

Партнери проекту:



Аналіз віконного ринку України 2022 року

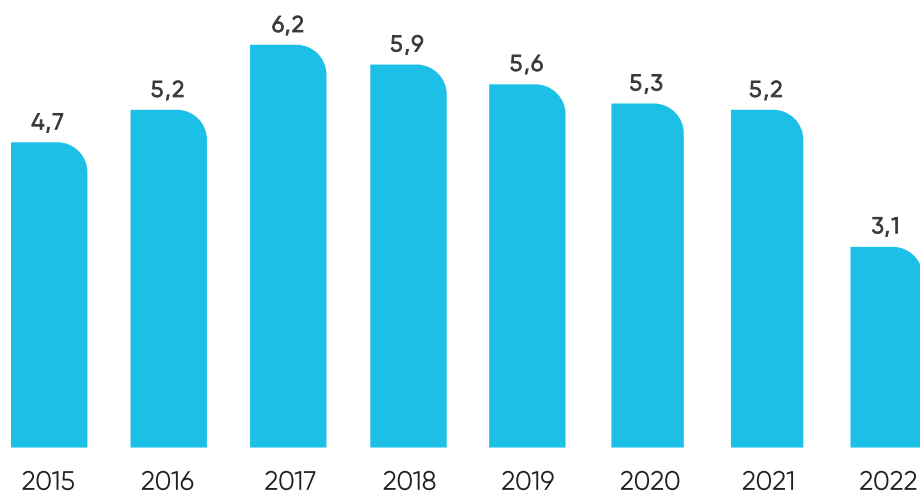
*Вистіймо!
Переможемо!
Відбудуємо!*



Віконний ринок України за підсумками 2022 року

Загальний обсяг вироблених світлопрозорих конструкцій у 2022 році оцінюється в 3,0–3,2 млн одиниць. У порівнянні з 2021 роком падіння становило близько 40%. З одного боку, таке суттєве падіння має тільки одне пояснення – військова агресія зі сторони росії. Але, з іншого боку, галузь втрималася і не зважаючи на окуповані та зруйновані деякі виробництва, продовжує працювати, сплачувати податки та зміцнювати економічний фронт України.

Пропонуємо детальний огляд ринку вікон, комплектуючих та результати опитування дилерів віконних компаній.



Кількість світлопрозорих конструкцій, вироблених в Україні (млн одиниць)

П'ятірка лідерів за кількістю вироблених віконних конструкцій виглядає таким чином (інформація є розрахунковою та може мати похибку до 5%)*, тис. одиниць:

- «Стеко» – 565-575
- Viknar'off – 400-410
- Фабрика вікон «Екіпаж» – 255-265
- ТОВ «Акорд-С» (ТМ Epsilon) – 155-165
- «Вікна Стиль Трейдінг» – 120-130

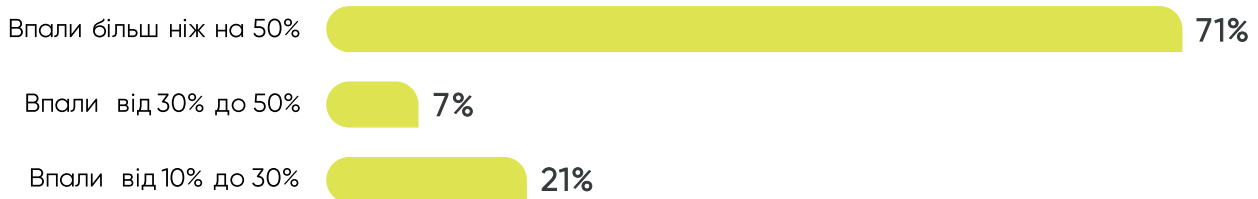
Очікувано, що компанії, які працюють на сході, центрі, півдні та півночі країни, втратили більше, ніж компанії, діяльність яких відбувається на заході. Але з поступовим звільненням наших територій, роботи по відновленню там додається і дозволяє хоча б частково компенсувати втрати.

Нажаль, декілька компаній-виробників з початку війни опинилися під окупацією, але маємо сподівання на їх відновлення у 2023 році, враховуючи те, що міста, де вони знаходяться, вже деокуповані.

Трафік у віконних салонах у 2022 році в порівнянні з 2021 роком



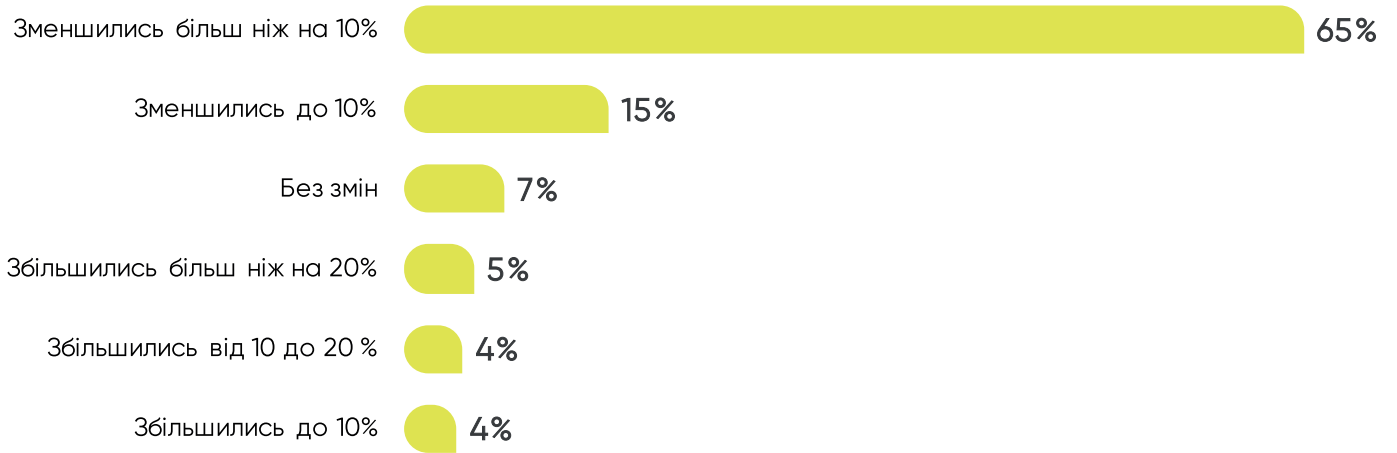
Загальні продажі салонів у 2022 році відносно 2021 року



Продаж економ сегменту в порівнянні зі стандарт класом у 2022 році



Продажі преміум-сегменту у 2022 році в порівнянні з 2021 роком



Місце замовлення додаткової комплектації (відливи, підвіконня та ін.)



Ринок ПВХ профілю у 2022 році



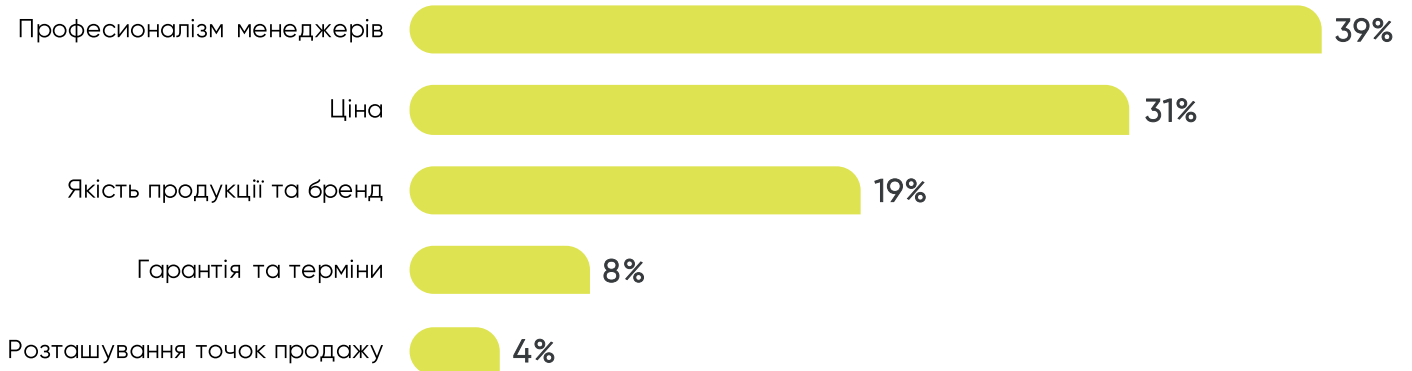
Ринок ПВХ профілю у 2022 році теж зазнав досить суттєвих втрат. В окупації опинився один з великих вітчизняних виробників ПВХ профілю – Opentek. Зруйновано виробництво другого по об'ємах виробництва профілю в Україні – компанії Маядо, на початок 2023 року виробництво не відновлено, компанії довелося перелаштовуватися на ввіз профілю. Частково, або повністю зупинилися виробництва інших виробників профілю. На сьогодні більшість виробництв відновила свою роботу, деякі постачальники перейшли на імпорт частини своєї продукції з європейських та турецьких виробництв.

Ще одним викликом для національних виробників профілю стала повна зупинка «Карпатнафтохіму», який з початку війни два місяці ще реалізовував залишки ПВХ сировини, а потім виробники профілю вимушені були купляти сировину за кордоном, сплачуючи «загороджувальне мито», яке свого часу «Карпатнафтохім» пролобіював на високому рівні. І тільки 05.11.2022 року загороджувальне мито було призупинено, активи «Карпатнафтохіму» було конфісковано та передано в управління АРМА. Таким чином, виробники профілю змогли зекономити на відміні мита на сировину, але збільшилася логістична складова, пов'язана з доставкою сировини з Європи, яка не дала змоги отримати здешевлення кінцевого продукту.

