

## ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ МАНСАРДНИХ ВІКОН В УКРАЇНІ

© Наконечна Т.В., 2009

Досліджено тенденції розвитку ринку мансардних вікон в Україні. Проаналізовано основних виробників ринку, охарактеризовано структуру продаж відповідно до цінового сегменту. Розглянуто структуру обсягу продажів мансардних вікон загалом по Україні та по окремому регіону. Виявлено основні проблеми, які заважають розвитку відповідного ринку. Наведено основні чинники, які в майбутньому дозволять розвиватися ринку мансардних вікон.

The tendency of development of the mansard windows market in Ukraine have been investigated. The basic producers of the market have been analysed, a structure of sale has been characterised in accordance with a price segment. The structure of volume of the mansard windows sale has been considered on the whole of Ukraine and on a separate region. The basic problems which keep down the proper market development have been found out. The basic factors that will allow to develop the market of mansard windows have been given.

### Постановка проблеми

Успішне функціонування підприємств в умовах змінного маркетингового середовища неможливе без дослідження ринку як передумови для прийняття обґрунтованих управлінських рішень [1]. Ці дослідження повинні бути пов'язані з аналізом діяльності конкурентів, потреб споживачів, вивчення кон'юнктури ринку та врахуванням факторів макросередовища. Важливе значення в управлінні маркетинговою діяльністю мають комплексні дослідження товарних ринків, які допомагають оцінити реальний стан ринку, виявити тенденції його розвитку, виявити тенденції його розвитку, рівень продукції і краще оцінити власні позиції підприємства на ринку. Підприємство успішно розвиватиметься, якщо воно має достовірну інформацію про ринок, розуміє і враховує потреби клієнтів, чітко усвідомлює можливості потенційних постачальників і каналів збуту. Запорукою успішного функціонування підприємства буде виготовлення якісного товару за доступними цінами для споживача.

На вітчизняних підприємствах необхідно приділити увагу вагомості наукового потенціалу, оскільки велика увага у сфері політики приділяється системі якості. Задля її непорушності виробники повинні встановити спеціальний контроль та відповідний нагляд, що унеможливує будь-яке відхилення від системи якості.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретико-методичним питанням дослідження галузевих ринків присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних вчених. Серед зарубіжних вчених потрібно відзначити І. Ансоффа, М. Портера, Ф. Котлера. Важливість дослідження ринку, методика проведення, методи оброблення інформації висвітлюються у багатьох наукових працях вітчизняних науковців, зокрема, Н. Чухрай, С. Гаркавенко, А. Старостіної, С. Скибінського, В. Лаганіна та інших.

Проблема дослідження ринку привертає увагу багатьох дослідників, проте щодо регіонального ринку, то публікації за результатами маркетингових досліджень у цій галузі трапляються вкрай рідко.

### Формування цілей статті

У сучасних умовах будь-яке господарське рішення на промисловому підприємстві повинно бути обґрунтованим і зваженим. Підприємству необхідно знати все про ринок, на якому воно працює: хто буде його споживачем, а хто постачальником, яка платоспроможність замовників

продукції, які конкуренти працюють на даному ринку, яка структура продажів, умови доставки та обслуговування клієнтів. Тому важливо оцінити закономірності і тенденції розвитку цього ринкового сегменту, окреслити перспективи його розвитку у майбутньому. Для досягнення поставлених цілей було визначено завдання – проаналізувати головні параметри та чинники, які впливають на вітчизняний ринок мансардних вікон, основних учасників ринку, маркетингову поведінку та дії його учасників.

### Виклад основного матеріалу

Проблема енергозбереження нині надзвичайно актуальна. З настанням холодів господарі квартир прагнуть обладнати їх так, щоб не доводилося витратити на обігрівання додатковими засобами. Оптимальним рішенням для збереження комфортного тепла є установка якісного вікна, здатного захистити житло навіть за найнесприятливіших погодних умов.

