УДК 658. 85

Т.В. Наконечна, І. Петецький, Р.Л. Сопільник*, С.С. Саталкін
Національний університет "Львівська політехніка",
Львівський університет бізнесу та права

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СКЛОПРОЗОРИХ КОНСТРУКЦІЙ

© Наконечна Т.В., Петецький І., Сопільник Р.Л., Саталкін С.С., 2012

Досліджено особливості та тенденції розвитку ринку склопрозорих конструкцій. Проаналізовано основних виробників ринку, охарактеризовано структуру українського ринку за марками використовуваного ПВХ-профілю. Розглянуто показники динаміки ринку металопластикових віконних систем в Україні. Оцінено портфель продажу виробника продукції на ринку склопрозорих конструкцій. Виявлено основні проблеми, які заважають розвитку відповідного ринку. Наведено основні чинники, які в майбутньому дозволять розвиватися ринку склопрозорих конструкцій.

Ключові слова: ринок, продукція, споживач, дослідження.

STUDY OF FEATURES AND TRENDS OF THE DOMESTIC MARKET OF CLEAR GLASS CONSTRUCTIONS

© Nakonechna T.V., Petecri I., Sopilnyk R.L., Satalkin C., 2012

The features and market trends glass-transparent structures. Analysis of the main producers of market structure characterized Ukrainian market windows trademarks used PVC profile. Considered indicators of market dynamics PVC window systems in Ukraine. Done assessment portfolio selling manufacturer of products on the market glass-transparent structures revealed the main problems that hinder the development of the market. The basic factors that will evolve in the future market glass-transparent structures.

Key words: market, product, consumer research.

Постановка проблеми. Перехід України до економіки, яка ґрунтується на ринкових принципах господарювання, вимагає застосування маркетингових підходів і методів, які передбачають вивчення ринку, потреб і запитів споживачів, купівельної поведінки, оцінку маркетингового середовища і конкурентоспроможності підприємства за допомогою проведення маркетингових досліджень. Сьогодні важливу роль в управлінні маркетинговою діяльністю відіграють комплексні дослідження майбутніх ринків збуту, споживчих переваг щодо технічних характеристики продукції, її якісного виконання та рівня обслуговування. Запорукою зростання обсягів збуту підприємства буде виготовлення якісного товару за доступними цінами, забезпечення належного рівня та формування ефективної системи обслуговування споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичним питанням дослідження галузевих ринків присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних вчених. Серед зарубіжних вчених слід 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, М Окландера А. Старостіної, С. Скибінського, І. Петецького, В. Лаганіна та інших. Проблема дослідження ринку привертає увагу багатьох дослідників, проте дослідження ринку склопрозорих конструкцій трапляються вкрай рідко.

Формування цілей статті. В умовах конкурентної боротьби виробникам склопрозорих конструкцій необхідно мати інформацію щодо ринку, конкурентів, споживачів, чітко визначити найважливіші потреби та критерії, які впливають на рішення про придбання продукції. Для досягнення поставлених цілей доцільним є проведення маркетингового дослідження ринку склопрозорих конструкцій та прогнозування портфеля продажу продукції підприємств. Вивчення тенденцій ринку загалом має важливе значення в управлінській діяльності, оскільки дозволяє окреслити перспективи його розвитку у майбутньому Для досягнення поставлених цілей було визначено завдання – проаналізувати тенденції, особливості, параметри та чинники, які впливають на вітчизняний ринок склопрозорих конструкцій, основних учасників ринку, маркетингову поведінку та дії його учасників.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи вітчизняний ринок склопрозорих конструкцій, виділимо найважливіші тенденції: загострення конкуренції, використання маркетингових та логістичних концепцій, необхідність інновацій, диференційованих стандартів, пришвидшення темпів розвитку бізнесу. Виявлено, що з огляду на пропозицію ринок склопрозорих конструкцій України є різноманітним. Споживачам пропонують склопрозорі вироби з ПВХ, алюмінію, дерева, склопластику, а також комбіновані системи – алюміній у поєднанні з деревом та ПВХ у поєднанні з алюмінієм. На ринку склопрозорих конструкцій представлено більше тридцяти марок ПВХ профілів, як вітчизняного, так і закордонного виробництва (рис. 1).