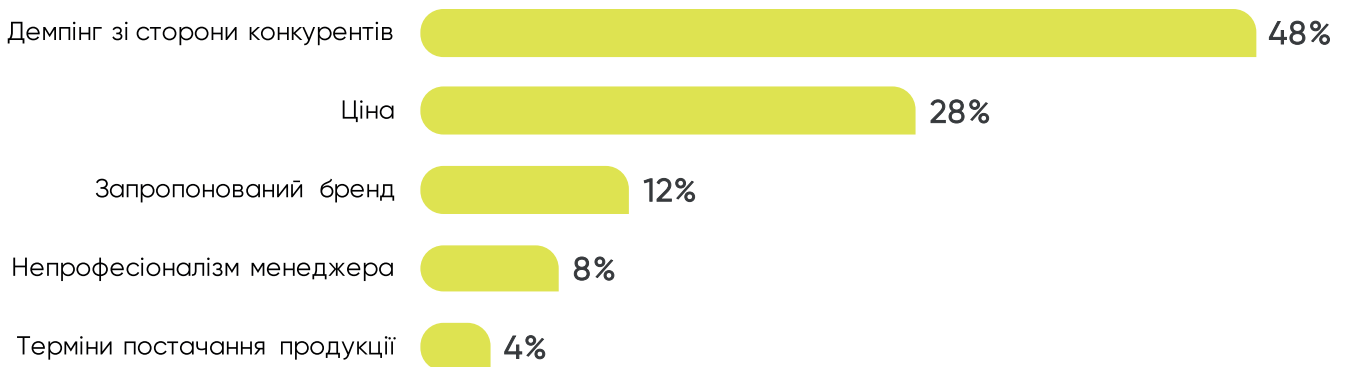
Якщо подивитися на цифри, то у 2022 році в Україні було вироблено та імпортовано біля 52-54 тис. тон ПВХ. Торгова марка WDS зберегла свої лідируючі позиції та ситуативно збільшила свою присутність на ринку, довівши свою частку до 26-28% від загального об'єму реалізованого профілю в Україні. Друге місце зайняла компанія Rehau, з часткою ринку в 10%.

З позитивних моментів слід відмітити будівництво заводу Opentek в Тернополі, в планах компанії видати першу продукцію в першому півріччі 2023 року, відновлення роботи компанії «Вікналенд» на своєму виробничому майданчику. Продовжує працювати, не зважаючи на близькість військових дій, виробничий майданчик компанії Profine Ukraine (м. Запоріжжя). Практично всі національні виробники облаштували свої виробничі майданчики потужними генераторами на випадок планових та позапланових відключень електроенергії.

Фактори, що найбільше впливали на результати продаж у 2022 році



Найбільш часті причини втрати клієнта у 2022 році



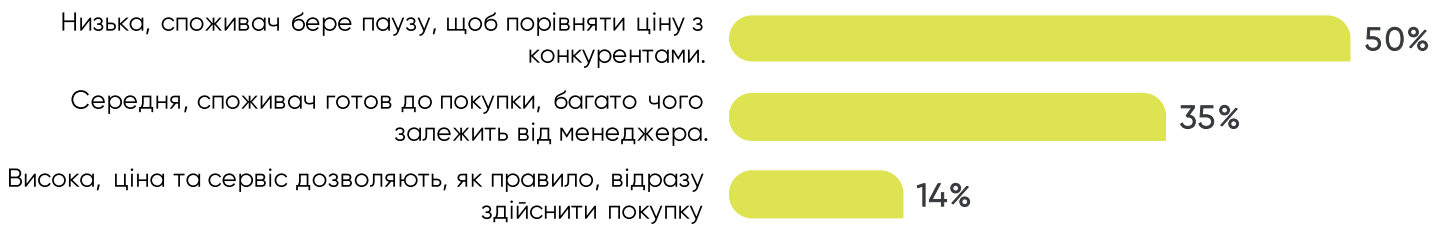
У чому, взагалі, проявляється некомпетентність менеджерів?



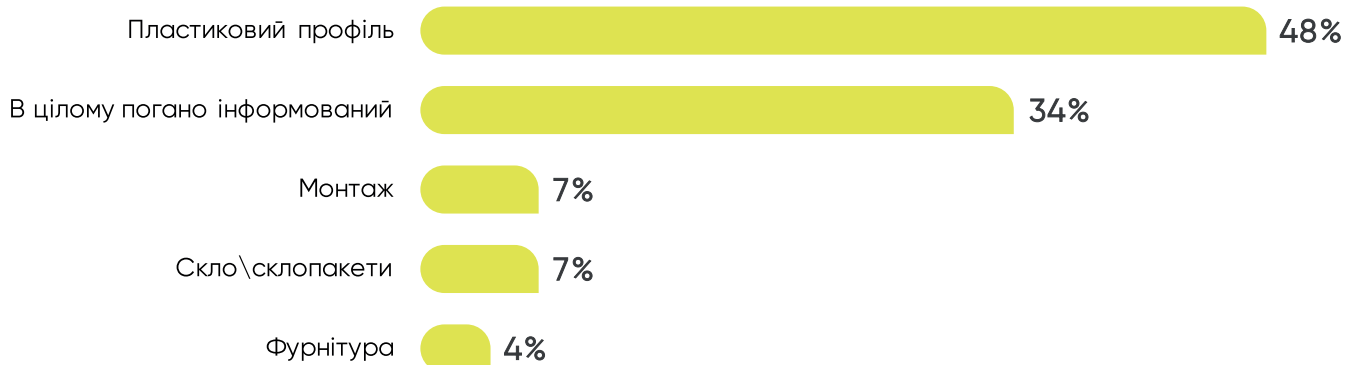
Поведінка покупців у 2022 році



Готовність споживача здійснити покупку відразу після звернення в салон



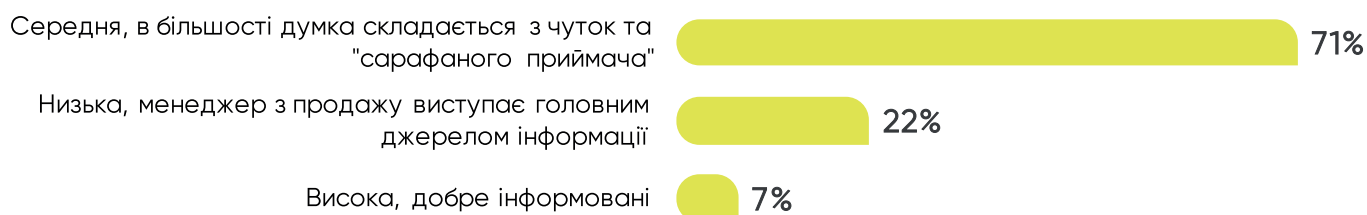
Про що найбільш повно інформований покупець?



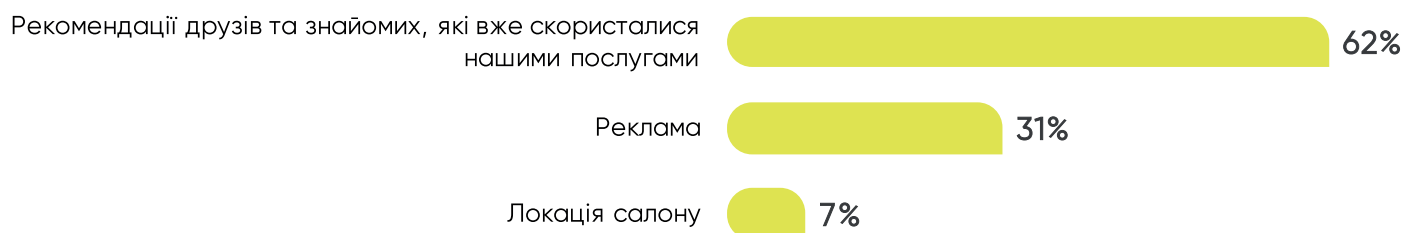
Відношення до вітчизняних комплектуючих у 2022 році



Оцінка інформованості відвідувачів салонів



Основні джерела звернення замовників



Ринок фурнітури у 2022 році



За оцінками «Віконного Консалтингу» кількість реалізованих комплектів поворотно-ухильної фурнітури у 2022 році склала біля 2,3 млн одиниць.

Трійка лідерів виглядає таким чином:

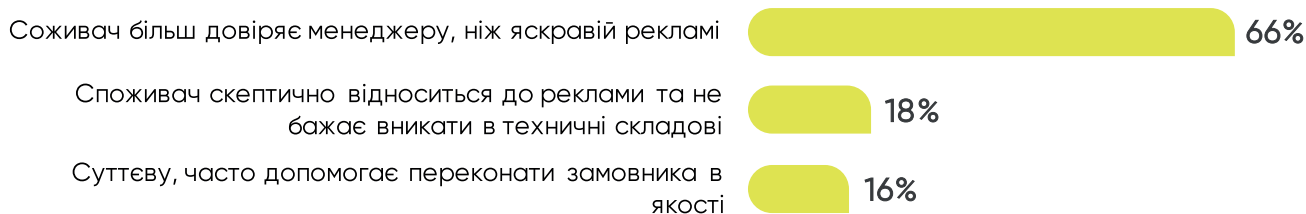
- Axor Industry
- Vorne
- Siegenia

Зрозуміло, що за рік війни не слід очікувати якогось якісного стрибка з боку будь якого з гравців ринку, однак треба відзначити, що пропорційно частка протизламних лінійок фурнітур у компаній Siegenia та Winkhaus не впали, а навпаки вирости.

Компанія Axor Industry з грудня 2022 року розпочала продаж віконних ручок власного виробництва. З 2023 року ринку будуть запропоновані дверні петлі для стулки вагою до 120 кг.

Також слід відзначити, що наприкінці 2022 року про початок стратегічного партнерства оголосили компанії Winkhaus та «Вікна КОРСА».