Сьогодні в Україні нараховують кілька тисяч дрібних та середніх фірм, які випускають металопластикові вікна. За останні роки чимало вітчизняних виробників віконної продукції вклали багато коштів у технічне оснащення виробництва, посилили контроль за якістю комплектуючих виробів та монтажних робіт.

Водночас удавана простота виробництва приваблює нових виробників, які у гонитві за прибутками налагоджують її випуск на застарілому обладнанні із залученням некваліфікованого персоналу, без технічної документації. Це призводить до виникнення проблем під час купівлі вікон, дискредитує у їхніх очах саму ідею встановлення сучасних вікон та працю багатьох чесних виробників. Система сертифікації продукції в Україні створює певні бар'єри на шляху недобросовісної продукції, але поки що ще не здатна надійно захистити ринок від неякісної продукції.

Оскільки вікна встановлюють на десятки років, то вимоги покупців до цієї продукції достатньо високі. Нині споживачі хочуть самостійно розібратися у всій різноманітності віконних конструкцій і зробити вибір на підставі повної і об'єктивної інформації.

Ринок металопластикових вікон України різноманітний: споживачам пропонується вироби з ПВХ-профілем як вітчизняного, так і іноземного виробництва. Такі вікна виготовлені з полівінілхлориду (ПВХ), а профіль має сталеві підсилювальні вкладиші. Продукція імпортується з Німеччини, Австрії, Швейцарії, Англії, Польщі, Франції, Туреччини та інших країн, лідером з яких можна вважати Німеччину, і не тільки стосовно профілю, а й фурнітури [5].

Завдяки насиченості ринку споживач може обирати вікно різної форми, засобу відкриття та кольорової гами. Виробники здатні задовольнити будь-які потреби найвибагливішого споживача.

На загальному фоні ринку вікон – субринок мансардних вікон виглядає доволі скромно, якщо оцінити його тільки за обсягами збуту, а порівняно з такими традиційно “мансардними” країнами, як Німеччина, Росія і Польща тим паче.

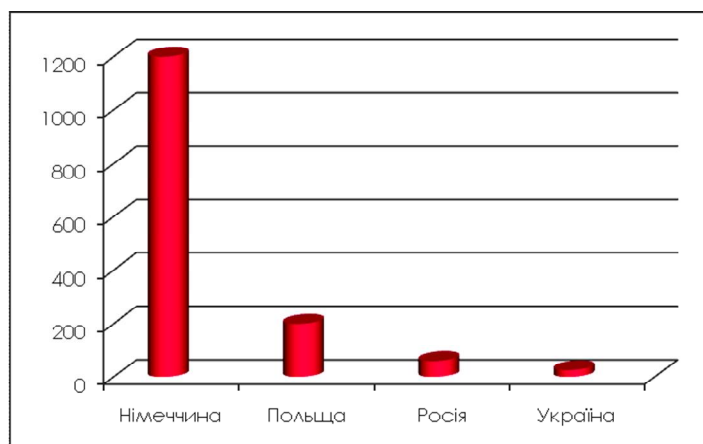


Рис. 1. Обсяги ринків мансардних вікон у деяких країнах в 2006 р., тис. шт.

Джерело: [3, с. 147]

Проте варто зазначити, що сьогодні субринок демонструє стрімкі темпи зростання. За останні роки обсяги збуту мансардних вікон у кількісному вираженні зросли на 30%. Перша причина такого зростання насамперед пов'язані з зміною самої культури будівництва, оскільки в Україні застосовуються передові технології, де мансардні вікна виконують дві функції: декоративну та захисну. Крім того, попит на мансардні вікна стимулює інтенсивне будівництво котеджів, не тільки в обласних центрах, а і в регіонах. Причому вітчизняний споживач має свою думку на те, які параметри має мати мансардне вікно. Тому 10–15% споживачі не купують стандартні вікна, а замовляють оригінальні конструкції.

Інша причина зростання обсягів продажів мансардних вікон є збільшення обсягів будівництва та реконструкції промислових об'єктів. Попит на мансардні вікна в 2006 році порівняно з 2005 р. збільшення на 20–25%.

