

ОКОННЫЙ РЫНОК 2010: ПЕРЕЗАГРУЗКА

Кто останется на рынке, - покажет выставка

Мировой финансово-экономический кризис, подобно удаву, плотно опоясавший и более года душивший страны мира, ослабляет свою хватку. Остановилось падение многих европейских экономик. Появились первые признаки системного оздоровления. Очевидно, что более других пострадала от кризиса сфера строительства и оконно-дверное направление в особенности. Многие крупные компании потеряли свои рынки, а небольшие фирмы были вынуждены заморозить производство или перепрофилироваться. Зеркалом, в полной мере отражающим послекризисные устои украинского оконного рынка, послужит приближающаяся январская профильная выставка «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ 2010».

Владислав Костюк, вице-президент корпорации Primus Exhibitions Group (Канада): «Крупные международные выставки служат платформой для раскрутки нового бизнеса, продвижения известных компаний и брендов, поддержания отношений с действующими партнерами и поиском новых клиентов, презентации новинок, работы на имидж, изучения рынка и конкурентов, обмена опытом. Но особую значимость они приобретают в условиях финансовых, экономических кризисов и прочих потрясений, которые приводят к переделу рынка. В сложившейся ситуации, когда сократившийся оконный рынок ускоренно форматируется и делится оставшимися игроками, необходимо обладать точными сведениями о потенциале и возможностях клиентов и конкурентов, поэтому бизнес можно делать, лишь глядя партнеру в глаза».

Руководство экспонентов январской выставки понимает, что уже теперь следует готовить свои команды к работе после кризиса. Лишь те компании будут успешными в период экономического подъема, которые вкладывают максимум сил в свое развитие сейчас. Они будут готовы к активному наращиванию продаж сразу же, как только кризис начнет отступать, и таким образом выиграют конкурентную борьбу.

Компания «Варема Украина», Алексей Гаврилин, коммерческий директор: «Выставка «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ» по праву считается знаковым событием для отрасли. Ее организаторам ежегодно удается собирать всех ключевых игроков украинского оконного рынка. Мы с удовольствием отмечаем высокий уровень организации этого мероприятия. В условиях столь изменчивой ситуации руководству, маркетологам и техническим специалистам компаний очень важно обмениваться опытом оптимизации бизнес-процессов, пересматривать стратегии развития и «из первых рук» узнавать обо всех новинках и инновациях. Поэтому большинство участников выставки ежегодно демонстрируют готовность к новым вызовам и новым возможностям. Мы благодарим всех наших партнеров и выражаем особую признательность организаторам – Primus Exhibitions Group. Участвуя в этой январской выставке, мы находим новых клиентов, укрепляем имидж нашей компании, встречаемся с коллегами и постоянно находимся в курсе всех тенденций развития рынка и отрасли».

Сергей Шовкопляс, выпускающий редактор журнала «Окна.Двери.Витражи»: «Мировой финансовый кризис сказался на строительстве и его смежных отраслях как-то выборочно (строительная отрасль, например, в старой Европе пострадала незначительно и «пятнами» – в Германии, Бельгии и Голландии снижения в этом году вообще не было). В Украине же оно получило «по полной». Сокращение объемов строительства больше чем наполовину вызвало падение продаж в смежных с ним отраслях (деревообработка, производство стройматериалов и строительных изделий – окон, дверей и прочего). Многие фирмы были вынуждены прекратить активную деятельность и сократить квалифицированный персонал. Многие компании выживают за счет ценовой конкуренции, повлекшей за собой снижение всех аспектов качества. Импорт стройизделий резко уменьшило падение курса гривны. В том числе тех, которые не производятся в Украине. В результате чего сейчас рынок пестрит необеспеченным предложением добротных изделий (их можно получить чаще всего «по предоплаченному заказу»), в цене которых уже заложены все возможные валютные риски. Фактически на рынке в

основном предлагаются относительно недорогие, но столь же некачественные компоненты. И качество строительства из таких компонентов – соответственно невысокое. Когда отрасль очнется от застоя – предугадать не берусь, есть разные сценарии. Но низкая покупательная способность населения будет определять характеристику спроса еще несколько лет вперед. Борьба за потребителя, в том числе недобросовестными методами, будет только усиливаться».

Однако, кризис ведь не только пора потерь и лишений. Для сильных компаний это и благодатное время для принятия смелых решений и внедрения инноваций. Вопреки трудностям, на украинском рынке светопрозрачных и оконных конструкций многие фирмы не только сохранили активность, но и укрепили свои позиции и увеличили доли рынка. Стоит ли говорить о том, что многие из этих успешных компаний можно будет увидеть на юбилейной – X Международной специализированной выставке «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ 2010». Ведь сейчас для клиентов очень важно ощутить, что, как и прежде, их поставщики – это стабильные стратегические партнеры, предлагающие оптимальные условия сотрудничества, разрабатывающие партнерские программы и улучшающие сервис.

Людмила Иосипенко, редактор журнала «СКВО»: «Я считаю, что 2010 год в экономическом отношении сложится не намного лучше. Многие компании будут вынуждены прекратить активную деятельность, некоторые – перепрофилироваться. Тем не менее, есть фирмы, которые, перехватив инициативу, сегодня показывают чудеса современного маркетинга. Общий рост объемов производства в следующем году, по моему мнению, будет, но незначительный. А вот в 2011 году, когда все-таки «оживет» государственное строительство и активизируется частный заказчик, возобновятся программы энергосбережения и кредитования, рынок вырастет на 30%. Что касается наиболее ярких тенденций прошлого года, то, наряду с общим незначительным оздоровлением рынка, возникли и негативные явления. Например, появились изделия очень низкого качества – так называемые ложные ПВХ, что, видимо, вызвано стремлением максимально удешевить профиль, сэкономив на смесях. Это касается и низкого качества некоторых окон, изготовители которых пытаются сэкономить на комплектующих. Разумеется, ни к чему хорошему это не приведет, и по одной простой причине – заказчик в такую фирму второй раз не обратится. Однако, и в данной ситуации можно найти нечто положительное – недобросовестные игроки в итоге покинут рынок».

Несмотря на сокращение рекламных бюджетов, выставка остается эффективным маркетинговым инструментом. Руководство экспонентов выставки «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ» ратует за формирование в Украине цивилизованного рынка светопрозрачных конструкций, стабильно поддерживает деловые отношения с серьезными игроками рынка, принимает участие в обсуждении актуальных тем и вопросов, предлагает качественные продукты и эффективные решения в области управления, производства и маркетинга.

Юрий Рутян, директор компании «РИДЕКС-ПЛАСТ» (Украина): «Так как мы занимаемся изготовлением окон, то к выставке «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ 2010» готовимся особенно активно и рассчитываем там найти новых партнеров. За истекший год ситуация на рынке коренным образом изменилась. Поменялась десятка лидеров рынка. Многие ключевые игроки покинули рынок, иностранцы закрыли представительства, отечественные производители свернули производство, некоторые дилеры поменялись местами с переработчиками... Претерпела изменения структура поставок и, конечно, изменились цены. Наша фирма находится «на плаву», так как мы прогнозировали текущее падение спроса заблаговременно и сумели подготовиться. Мы «упали» в ценах до минимума рентабельности; главное – сохранить инфраструктуру. Сейчас у нас больше всего заказов «по рекомендации». Мы делаем упор на качественном и профессиональном сервисе для наших клиентов. Устраняем все проблемы по «первому зову». Даже, если цена на 100 гривен выше, наши клиенты отдадут предпочтение стабильной компании. Уверен, что участие в выставке «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ 2010» поможет найти новых клиентов и поддержать наш рейтинг. Кроме того, интересно будет увидеть, кто останется на рынке и станет нашим конкурентом в 2010 году. Понятно, если фирмы нет на выставке, то она как минимум приостановила свою деятельность».

Владислав Зейналов, государственный служащий (Киев): «Вот, делаю потихоньку ремонт и нахожусь в активном поиске солидной оконной фирмы. Знаете, окна и двери – это ведь не садовая мебель, если уж их ставить, то надежные, экологичные, теплосберегающие. Чтобы еще детям нашим послужили. Не хочется обращаться к фирмам-однодневкам, хоть и соблазняют дешевыми ценами. Запросто ведь можно и на аферистов нарваться. У нас говорят, лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Поэтому в январе обязательно пойдем с женой на выставку «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ 2010», что идет в «КиевЭкспоПлазе» на «Нивках», – там ведь 100% всех «живых» окончиков и будет. Возьмем каталог, поговорим с менеджерами. Подберем именно то, что нам нужно. И цены там будут совершенно другие, чем, если бы мы позвонили в офис. А доходы у нас теперь, сами знаете, какие. Для нас главное – это уверенность в том, что фирма завтра не исчезнет, а на выставку, мы знаем, «слабаки» не пойдут».

Итак, совершенно очевидно, что рынок существенно перераспределился. Ясно одно – новую панораму рынка можно будет увидеть на выставке «ПРИМУС: ОКНА. ДВЕРИ. ПРОФИЛИ 2010». Новые лидеры индустрии будут среди ее участников. Те же, кто не участвует, как говорится, уже в прошлом. Тем не менее, с точки зрения маркетинга, теперь сложилась нормальная ситуация, когда предложение превышает спрос. Такая тенденция стимулирует развитие рынка и маркетинговую активность. Ведь кризис – это не только проблема и вызов, но еще и уникальный шанс, который на восходящем тренде позволит значительно усилить присутствие на рынке. Год работы в условиях кризиса стал годом перспективных улучшений и инноваций, позволил оптимизировать внутренние бизнес-процессы. Он ярко подтвердил народную мудрость: «Все, что нас не убивает – делает нас сильнее».

Эдуард Артамонов