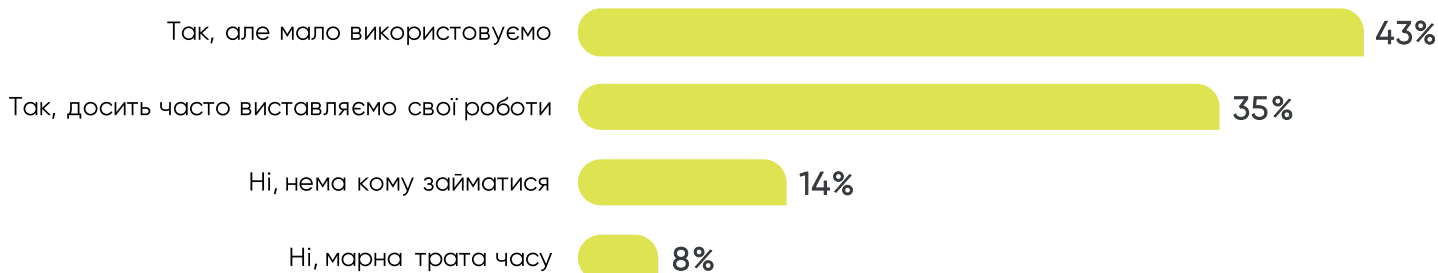
Роль рекламної продукції виробників вікон, профільних систем та комплектуючих в салонах



Популярність каналів реклами



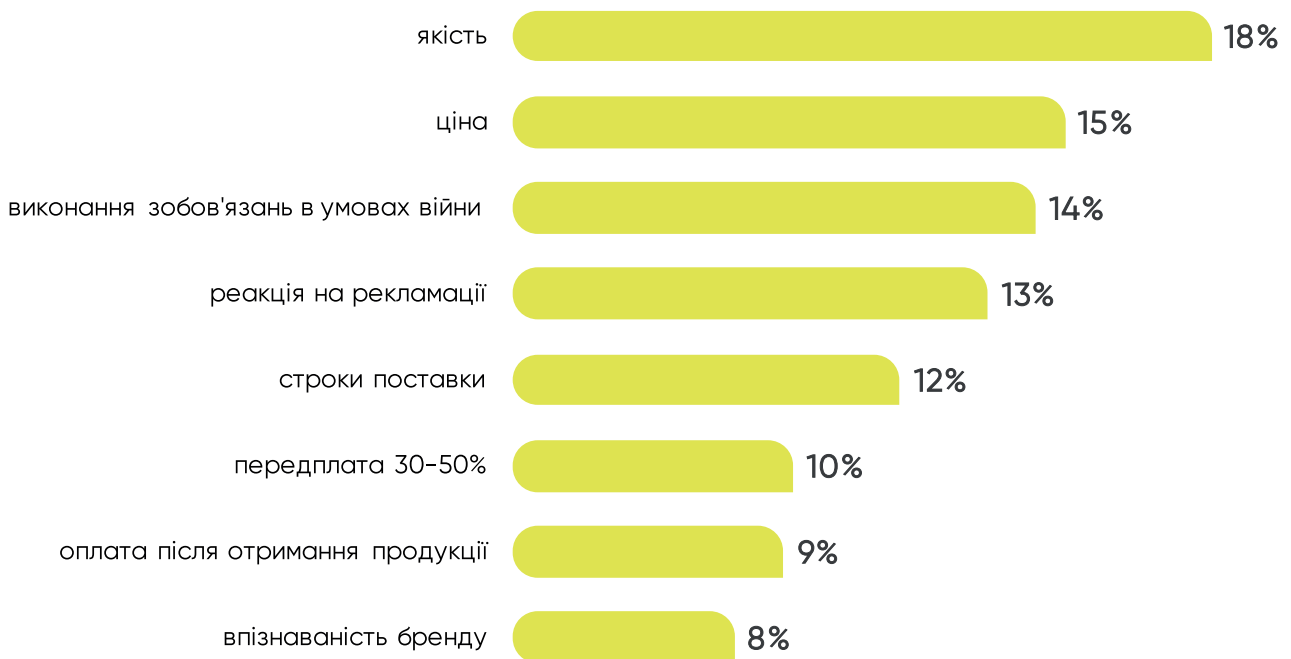
Наявність сторінки в соціальних мережах, зокрема у Facebook чи Instagram



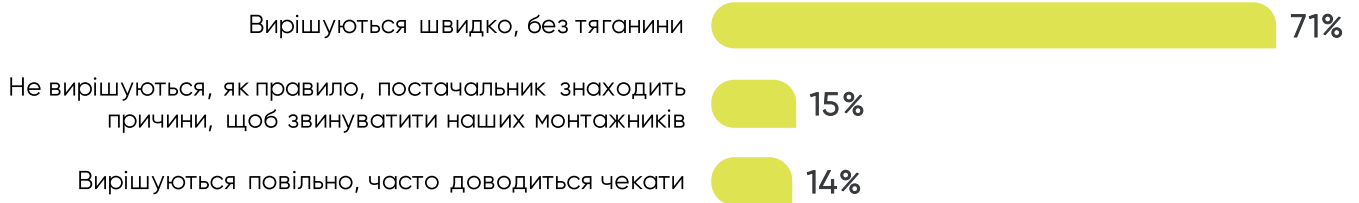
Найбільш популярний склад асортименту продукції



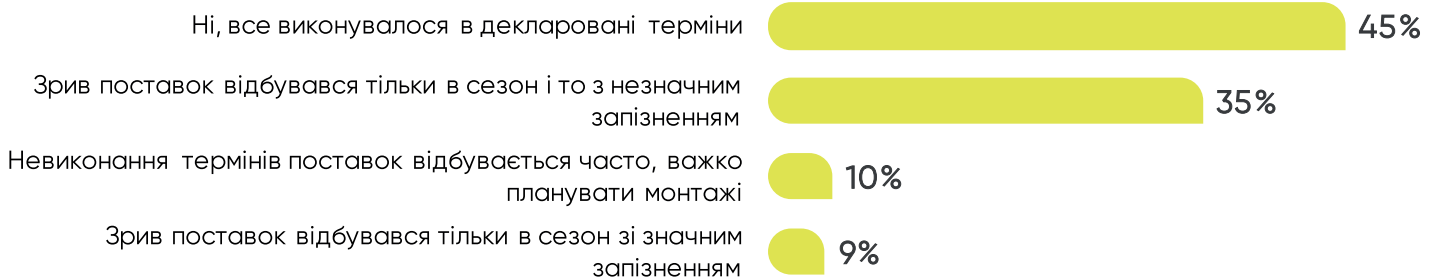
Пріоритетність при роботі з постачальником у 2022 році



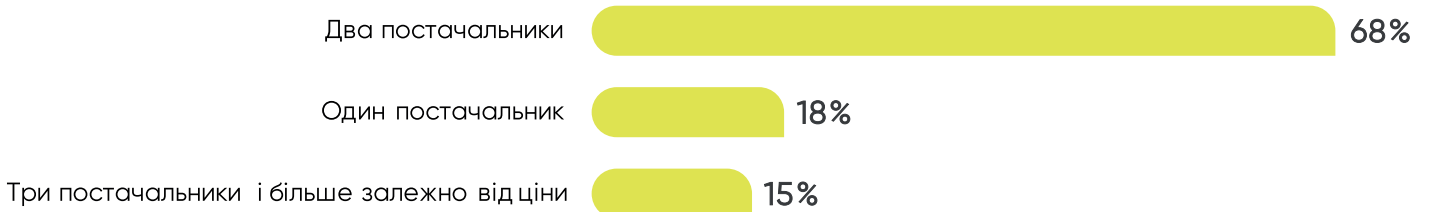
Вирішення рекламацийних питань вашим постачальником



Зрив строків поставок постачальниками у 2022 році



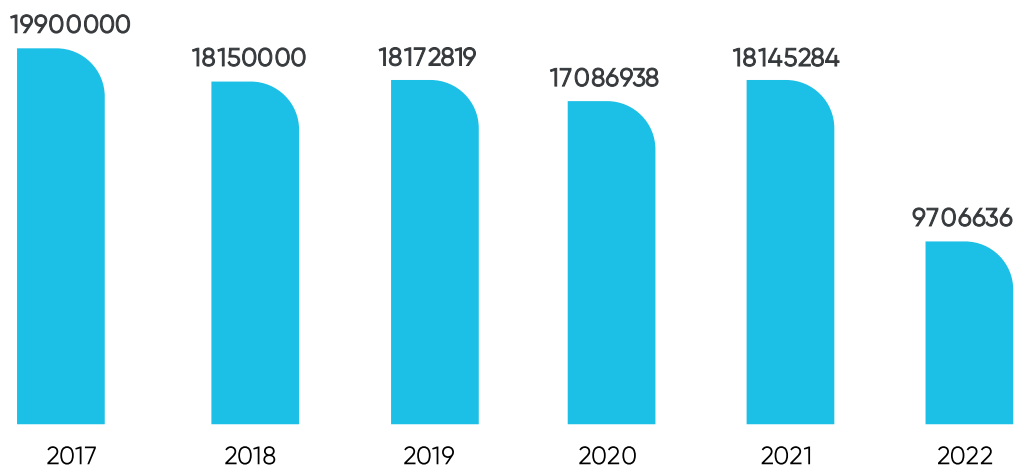
Кількість постачальників вікон у дилерів в 2022 році



Ринок скла в Україні у 2022 році



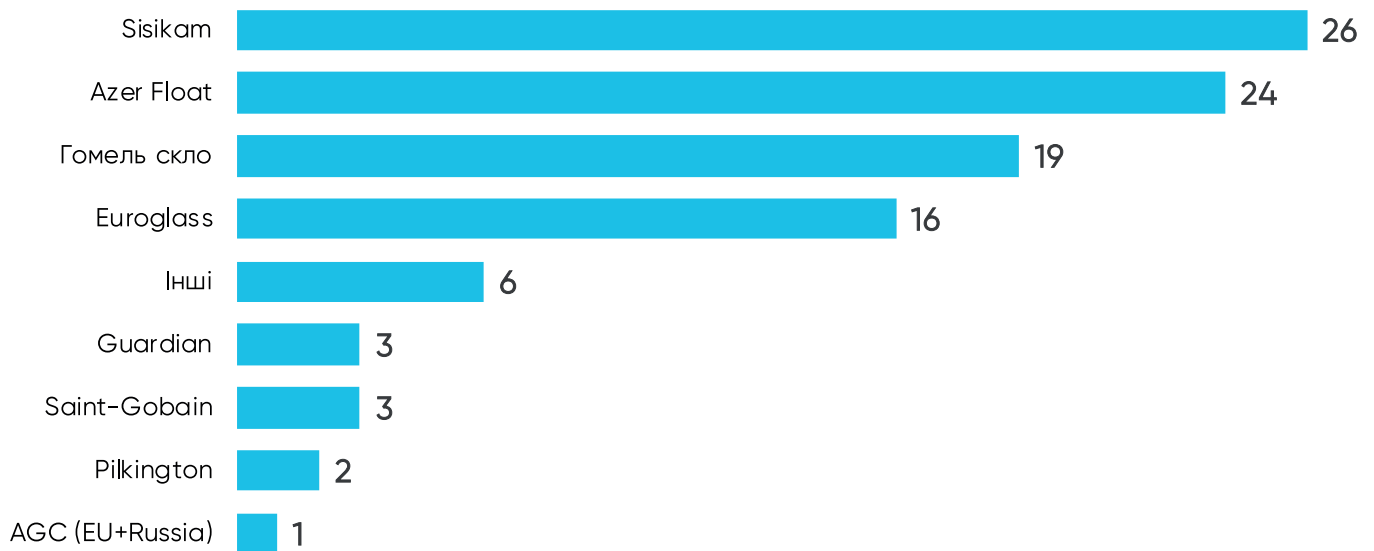
Об'єм флоат-скла 4 мм, імпортованого в Україну у 2022 році зменшився на 45%, в порівнянні з 2021 роком та склав біля 9,7 млн кв.м. , що корелюється з загальним падінням віконної галузі України в 2022 році.



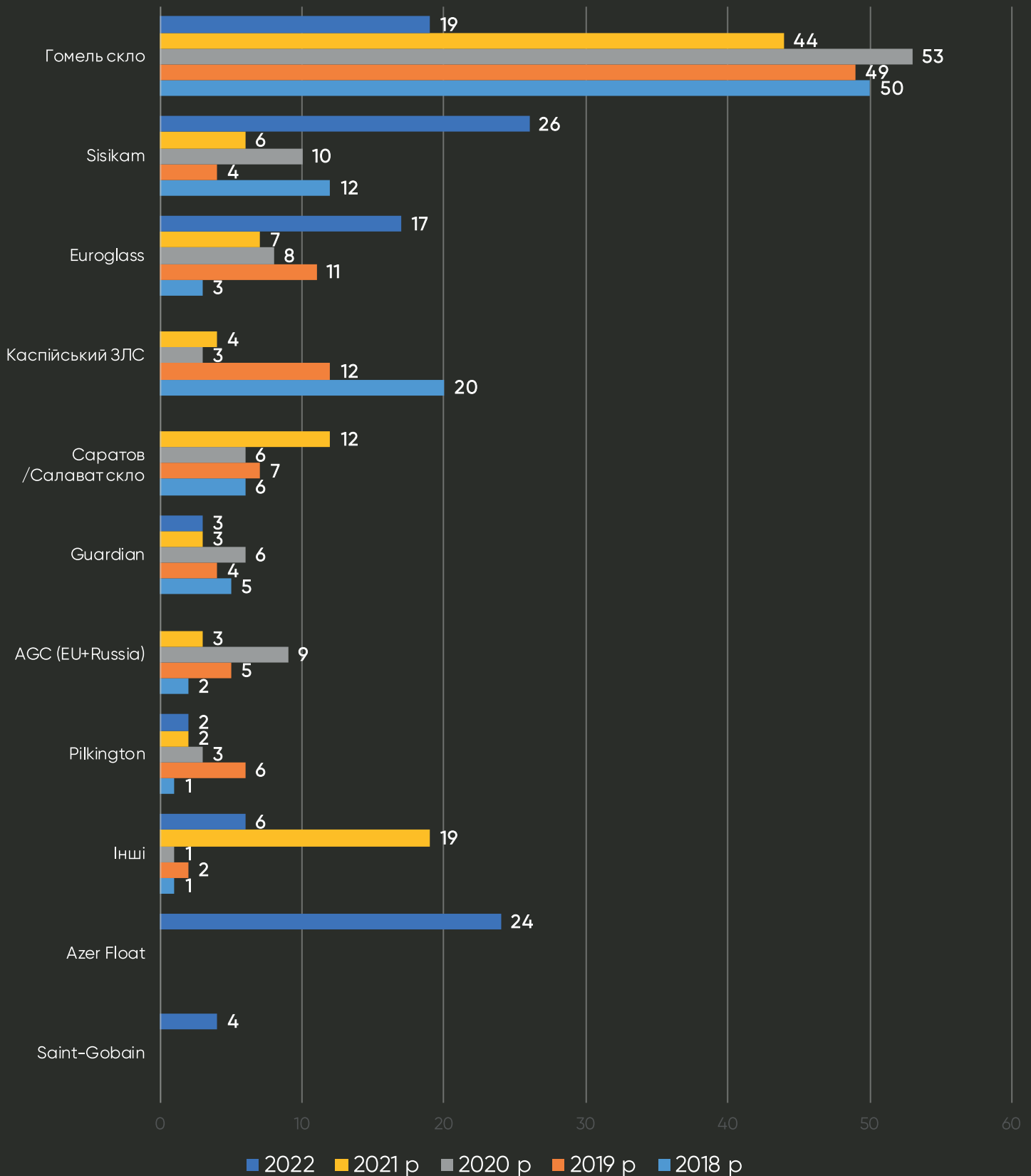
Імпорт флоат-скла в Україну 2017-2022 р. (кв.м)

З початку війни українські трейдери та компанії-імпортери скла повністю відмовились від скла російського виробництва та перейшли на європейських і турецьких постачальників. Також збільшилися поставки з Azer Float. Слід відзначити, що ми не відмовилися від скла білоруського виробництва, яке завозять через Польщу, однак Гомельскло вже не займає лідируючі позиції на українському ринку.

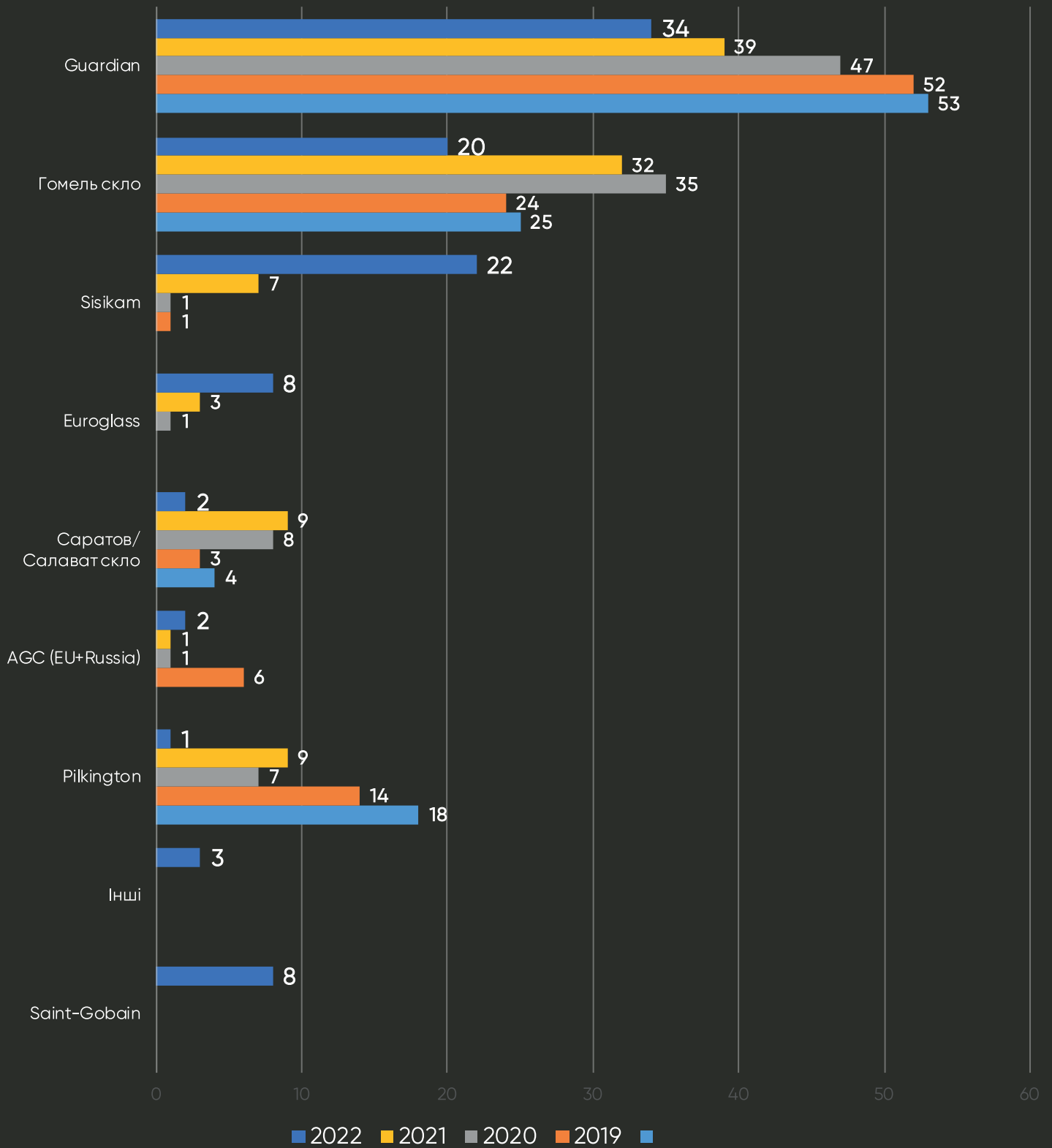
Імпорт флоат-скла товщиною 4 мм у відсотках по виробниках 2022 р.



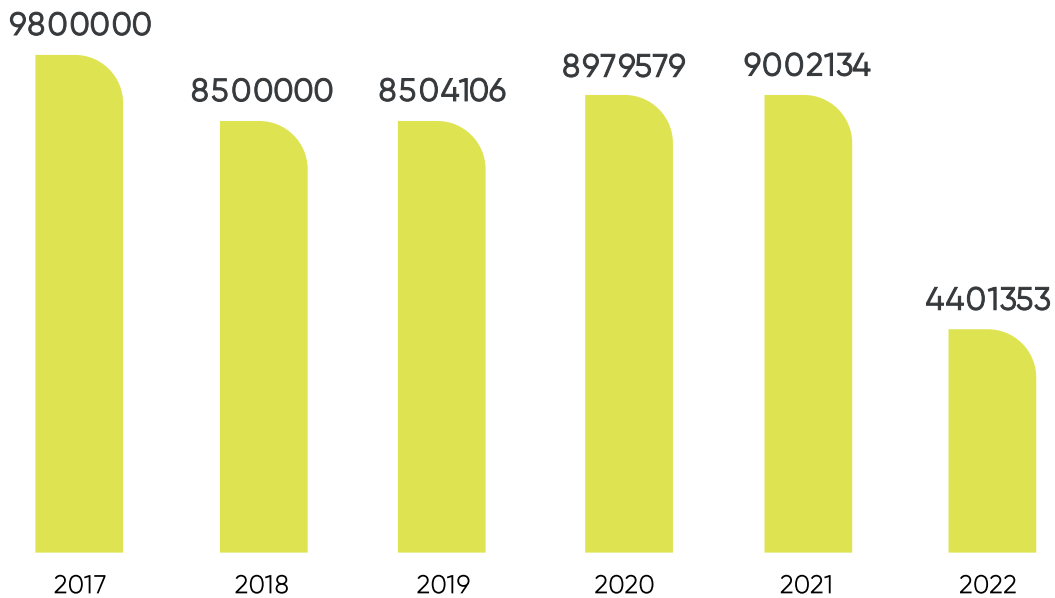
Імпорт флоат-скла товщиною 4 мм у відсотках по виробниках 2018-2022 р.



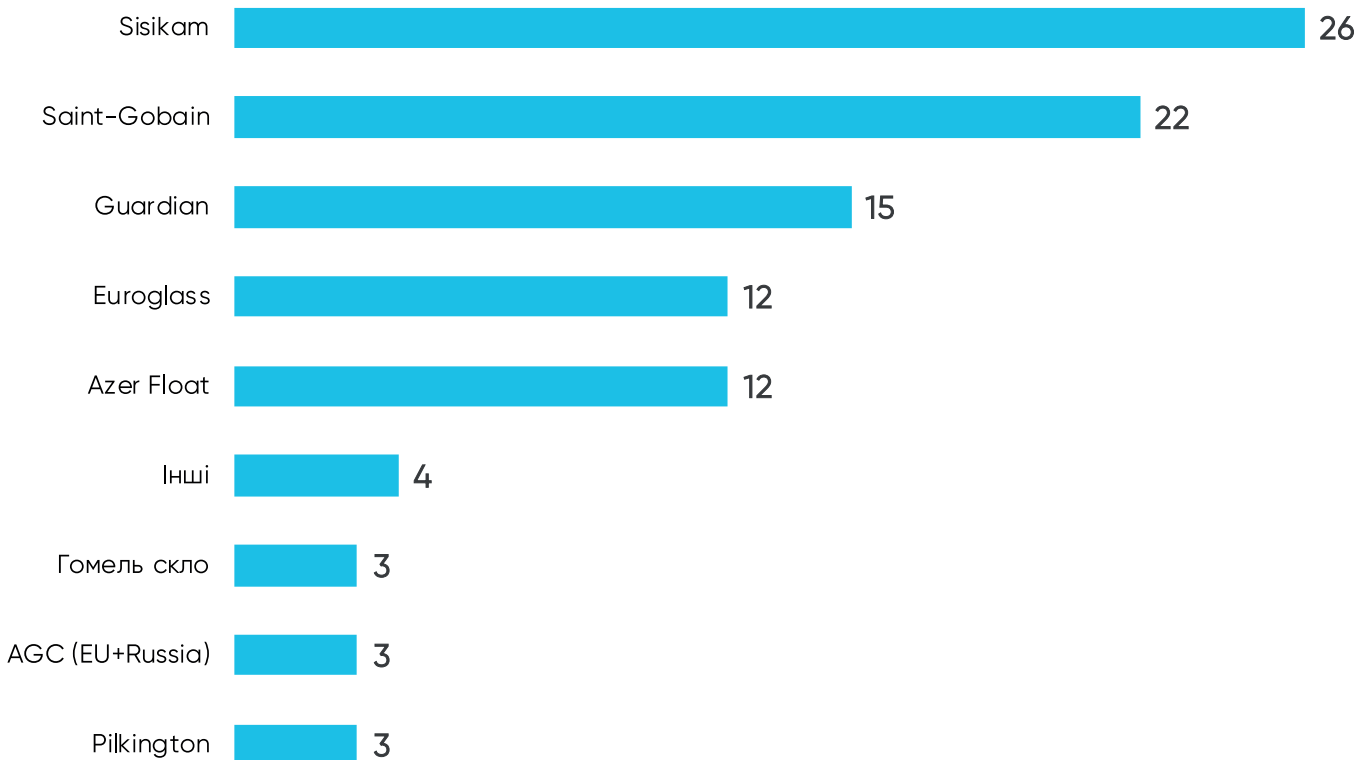
Імпорт LowE+MF товщиною 4мм у відсотках в Україну по виробниках



Імпорт ІOW-E+MF скла в Україну 2017-2022 р. (кв.м)



Імпорт скла 6-10 мм у відсотках по виробниках 2022 р.



Об'єм скла з товщинами 6–10 мм у 2022 році склав 900008 кв.м. (у 2021 році – 2189785 кв.м.)

Ринок армування в Україні у 2022 році



За оцінками проекту «Віконний консалтинг» в Україні у 2022 році було реалізовано близько 33,7 мільйонів погонних метрів оцинкованого армування, падіння склало біля 37–40 відсотків від минулого року.

Як можемо бачити з діаграми, попит на армування товщиною менше або рівної 1,0 мм знов трошки «додав в популярності» та склав біля 12% порушивши тенденцію падіння (у 2021 та 2020 роках – 8%, у 2019 році – 11%, а у 2017 році – аж 22%).

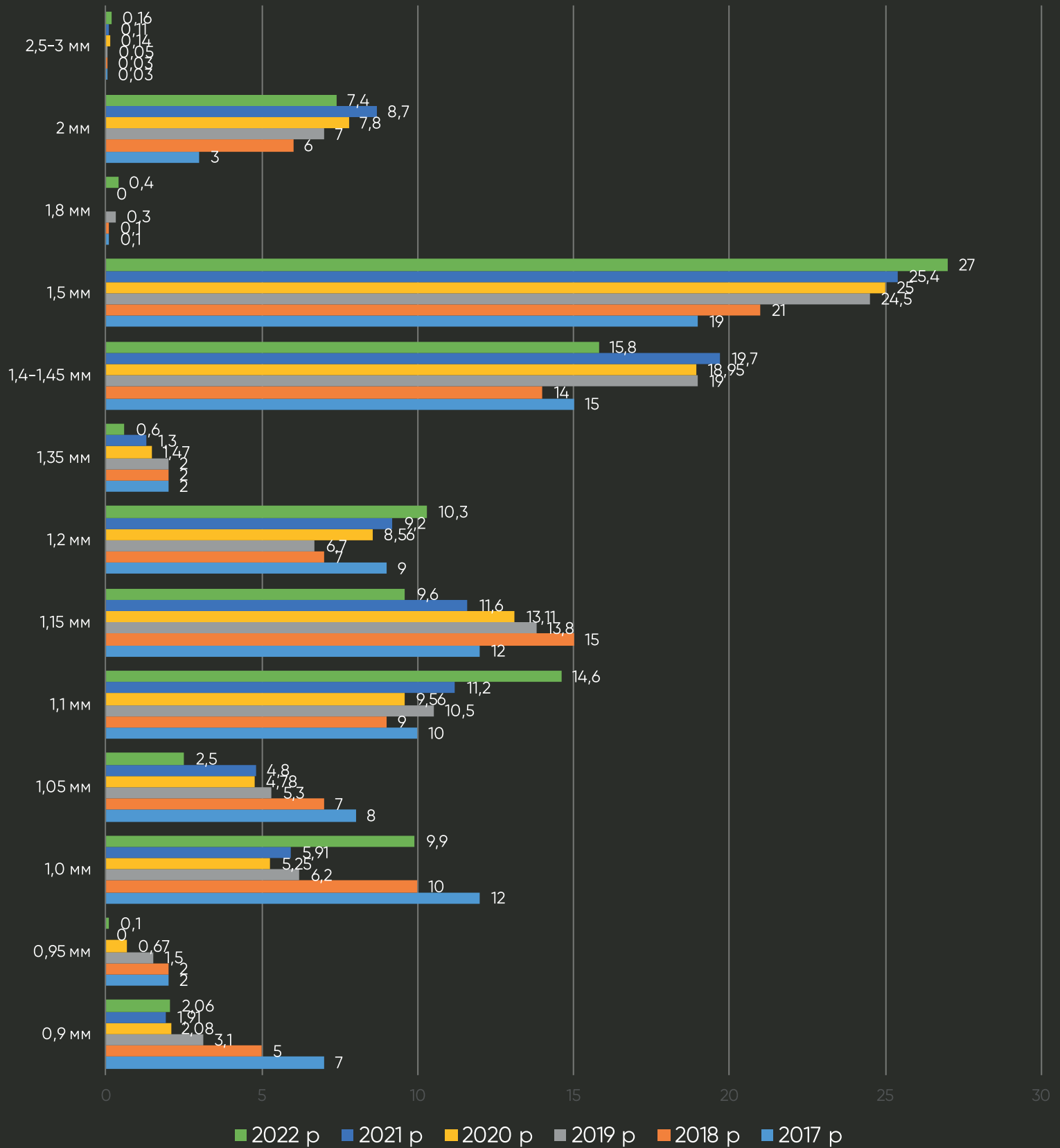
Ситуація з армуванням товщиною від 1,05 до 1,35 включно така: його частка складає біля 37,6% (у 2021 році – 38,1%), цифри практично не змінилися, але ще тенденція використання тонкого армування не дуже втішає.

Що стосується армування, яке «знаходиться поруч» та відповідає вимогам ДСТУ, зрозуміло, що ми говоримо про метал товщиною від 1,4 до 1,5 мм, то частка такого металу від загальної кількості склала біля 43%, якщо порівняти з минулим роком (45,1%), то маємо незначне погіршення ситуації. Так що, нажаль, в цих позиціях змін на краще не відбулось, та ще і трошки втратили.

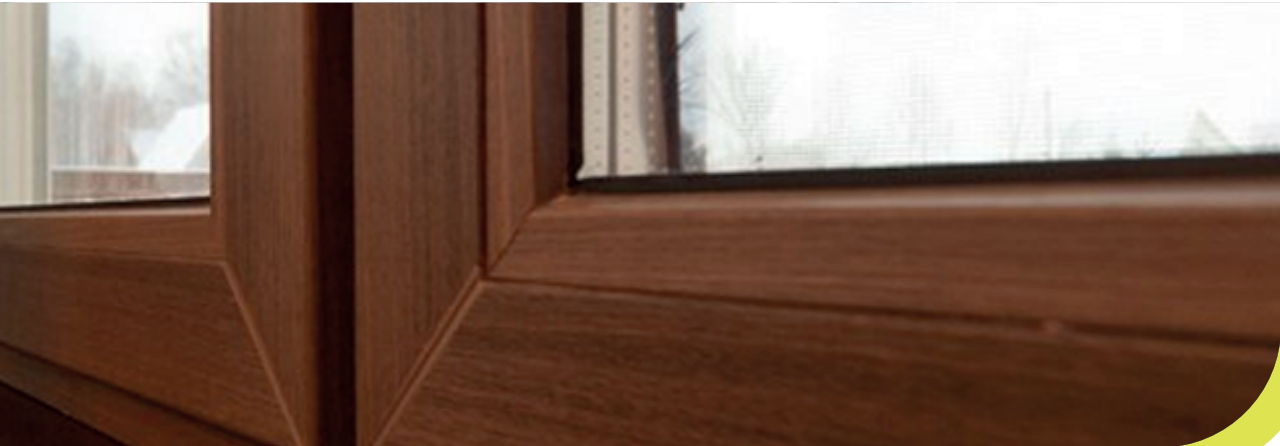
В 2022 році зменшився відсоток використання металу 2 мм, що може свідчити або про падіння відсотку вхідних дверей від загальної кількості конструкцій, або використання більш тонкого металу. Також слід відмітити зростання попиту на метал товщиною 3 мм, він додав біля 50% до минулого року, але якщо брати його частку від загальної кількості армування, то вона складає 0,16%.

В огляді відсутня кількість армування, яке імпортується торгівельними та віконними компаніями, частка якого, по нашим розрахункам, складає не більше 5% від загальної кількості.

Порівняння товщин армування, реалізованого з 2017 по 2022 роки у відсотках від загальної кількості.



Ринок ламінаційних плівок в Україні у 2022 році



Ринок ламінаційних плівок у 2022 році скоротився приблизно вдвічі – до 1,7-1,8 млн. кв.м. Більш глибоке падіння, ніж по віконному ринку пояснюється зростанням частки білих вікон.

Різні події визначили розвиток ринку у цьому важкому році. По-перше, з ринку зовсім зникла корейська плівка. В умовах логістичної складової морським шляхом, доставка виявилась настільки дорогою, що повністю позбавила плівку Hyundai конкурентоздатності.

Лідером ринку залишається ізраїльська плівка Naogenplast і зберігає частку ринку на рівні близько 50%. Компанії вдалося вибудувати новий маршрут постачання без використання водного транспорту. Попри те, що вартість такої доставки є дорожчою, компанія не оголошувала подорожчання. Незначні перебої з наявністю плівки на складі, що відчувалися влітку, згодом були подолані.

Найскладніша ситуація випала продавцям турецької плівки ADO. Зупинка екструзії профілю Wintech через руйнування заводу зупинила і процес власної ламінації. Однак дистриб'ютор плівки, який продавав переважно корейську плівку, із причин, що були названі вище, повністю переключився на продаж турецької плівки і, використовуючи свій досвід, допоміг турецькому виробникові зберегти частку українського ринку на приблизно довоєнному рівні, не в останню чергу завдяки плівці широкого формату для ламінації сендвічу.

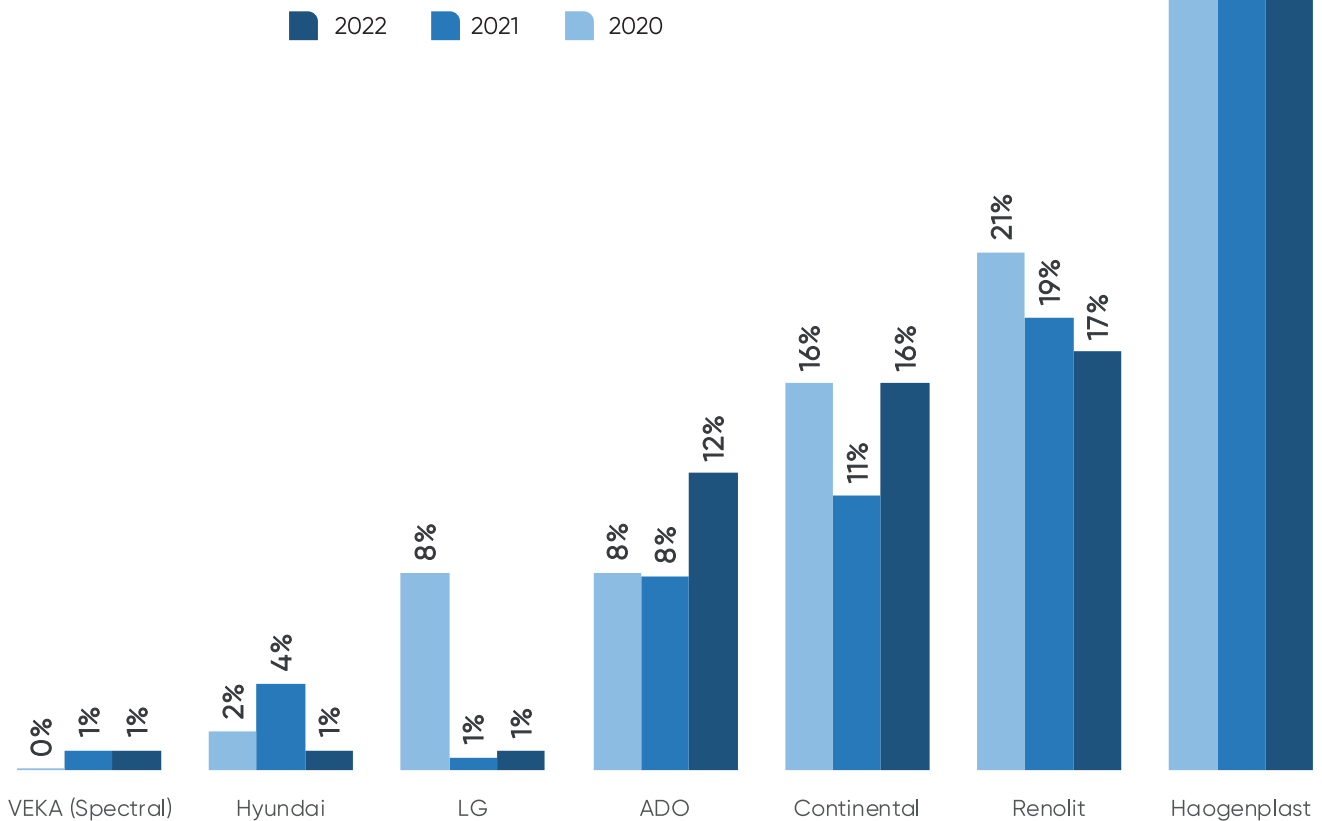
Зберегти свою частку українського ринку зміг і Continental (до деякого часу більш знайомий українському ринку, як Hornschuch, поки компанія Continental не придбала цю компанію) головним чином за рахунок співробітництва з лідером ринку профілю – TM WDS.

Попри подорожчання плівки Renolit, цей виробник зберігає свою частку ринку, головним чином завдяки співробітництву з торговою маркою Epsilon, а також здатності виробника забезпечити наявність достатньої кількості плівки на складі. У неспокійний час, коли тиша на ринку чергуються з авралами, головною конкурентною перевагою стає не ціна, а саме наявність на складі і кожен з представлених на ринку виробників отримав свою частку пирога в тій мірі, в якій йому вдалося забезпечити саме цю перевагу.

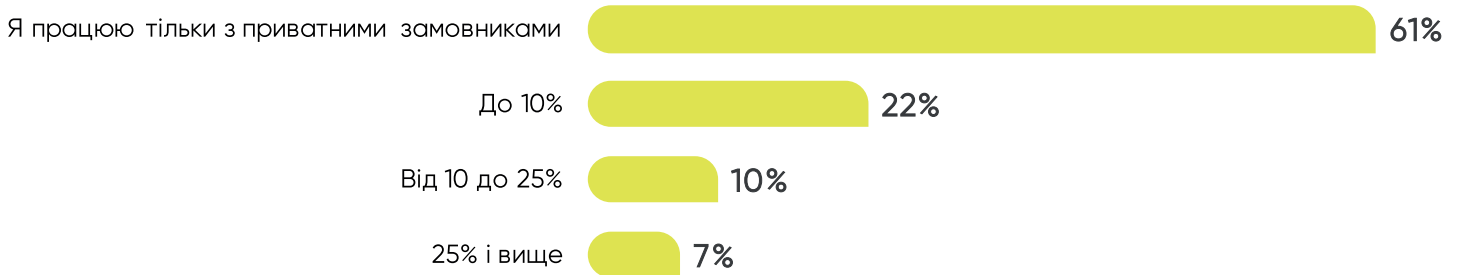
Таким чином структура ринку плівок виглядає приблизно так. Половина ринку належить Haogenplast, а другу половину ділять між собою ADO, Continental та Renolit приблизно у рівних частках.

Ще однією тенденцією цього року стало те, що деякі виробники вікон, що мають власні ламінаційні лінії, через низьку завантаженість відмовились їх використовувати і віддали ламінацію на аутсорсінг, головним чином компанії Вікналенд.

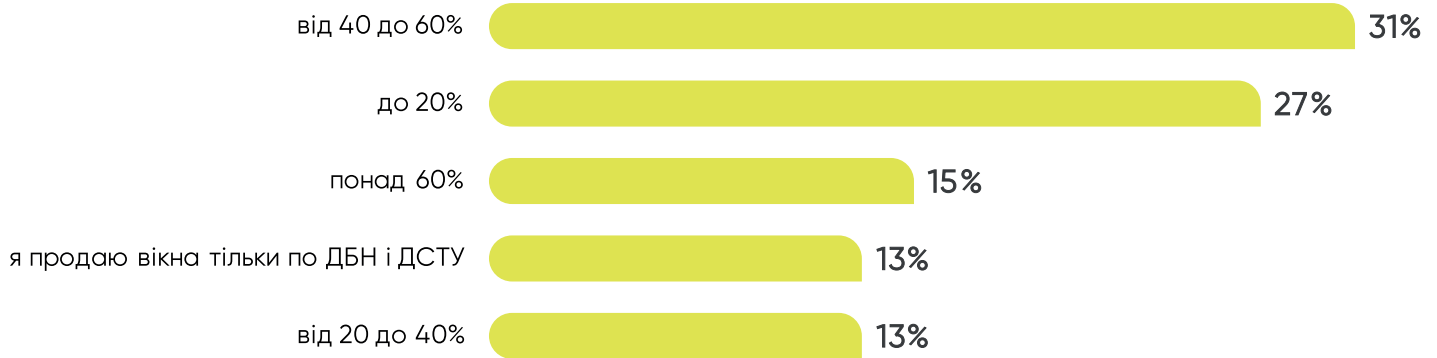
Ринок ламінаційних плівок 2020-2022 р. (у %)



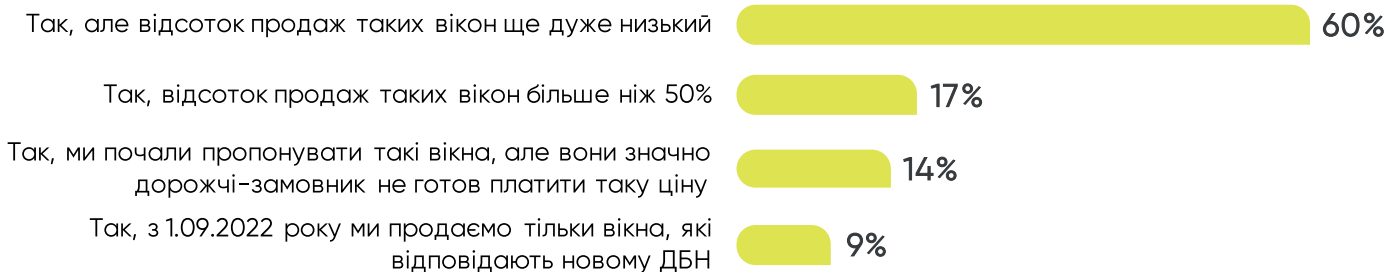
Відсоток у продажах тендерних замовлень на скління великих об'єктів



Частка в продажах вікон, відповідних ДБН та ДСТУ



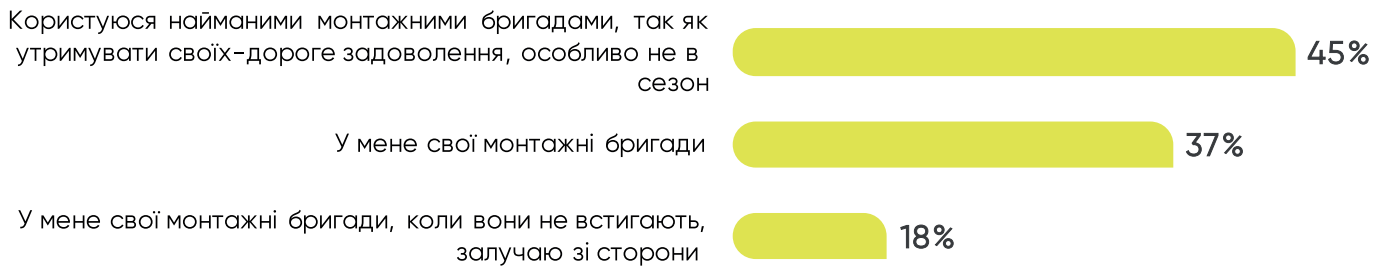
Зміни у продажах у зв'язку з введенням нового ДБН (коефіцієнт супротиву теплопередачі зріс до 0,9 по першій кліматичній зоні)



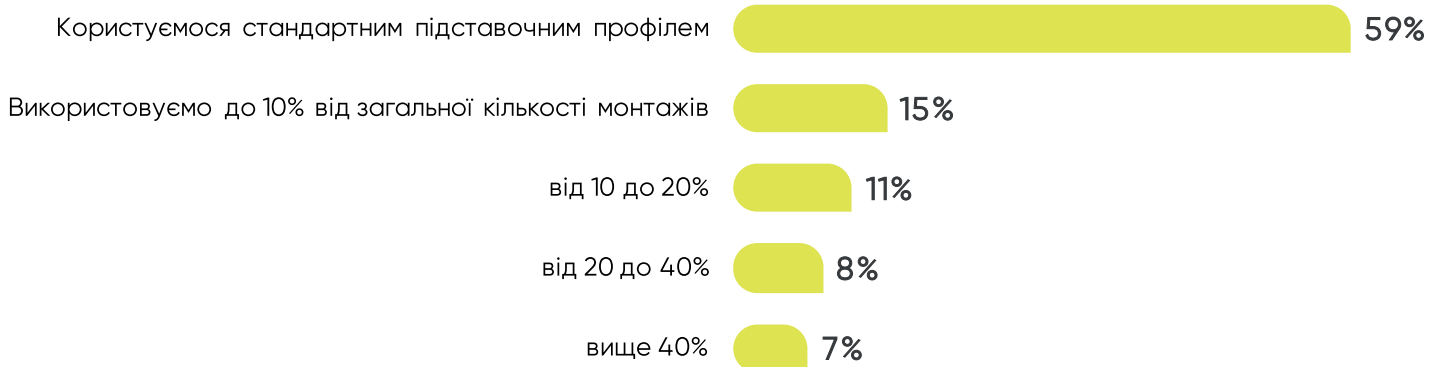
Чому на ринку далеко не всі вікна, які реалізуються, відповідають вимогам ДСТУ та ДБН?



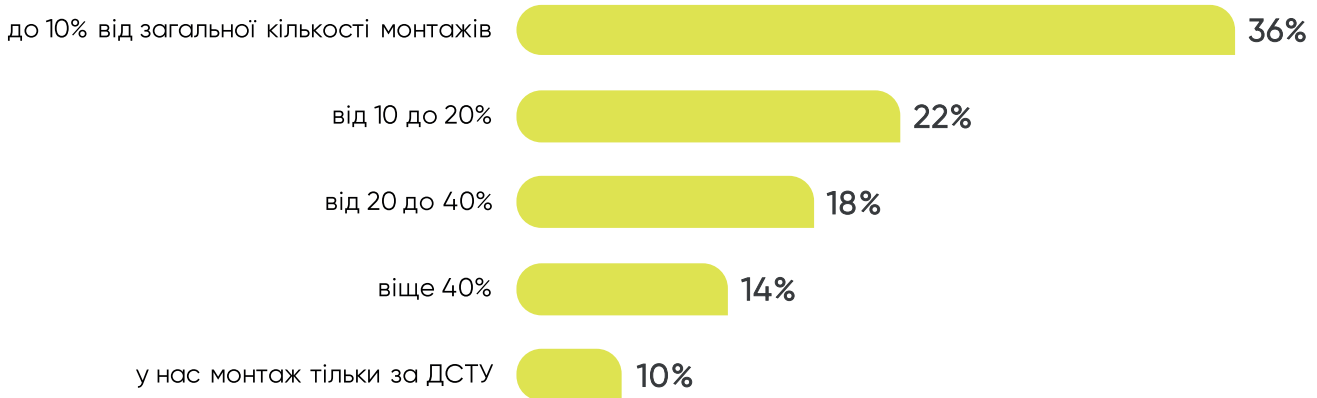
Хто виконує монтаж вікон?