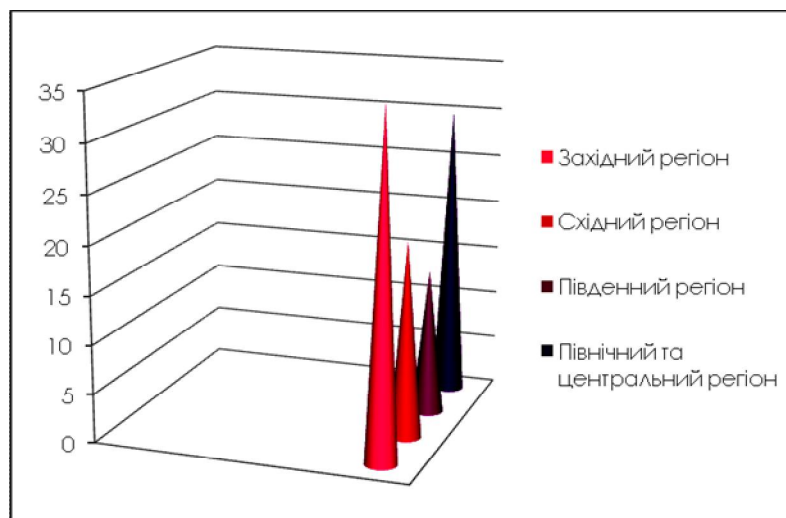


Рис. 2. Структура продажу мансардних вікон в 2006 році по регіонах України, %

Як правило, гарантійний термін реалізованих вікон становить п'ять років, проте в окремих випадках для залучення нового покупця виробники можуть продовжити його до десяти років. Проте, більший термін гарантійного обслуговування "тягне" за собою збільшення ціни на вікно. Ціна на мансардні вікна в два–три рази перевищує ціну звичайного вікна. Цінова політика залежить від гравців ринку, оскільки саме вони ведуть конкурентну боротьбу між собою. Структуру ринку мансардних вікон по цінових сегментах показано в табл. 1 та графічній інтерпретації – рис. 4 [3].

На українському ринку мансардних вікон більше 95% утримують три потужні компанії: Fakro (Польща; офіційний представник в Україні – ДП "Факро-Львів"), Velux (Данія; представник в Україні "Велюкс Україна", Roto Frank AG (Німеччина; дистриб'ютор – "Евроізол" м. Київ). Виробництво мансардних вікон в Україні налагоджено тільки у компанії "Факро-Львів", а інші фірми є тільки імпортерами. Поява нових гравців на ринку за сьогоднішніх складних економічних умов майже неможлива, але в надалі роблять оптимістичні прогнози щодо цього ринку [6].

З 2005 року по 2008 рік основні виробники збільшили обсяги реалізації мансардних вікон і за рахунок інтенсивної реклами, але ситуація з обсягами реалізації мансардних вікон докорінно змінилася наприкінці 2008 на початку 2009 років. Світова економічна криза позначилась і на економіці України. Різко знизилась платоспроможність клієнтів, оскільки комерційні банки неспроможні надавати кредити, а також заблокована видача депозитів.

Таблиця 1

Структура ринку мансардних вікон по цінових сегментах, USD за 1 шт.

Низький сегмент	Середній сегмент	Високий сегмент
165–340	340–615	615–1100

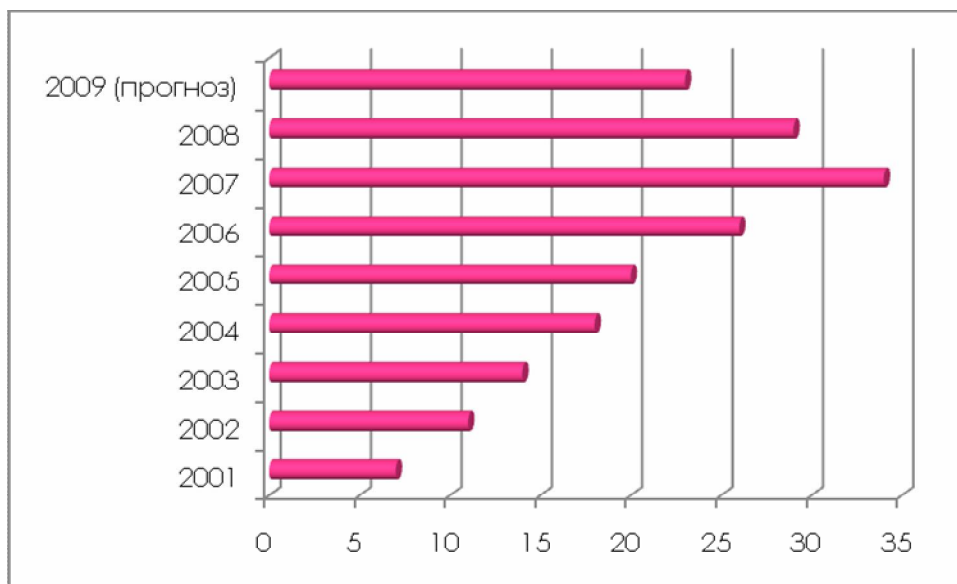


Рис. 3. Обсяги продажів ринку мансардних вікон в Україні, тис.,грн.

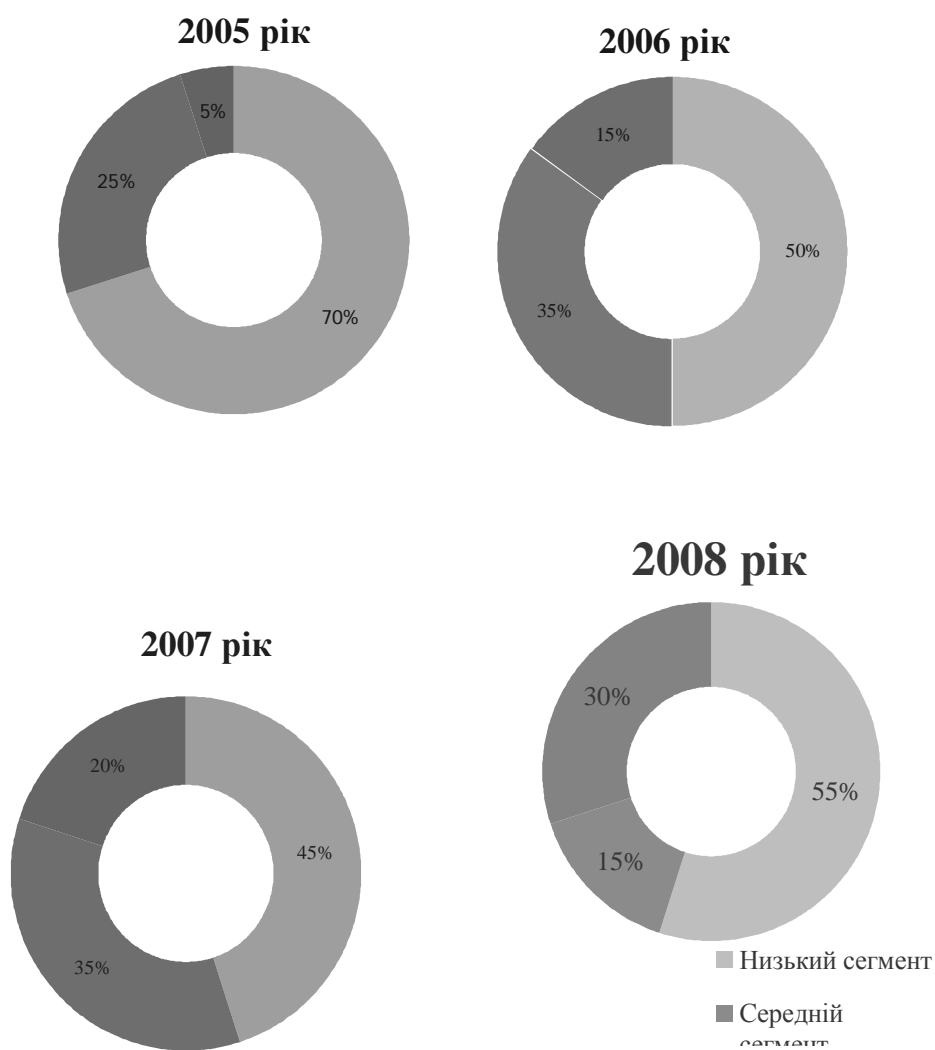


Рис. 3. Структура продаж вікон в Україні по цінових сегментах, %  
Джерело: [3, с 149]

Результати аналізу показали, що існує декілька негативних факторів, які не дають змоги інтенсивно розвиватися ринку мансардних вікон. По-перше, це затяжний процес отримання дозволів для житлового і офісного будівництва. Щоб отримати землю під будівництво котеджу, потрібно узгодити проект, взяти декілька дозволів на підведення газу, води, електричної енергії необхідно потратити два роки, внаслідок цього зникає бажання будувати власний будинок. Що стосується реконструкції вторинного житла, то з 1999 року, щоб встановити мансардне вікно, потрібно отримати дозвіл у всіх мешканців будинку, коли раніше дозвіл на встановлення мансардного вікна необхідно було отримати від мешканців тільки верхнього поверху будинку. По-друге, деяких покупців відлякує вища ціна на мансардне вікно порівняно із ціною звичайного вікна. Варто зазначити, що мешканцям саме м. Львова доволі складно отримати дозвіл на будь-яку реконструкцію будівлі та встановлення мансардних вікон – Львів удруге дістав світове визнання. У грудні 1998 року в японському місті Кіото його було внесено до Списку всесвітньої культурної спадщини ЮНЕСКО. Тому гравці ринку мансардних вікон чекають сприятливіших умов для роботи в Україні, а саме зміни законодавчої бази та простішої і швидшої процедури отримання дозволів на встановлення мансардного вікна.

### **Висновки та перспективи подальшого дослідження**

Виконані дослідження ринку мансардних вікон в Україні дало змогу зробити такі висновки:

1. В умовах економічної кризи, коли є актуальним питання енергозбереження, а також переоснащення нежитлових площ у житлові дозволить позитивно розвиватись даному ринку.
2. Надалі зростатиме попит на житло в новобудовах, а також збережуться модні тенденції щодо будівництва приватних котеджів, що призведе до збільшення попиту на мансардні вікна.
3. Прихід в Україну іноземних інвестицій дасть змогу збільшити кількість виробників, що дозволить сформувати на ринку "здорову" конкуренцію. Загострення конкуренції своєю чергу вимагатиме від виробників звернути увагу на підвищення якості продукції, а також рівень обслуговування клієнтів.

Тенденції на ринку мансардних вікон постійно змінюються, оскільки змінюється ситуація в державі, загалом. Змінюються гравці на ринку, змінюються вимоги покупців до продукції та обслуговування. Виникає потреба у дослідженнях закономірностей і тенденцій розвитку цього ринкового сегмента, окресленні перспектив його подальшого розвитку, що буде предметом подальших досліджень автора.

1. Чухрай Н.І., Гірна О.Б. *Формування ланцюга поставок: питання теорії та практики: Монографія.* – Львів: Інтелект-Захід, 2007. – 232 с.
2. Лаганін В.О., Янковська Л.А. *Дослідження особливостей і тенденцій розвитку вітчизняного ринку ПВХ-профілів // Логістика.* – 2008. – С. 130–136.
3. Муравайко М. *Захват крыши // Бизнес.* – 2007. – № 47. – С. 147–149.
4. Волосецькая А. *Профилирующие активы // Бизнес.* – 2007. – № 33. – С. 86–89.
5. <http://www.ukr.net/>.
6. <http://okna.ua/>.