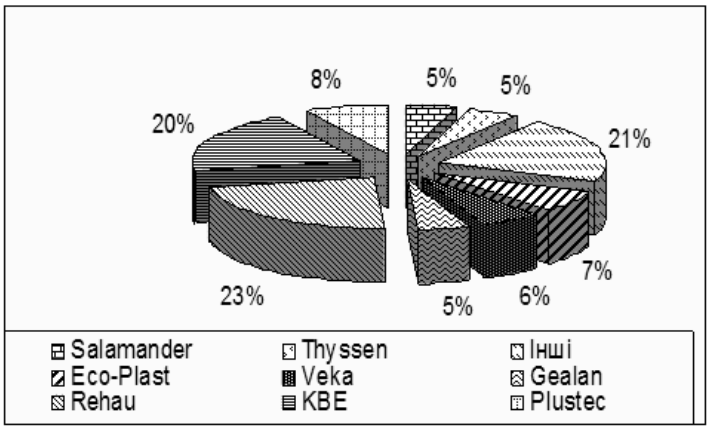


Рис. 1. Структура українського ринку склопрозорих конструкцій за марками використовуваного ПВХ-профілю

На сучасному етапі на вітчизняному ринку склопрозорих конструкцій налічується кілька тисяч дрібних та середніх підприємств. Останніми роками українські виробники виготовляють високоякісні склопрозорі конструкції, вкладаючи фінансові ресурси, інвестуючи у технічне оснащення виробництва, посилили контроль за якістю комплектування виробів та монтажних робіт. Конкурентоспроможними на ринку склопрозорих конструкцій стають виробники продукції високої якості з належним сервісним, гарантійним обслуговуванням та підприємства, які здатні приймати ефективні стратегічні рішення щодо унікальності пропозиції, мінімізації загроз, сформувавши позитивний імідж, забезпечивши синергію міжфункціональної співпраці.

Розвиток українського ринку ПВХ-профілів, частка національних виробників на якому становить 36 %, відбувається у маркетинговому середовищі, яке формується в умовах трансформації національної економіки. На українському ринку профілів представлена продукція 12 основних виробників, серед яких: Дніпропетровське СП „Вента” (профіль Venta), Краматорське СП „Гевіс” (профіль GEVIS), Дніпропетровське підприємство „Міропласт” (профіль WDS, Ekoplast), Львівські компанія: ТОВ “Віконні системи”, ТОВ “Львіввікнопласт”, ДП “ЕКРАН-віконні конструкції”, АТЗТ “Світанок” та інші (табл. 1).

Таблиця 1

Найбільші українські підприємства-переробники профілю ПВХ

Підприємства	Кількість, кг	Профілі	Частка ринку, %
1	2	3	4
“Круг”, м.Черкаси	1123953	REHAU (Німеччина)	12,50
“Завод сантехзаготовок”, м. Київ	520170	PLUSTEC (Німеччина)	5,78
“Парітет”, м. Одеса	481393	KBE (Німеччина)	5,35
“Екран”, м.Київ	331541	REHAU (Німеччина)	3,69
“А-Пласт”, м. Київ	327380	ALUPLAST (Німеччина)	3,64
“КБЕ Україна”, м. Вишгород	295894	KBE (Німеччина)	3,29
“Геалан-Україна”, м.Одеса	276667	GEALAN (Німеччина)	3,08
“Досконалий Дім”, м.Тернопіль	260587	GEALAN (Німеччина)	2,90
“Львіввікнопласт”, м.Львів	222764	KBE (Німеччина)	2,48
“Нагель-Феистер”, м.Київ	205328	SCHUCO (Німеччина)	2,28
“Хвиля”, м.Одеса	199114	KEBAN	2,21
“Аркада-Іласт”, м.Київ	163913	Новацькі хім. заводи	1,82
“Консоль ЛТД”, м.Сімферополь	112542	KBE (Німеччина)	1,65
	35885	DECEUNINCK (Бельгія)	
“Аванта”, м.Одеса	148315	PLASTMO (Данія)	1,64
“ПаОл ЛТД”, м.Київ	137527	PLUSTEC (Німеччина)	1,53

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Продовження табл. 1

1	2	3	4
“Кріггер”, м.Житомир	132721	VEKA (Німеччина)	1,48
“Євровікнобуд”, м.Київ	120666	SCHUCO (Німеччина)	1,34
“Регул”, м.Дніпрпетровськ	117106	TROCAL (Німеччина)	1,30
“Вікна”, м.Біла Церква	115545	PLASTMO (Данія)	1,25
“Текко-Плюс”, м.Київ	100112	PLUSTEC (Німеччина)	1,11
“Кварц-Т”, м.Київ	97037	SALAMANDER (Німеччина)	1,08
“Харвест”, м.Запоріжжя	96937	REHAU (Німеччина)	1,07
“Кленовий лист”, м.Кременчуг	96708	GEALAN (Німеччина)	1,07
“Вікна-Прок”, м.Київ	94244	REHAU (Німеччина)	1,05
“Вікнопласт ЛТД”, м.Київ	87851	KBE (Німеччина)	0,98
“Познякіжілстрой”, м.Київ	85526	REHAU (Німеччина)	0,95
“Карат”, м.Рівне	82877	PANORAMA (Угорщина)	0,92
“Профіль-Сервіс”, м.Бровари	82508	SALAMANDER (Німеччина)	0,92
“Мікомп”, м. Дніпродзержинськ	80246	KBE (Німеччина)	0,89
“Еско”, м.Київ	79644	KBE (Німеччина)	0,88

Джерело: [28]

Інтенсивний розвиток ринку ПВХ в Україні характеризується значною перевагою німецьких профільних систем. З 34 позицій ПВХ-систем, приблизно 43 % належать REHAU та KBE, на сьомому місці перебуває датська PLASTMO, на дев’ятому – угорська PANORAMA. Останні позиції займають турецькі профілі, які ще недавно успішно конкурували завдяки ціновій політиці.

За останній рік на ринку склопрозорих конструкцій не запрацював жоден новий виробник і вірогідність їх появи є низькою. Цей факт можна пояснити тим, що головною причиною стабілізації кола виробників склопрозорої продукції стало вичерпання можливостей цінової конкуренції. На початку функціонування вітчизняного ринку ПВХ – віконних систем вартість одиниці продукції (вікна) становила 300–400 дол. США. Прибутковість цього бізнесу приваблювала багатьох діячів ринку та спонукала до вливання інвестицій.

Місткість ринку склопрозорих конструкцій після загальної негативної зміни економічної ситуації і повсюдного зупинення масового будівництва, визначається передовсім можливостями індивідуального замовника. Динаміку основних параметрів ринку металопластикових віконних систем в Україні наводимо у табл. 2.

Таблиця 2

Показники динаміки ринку металопластикових віконних систем в Україні

Показники	Значення показників за роками				
	2006	2007	2008	2009	2010
Загальний житловий фонд, млн. $м^2$	1002,6	1008,4	1013,76	1019,64	1079,5
Побудовано житла, млн. $м^2$	7,4	5,8	5,356	5,8223	9,3
Зниження обсягів будівництва стосовно 2006 р., %	-	-28	-38	-27	-26,7
Місткість ринку України ПВХ профілів, кг	2631000	3508000	5632563	8993665	9500000
Вироблено вікон, млн. шт.	1,508	1,141	1,05	1,04	1,613
Вироблено металопластикових вікон, млн. шт.	0,1547	0,206	0,331	0,498448	0,673490
Вироблено металопластикових вікон від загального обсягу, %	10,2	18,1	31,6	47,9	60,1
Збільшення виробництва металопластикових вікон стосовно 2006 р., разів	-	1,33	2,14	3,42	4,3
Приріст виробництва металопластикових вікон стосовно попереднього року, %	-	+33	+60,6	+60	+35,1

Примітка: авторська розробка на підставі проведених досліджень

Саме стабільні тенденції збільшення обсягів будівництва і застосування нових конструктивних рішень, а також використання нових матеріалів та конструкцій у цивільному і промисловому будівництві сприятимуть стабільному зростанню попиту на сучасні склопрозорі конструкції.

Аналізуючи ситуацію, яка склалася на ринку склопрозорих конструкцій, виникає потреба у дослідженні та прогнозуванні ситуації, яка складеться у перспективі. Здійснимо оцінювання ринкових можливостей підприємства на ринку склопрозорих конструкцій на прикладі АТЗТ “Світанок”. Ринок АТЗТ “Світанок” аналізуючи обсяги закупівель продукції (табл. 3), ділиться на чотири сегменти: організації

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

споживачі, індивідуальні клієнти, ринок державних закупівель та закордонний ринок (експорт готової продукції).

Таблиця 3

Обсяги закупівель продукції АТЗТ "Світанок" та їх структура за 2008–2011 рр.

Клієнти	2008 р.		2009 р.		2010 р.		2011 р.	
	Обсяг закупівель, грн.	Частка від загального обсягу закупівель, %	Обсяг закупівель, грн.	Частка від загального обсягу закупівель, %	Обсяг закупівель, грн.	Частка від загального обсягу закупівель, %	Обсяг закупівель, грн.	Частка від загального обсягу закупівель, %
Індивідуальні клієнти	16164000	80	10208180	82	9089942	81,7	9422490	77
Державні установи	808200	4	66245	0,5	133512	1,2	489480	4
Експорт (закордонні клієнти)	606150	3	746940	6	556300	5	244740	2
Організації-споживачі	2626650	13	1431635	11,5	1346246	12,1	2080290	17

Джерело: авторська розробка на підставі статистичних даних досліджуваного підприємства

Для того, щоб оцінити ринкові можливості АТЗТ "Світанок" на ринку склопрозорих конструкцій доцільним є використання портфоліо-аналізу продажів з використанням показника "прибутковість клієнта". Метою проведення портфельного аналізу є установлення ринкових можливостей підприємства з урахуванням аналізу обсягів продажу на ринку склопрозорих конструкцій, включаючи: який ринок втрачає свою значимість і тому повинен бути вилучений з портфеля; який ринок потребує підтримки зростання зі збереженням у портфелі; яких клієнтів якого ринку слід включити в проект розвитку співпраці, доповнивши портфель. Зазначені три варіанти ухвалення рішення пов'язані з оцінкою одного чи групи клієнтів, що мають стратегічне значення.

Головними перевагами портфельних методів стратегічного аналізу є комплексне дослідження ринків збуту; простота і наочність представлення можливих стратегій, в більшості випадків – конкретні варіанти стратегій. Для АТЗТ "Світанок" доцільно провести портфоліо-аналіз окремих сегментів ринку за допомогою матриці "темп зростання ринку – показник прибутковості клієнта" (рис. 2.).

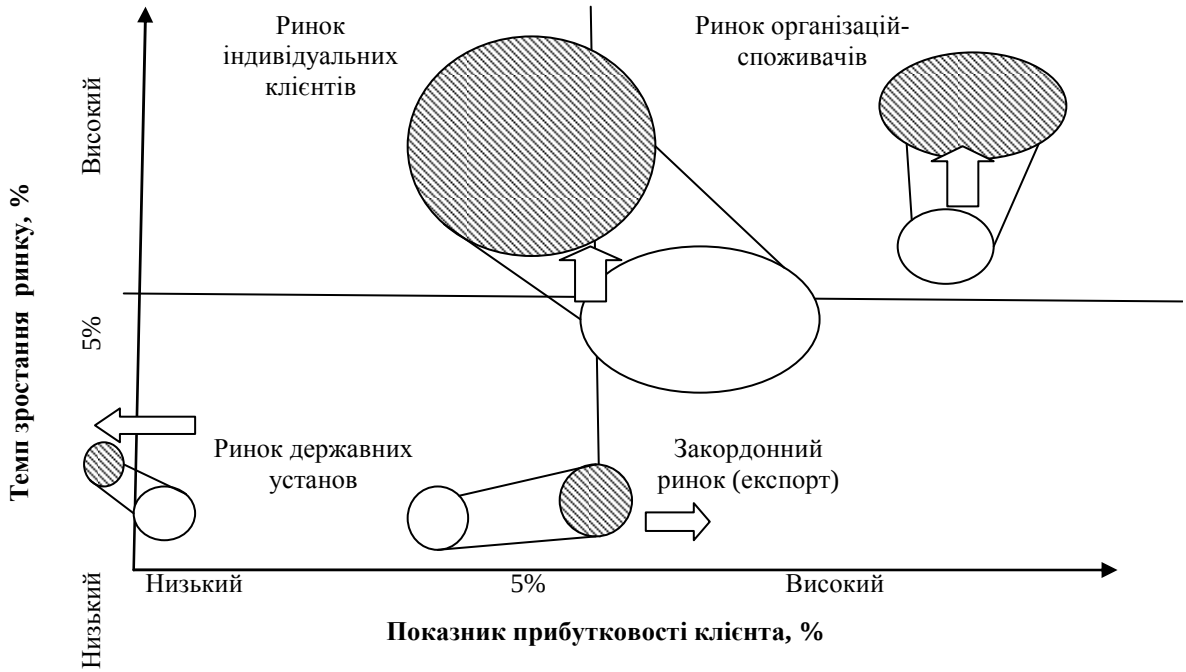


Рис. 2. Прогнозований портфель продажу продукції АТЗТ "Світанок"

Умовні позначення: *фактичний обсяг збуту,* *прогнозований обсяг збуту*

Примітка: авторська розробка

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Оцінюючи портфель продажу продукції АТЗТ “Світанок” на ринку склопрозорих конструкцій, встановлено, що за показником “прибутковість клієнта” найкращим є ринок організацій – споживачів через великі обсяги придбання склопрозорих конструкцій в одному замовленні. Дослідження сегментів ринку, на яких працює АТЗТ “Світанок”, дають підстави рекомендувати підприємству залучати потенційних клієнтів – організації-споживачі. Цей сегмент відрізняється від сегмента індивідуальних покупців тим, що можливо налагодити довгострокову співпрацю, збільшивши як частоту, так і обсяг замовлень. Організації-споживачі, зазвичай, закуповують склопрозорі конструкції, щоб використовувати у будівельній галузі, тому співпрацюючи з цим сегментом клієнтів, підприємство отримає довгострокові ринки збуту. Аналізуючи розміщення сегментів ринку на матриці, менеджери підприємства можуть обґрунтувати стратегії розвитку ринку, реалізація яких у перспективі сприятиме переміщенню сегментів ринку на привабливіші ринкові позиції. Попит на енергоощадні склопрозорі конструкції з металопластику стабільно зростатиме у корпоративному сегменті та сегменті індивідуальних замовлень.

Висновки та перспективи останніх досліджень. Вивчення ринку загалом має важливе значення в управлінській діяльності, оскільки правильна оцінка стану ринку, його перспектив є однією з передумов правильного визначення стратегії компанії та її бізнес-одиниць.

Сучасні тенденції на ринку склопрозорих конструкцій свідчать про зростання товарного асортименту, різноманітність цінових стратегій, високий рівень цінової динаміки. Зростання обсягів реалізації ПВХ-профілів зумовлено зміною вподобань споживачів, оскільки склопрозорі конструкції зручніші в експлуатації та значно здешевилися. За оцінками експертів, ринок склопрозорих конструкцій збільшиться на 20–35 %, а що стосується величини попиту, то вона також зростатиме ще принаймні найближчих п’ять років, але темпи його зростання будуть уповільнюватися і простору для нових виробників не залишиться.

Основною тенденцією формування виробничих відносин на ринку склопрозорих конструкцій є інноваційність, яка повинна ґрунтуватися на високодинамічному комплексі дій: “науково-практичне дослідження – експериментальна розробка – технологічне впровадження–новий продукт, який пропонується на ринку”. У сучасних умовах оптимальними результатами інноваційної діяльності слід визначити впровадження новіших та ефективніших виробничих технологій, створення нової продукції, а також постійне оновлення та вдосконалення вже існуючої продукції, появу нових робочих місць, залучення інвестицій, що буде подальшим дослідженням автора.

1. Динамика и сегментация рынка окон [Електронний ресурс]: // htth://www.stroimdom.com.ua. 2. Окландер М.А., Губерник А.О. Маркетингові інновації на ринку металопластикових віконних систем: Монографія / М.А. Окландер, А.О. Губерник – Одеса: Астропринт, 2009. 3. Петецький Ігнацій. Організація виробництва в умовах ланцюга поставок товарів індивідуального замовлення: Монографія / Петецький Ігнацій. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2010. – 236 с. 4. Стан ринку металопластикових вікон в Україні. [Електронний ресурс]: // htth://www.fasadinfo.com.ua/. 5. Чухрай Н. Ринкова конкуренція. [Електронний ресурс]: //htth:// www.mirdom.com.ua.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua