие игроки рынка, независимо от региона, сходятся во мнении, что современный покупатель все меньше и меньше гонится за ценой, и всё больше и больше обращает внимание на качественные характеристики СПК. Также покупатель хочет получать квалифицированную помощь и поддержку, что стимулирует к повышению профессионального уровня сотрудников и важность этого показателя в будущем будет только увеличиваться.

Если говорить о будущих вкусах и предпочтениях покупателей, то есть все основания предполагать, что дизайнерские решения в остеклении с европейского рынка будут переходить и на рынок России. Это касается и исполнения окон в различных цветах, что уже активно используется в различных вариантах архитекторами, и распространения более элегантных решений, примером которых является установка скрытолежащей петлевой группы. В ассортименте продукции AXOR, к примеру, данная модификация представлена линейкой AXOR Elite+. Также есть все предпосылки полагать, что будет расти спрос на энергосберегающие решения по вполне понятной причине – возможность экономить затраты на отопление.

О глобальных перспективах оконного рынка России хочется сказать, что они имеют и сдерживающие, и стимулирующие развитие факторы. К первым относится увеличение стоимости жилья, как результат роста спроса на него, и переход на эксроу-счета. К стимулирующим развитие рынка факторам можно отнести поставленную перед новым вице-премьером России задачу по строительству 120 миллионов квадратных метров жилья, а также проекты правительства по улучшению демографической ситуации в стране, в частности – увеличение материнского капитала. Влияние последнего будет особенно ощутимо в регионах, где стоимость жилья ниже и молодым семьям его будет достаточно для приобретения квартиры в ипотеку.

В качестве заключения международный бренд AXOR желает всем участникам рынка стабильности, дальновидности в принятии управленческих решений и положительных финансовых результатов в 2020 году.



+7 985 700 09 55



facebook.com/AXOR.ru



+7 985 700 09 40



infoaxor@axorindustry.com



axorindustry.com