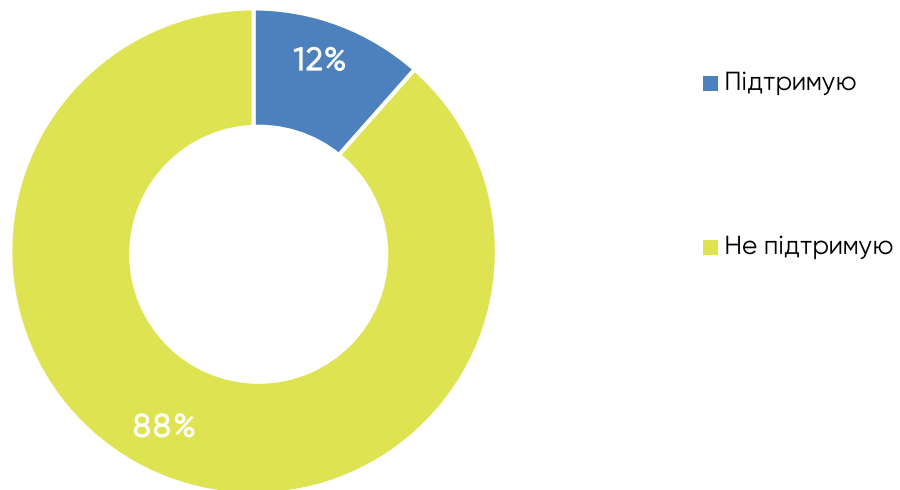
Використання монтажниками при монтажі "теплого підставочного" профілю



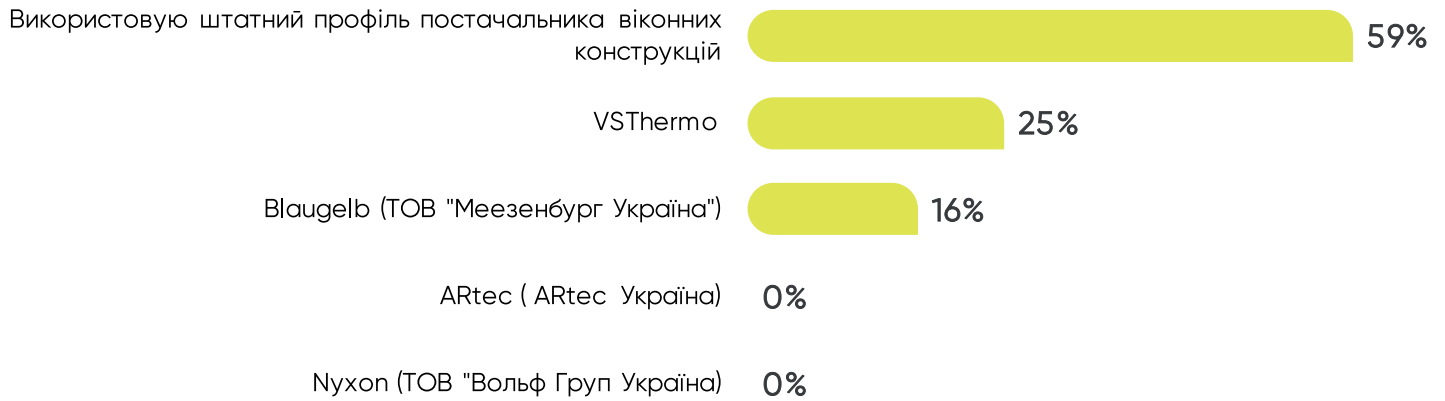
Частота монтажу за ДСТУ із застосуванням парогідроізоляційних стрічок або герметиків



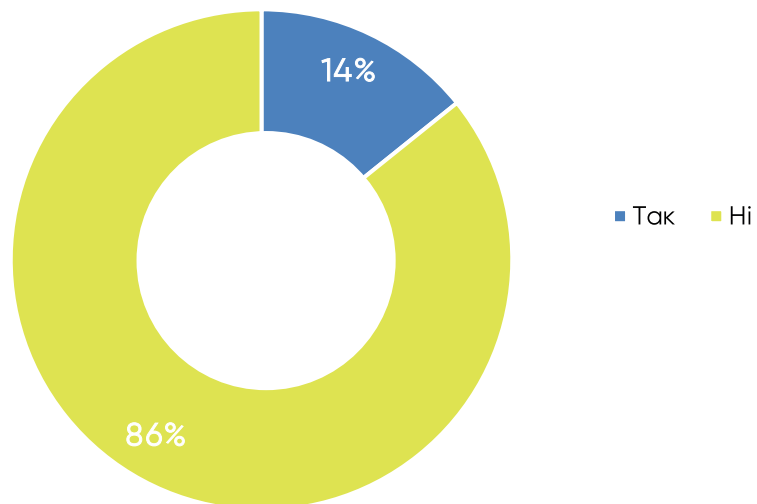
Згідно ДБН В.2.2-15:2019 Будинки і споруди. Житлові будинки. Основні положення. Зміна № 1, з 01.09.2022 року вводиться **ОБОВ'ЯЗКОВА** умова обладнання вікон спеціальних блокуючими пристроями (дитячими замками). Ваша думка відносно цієї вимоги?



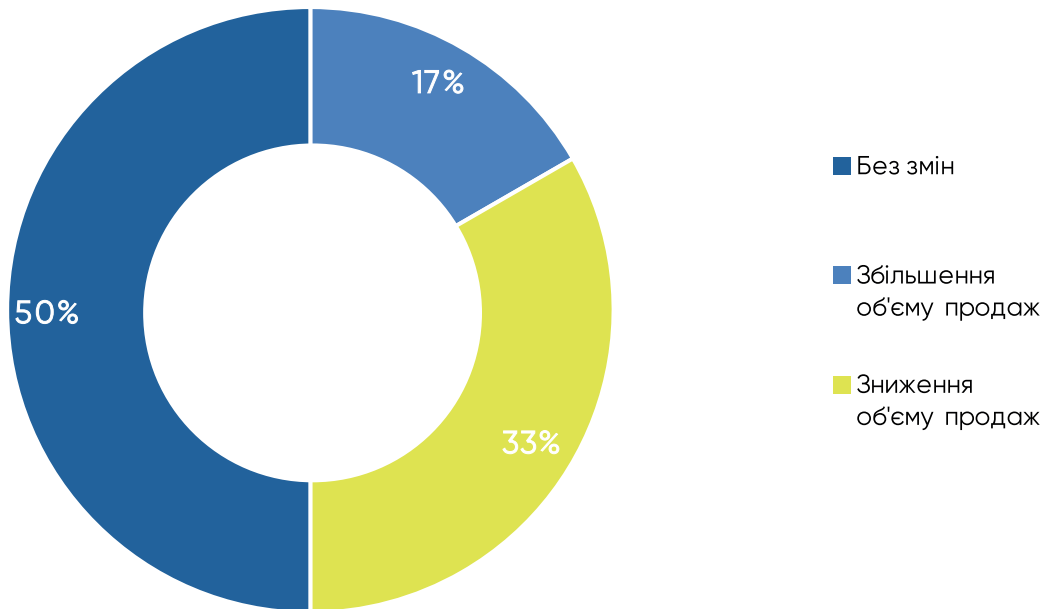
Бренди "теплого підставочного" профілю, яким ви користуєтеся?



Чи приймаєте ви участь у відновленні інфраструктури (скління об'єктів, які постраждали внаслідок обстрілів)



Очікування з обсягу продажів на 2023 рік у порівнянні з 2022 роком?



Коментарі до опитування дилерів віконних компаній

Як можна побачити з діаграм, всі дилери відмітили падіння продаж у 2022 році і 71% опитуваних вказали на падіння більш ніж на 50% до 2021 року. Мабуть, з цим і можна пов'язати збільшений попит на більш дешеві конструкції і зменшення попиту на преміум-сегмент. Збільшився час прийняття рішення потенціалним замовником, не виключено, що це пов'язано з фактором, коли замовник намагається отримати більше пропозицій від різних продавців СПК.

Найбільшою причиною втрати замовника дилери вказують демпінг зі сторони конкурента та ціну на продукцію. В порівнянні з попередніми опитуваннями ще більше стало позитивного відношення зі сторони покупців до вітчизняних комплектуючих, нейтрально або позитивно відмітили цей факт 75% опитуваних.

Соціальні мережі та інтернет продовжують займати перше місце як канали реклами і їх відсоток зростає з кожним роком. Але поповнення відбувається за рахунок тих, хто до цього не дуже приділяв увагу соціальним мережам. В той же час кількість дилерів які не вірять в переваги «світової павутини» залишається незмінною і стабільно складає 8%.

Враховуючи поточну ситуацію, зменшився відсоток дилерів, які працюють тільки з одним постачальником – всього 18%, в попередні опитування цей відсоток коливався і доходив до 31.

Як відомо, з 1 вересня 2022 року було введено в дію новий ДБН В 2.6-31:2021 «Теплова ізоляція будівель та енергоефективність», в якому було збільшено коефіцієнт супротиву теплопередачі для першої кліматичної зони до 0,9 м.кв.*К/Вт, та для другої – 0,7. Всього 9% дилерів вказали, що з 01.09.2022 р. вони продають вікна, які повністю відповідають вимогам нового ДБН. Як основний фактор що до невиконання діючого ДБН, більшість дилерів (40%) відмічають відсутність належного контролю з боку контролюючих органів.

І це тільки невеличка частка аналізу відповідей дилерів. Рекомендуємо уважно передивитися всі діаграми, на яких кожен може знайти для себе цікаву та корисну інформацію. «Віконний Консалтинг» дякує власникам віконних салонів, які взяли участь в опитуванні. Завдяки вам ми можемо зробити нашу галузь ще кращою.

Дякуємо за підтримку партнерам проекту:



