

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МЕТАЛОПЛАСТИКОВИХ ВІКОН ЛЬВІВЩИНИ

Вікно - це один з найважливіших атрибутів будь-якого приміщення, це прикраса будинку. Але крім естетичних вимог до нього пред'являється і ще цілий ряд вимог: вікно повинно бути теплим і пропускати багато світла, легко відкриватися, надійно захищати приміщення від несприятливих метеоумов і несанкціонованого втручання.

Минув час, коли однією віконною системою можна було задовольнити всі потреби вітчизняних споживачів. На сьогодні в Україні сформувався ринок металопластикових вікон, зараз в державі нараховують кілька тисяч дрібних та середніх фірм, які випускають такі вікна. 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 [2].

Актуальним на даний момент є ретельне дослідження цього ринку та з'ясування перспектив його подальшого розвитку.

Теоретико-методичні питання дослідження галузевих ринків присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних вчених (М. Портера, І. Ансоффа, Ф. Котлера, А. Федорченко, О. Зозульова та ін.). Спираючись на теоретико-методологічні засади маркетингу і логістики, викладені у наукових працях провідних вчених у цій галузі, багато вітчизняних дослідників роблять спроби дослідити окремі ринкові сегменти, виявити закономірності їх розвитку та прогнозувати їх подальший розвиток. В роботі зроблена спроба дослідити ринок металопластикових вікон Львівської області.

Металопластикові вікна - сучасна система, що може задовільнити дуже широкі споживчі запити від енергозбереження та звукоізоляції, до необмежених дизайнерських рішень.

Основні складові металопластикового вікна - профіль з ПВХ (полівінілхлориду), армуючий підсилювач з оцинкованої сталі, фурнітура і склопакет. В Україні налагоджено власне виробництво профілів на підприємствах «Надія» (м. Харків) та «Пластик» (м. Рівне). Виробничі потужності цих підприємств не в змозі задовольнити попит, тож більшість вітчизняних виробників металопластикових вікон працюють з імпортними профілями [3].

Всього в Україні сьогодні представлено більше 30 марок ПВХ-профілів. Найбільш потужну ринкову нішу (біля 60%) утворюють профілі західноєвропейського виробництва завдяки значному досвіду роботи, високій якості товару, та високому рівню логістичного сервісу. Значно меншою за обсягами продажу є ринкова ніша, яку утворюють торгові марки турецьких та китайських виробників ПВХ-профілів (до 27%). Ціни на продукцію більшості товарних марок у цій ринковій ніші є на 15% нижчими від цін на продукцію німецьких виробників. При цьому лише декілька турецьких виробників мають в Україні свої представництва [4].

Зараз у будівельному комплексі України після економічного спаду спостерігається стійка тенденція до зростання обсягів будівельно-монтажних робіт і капітальних вкладень, тому ринок вікон щорічно зростає в середньому на 35-40% (по деяких позиціях і на 50%).

В процесі проведення дослідження ринку металопластикових вікон Львівського регіону було опитано більше 20 фірм, які займаються виготовленням, та встановленням металопластикових вікон. Для опитування випадковим способом було обрано фірми, які подають рекламні оголошення у газетах або розповсюджують їх безкоштовно; у програмах місцевих телебачення і радіо; у листівках.

Аналіз отриманих даних, показав, що виробники вікон диференціюють себе не тільки за маркою профілів але й за ціною. Матеріальна складова у собівартості продукції становить – 65–70%, з яких 40-47% припадає на профіль. Тому рівень цін на готові вироби залежить від марки профілю. Найбільш дорогими профільними системами є: THYssen, Kömmerling, VEKA. Тому і готові вироби із профілів цих марок мають найвищі ціни. У середньому ціновому діапазоні знаходяться профілі марок: REHAU, Salamander, Pimaren, KBE та багато інших. Ці марки профілів давно відомі на українському ринку і добре зарекомендували себе за співвідношенням показників “ціна-якість”. Найдешевшим залишається профіль вітчизняного виробництва GPS, WDS, що і зумовлює низькі ціни на готові вироби з цього профілю та відносно великі обсяги продажу вікон з нього [2].

Отже, лідером на ринку виробництва вікон виступає Німеччина, і не тільки стосовно профілю, а й фурнітури.

На досліджуваному ринковому сегменті формується конкурентне середовище, що сприяє активізації маркетингової діяльності всіх його учасників.

Говорячи про перспективу українського віконного ринку, багато виробників та імпортери цих виробів налаштовані дуже оптимістично і бачать майбутнє віконного ринку в подальшому його розвитку і розширенні. Жорстка конкуренція на ринку віконних виробів, на думку ряду фахівців, призведе до значного зниження їх вартості.

1. Войчак А.В., Федорченко А.В., Маркетингове дослідження: Підручник / За наук. ред. А.В. Войчака. - К.: КНЕУ, 2007. – 408с.
2. Режим доступу: http://www.consumerinfo.org.ua/must_know/quality/detail.php?ID=5507
3. Режим доступу: <http://bztk.com/news/stock/224/lan/uk/>
4. Режим доступу: <http://www.ukrlogist.com/article/logistika-i-marketing/451>