



Покупатели окон становятся более осмотрительными!

Пользуясь случаем, мы поздравляем всех читателей журнала с Новым годом и Рождеством. К концу года всегда возникает желание подвести итоги, хотя бы предварительные, и понять, как прошел и чем завершается уходящий год.

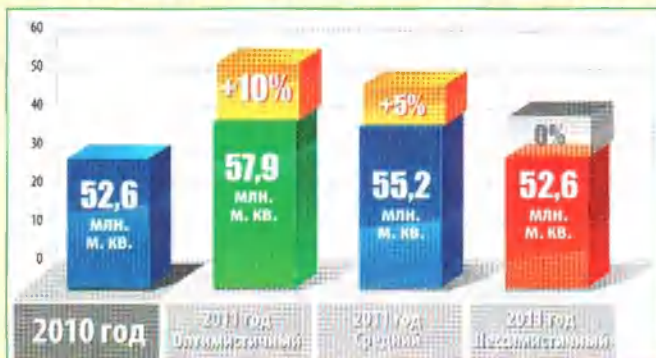
Родилась идея пойти нетрадиционным путем для нас, зато традиционным для журналистов — написать эту статью совместно с нашими основными конкурентами на рынке (в области герметизации примыкающих конструкций) и частично построить ее в виде вопросов и ответов. Для этого мы подали идею и получили согласие двух крупнейших фирм, работающих на рынке СПК — ООО «Стройсистема» и ООО «Тремко-Иллбрук». Значительную часть оборота этих компаний составляют герметизирующие материалы для монтажа оконных конструкций по ГОСТ 30971.

Думаем, что такой нетрадиционный подход превратит эту статью в формат аналитической, без какой-либо рекламной нагрузки, которая уже порядком поднадоела читателю.

Для получения объективной картины мы предложили поучаствовать в написании статьи независимому агентству О.К.Н.А. Маркетинг, и оно любезно согласилось. Также благодарим за предоставленную информацию компанию профайн РУС, известного производителя профильных систем.

Анализ оконного рынка от О.К.Н.А. Маркетинг

По предварительным оценкам независимого центра О.К.Н.А. Маркетинг, рынок пластиковых окон вырос в 2011 году на 5%. Такие показатели роста являются низкими для российского рынка. Уходящий 2011 год впервые показал ужесточение конкуренции и разнонаправленный тренд роста участников рынка. Такая ситуация связана с воспоминаниями потребителей об аномальном лете 2010 года и переориентации потребительского спроса в 2011 году в сторону более востребованных товаров, таких как кондиционеры. Данные по росту рынка кондиционеров это подтверждают. Данные О.К.Н.А. Маркетинг по опросу по-



Ситуация на оконном рынке РФ в 2011 году.
График-прогноз с портала Окна Медиа

купателей окон по Москве показали, что впервые за много лет «холод» потерял лидирующие позиции среди причин покупки окон. «Шум» вышел на первое место. Экономика России до конца так и не восстановилась после первой волны кризиса, поэтому кошельки населения не столько полны, как в 2006 году. Именно поэтому покупательская способность населения за последние 2 года не достигла предкризисного уровня. В результате люди себе могут позволить лишь самое необходимое, а остальное будет куплено в будущем. Ситуация в строительном сегменте также пока не показывает позитивных результатов. Доля сегмента частного потребителя по-прежнему остается преобладающей и составляет по результатам 2011 года 82%.

Предоставленная компанией «профайн РУС» информация говорит о примерном росте продаж на 8%, что, в общем, вписывается в озвученный выше процент роста рынка СПК.

А теперь зададим вопросы сами себе и нашим уважаемым коллегам — компании Стройсистема и компании Тремко-Иллбрук. Вопросы всего четыре:

1. Каковы предварительные итоги 2011 года по продажам герметизирующих материалов для монтажа оконных и других светопрозрачных конструкций.
2. Каковы предварительные итоги 2011 года по остальным видам продуктов.
3. Как вы можете сравнить их с результатами 2010 года.
4. Ваши комментарии сложившейся ситуации — как в случае роста, так и в случае падения, каковы возможные причины.

Коршиков Станислав, генеральный директор ООО «ГК Робитекс»:

1. Хотя окончательные итоги еще не подведены, налицо тенденция уверенного роста продаж группы материалов для монтажа СПК в соответствии с ГОСТ 30971. Речь прежде всего идет о пароизоляционных и паропроницаемых полиуретановых лентах, которые принято называть ПСУЛ, предназначенных для уплотнения зазоров между стеновой конструкцией и оконной рамой. Рост в 2011 году по сравнению с 2010 в количественном выражении составил около 17-19%.

2. Прочие материалы и товары, используемые при монтаже окон, такие как крепежные элементы, отливы, подоконники и другие также показали рост, но не такой уверенный: около 5-7%.

3. В 2010 году продажи тоже росли по сравнению с 2009 годом. Мы думаем, рынок в этом году приходил в чувство после известного кризиса, но процент роста по всем товарным позициям был одинаков: около 12%. Если взять за эталон 2008 год, то результат 2010 года в количественном выражении приблизился к

нему почти вплотную. Это очень важный показатель, ведь нам известно, что общая по отрасли динамика возврата к оборотам 2008 года была немного ниже.

4. В принципе, рост общих продаж в нашей компании, за исключением пароизоляционных лент и ПСУЛов, примерно соответствует общему росту оконного рынка в 2011 году, что говорит об устойчивой позиции нашей компании на этом рынке.

Однако есть любопытный момент; за всю историю существования фирмы в 2011 году рост продаж пароизоляционных лент и ПСУЛов превысил рост продаж всех остальных позиций почти в 2,5 раза! Для нас это самый важный итог 2011 года — на эти материалы появился дополнительный спрос. Такую ситуацию можно прокомментировать однозначно: рынок СПК в части монтажа окон становится более цивилизованным и приближается к европейским требованиям! А это значит, что все меньше и меньше оконных конструкций устанавливается «тяп-ляп», только на монтажную пену! Это значит, что фирмы-установщики почувствовали необходимость правильного монтажа, как минимум для того чтобы сократить расходы на гарантийное обслуживание, сохранить и повысить привлекательность бренда, известно ведь, что значительная часть их новых клиентов приобретает по рекомендации старых. Да и сам конечный потребитель стал более грамотным и осмотрительным. Прежде чем сделать заказ, собирает нужную информацию, особенно в интернете, а там есть все, что его интересует. В общем, мы крайне довольны сложившейся ситуацией, очень приятно видеть, что потраченные на продвижение идеи грамотного монтажа усилия не потрачены впустую.

Владимир Лагтев, генеральный директор ГК «Стройсистема»:

1. В 2011 году продажи материалов для герметизации (пароизоляционные и паропроницаемые ленты) выросли на 19% по отношению к 2010 году. Мы считаем, что это достаточно хороший показатель, но не самый лучший. По нашим прогнозам, в следующем году спрос на герметизирующие материалы продолжит расти.

2-3. Что касается данных по продажам в остальных группах товаров, используемых при монтаже окон, то рост составил в среднем от 5% до 15%. Честно говоря, тут мы и не предполагали никаких неожиданностей. Эти данные соответствуют средним темпам роста рынка, рынка устоявшегося, в котором давно определены основные игроки и их роли.

4. Существенный рост продаж герметизирующих материалов мы объясняем тем, что меняется психология продавцов и покупателей. В частности, занимающиеся производством и установкой ПВХ-конструкций компании стали делать акцент не только на ценовом аспекте, но развернули настоящую борьбу за качество. А бесспорным признаком качества считается государственный стандарт. В нашем случае это ГОСТ 30971-2002 «Швы монтажные узлов примыканий оконных блоков к стеновым проемам», который предусматривает использование герметизирующих лент при монтаже. В рамках поддержки партнеров наши специалисты в течение всего года проводили обучающие семинары, посвященные монтажу по ГОСТу. Мы объехали с лекциями всю Россию и получаем запросы на следующий год: компании не просто стремятся повышать свою квалификацию, сегодня это обязательное условие их конкурентоспособности. Заказчики окон уже не верят «рекламным акциям», а интересуются тем, как долго прослужат новые окна и гарантирует ли фирма их надежность.

Михаил Мерсов, директор по развитию бизнеса Tremco illbruck Russia:

1. Продажи материалов для монтажа современных окон традиционно составляют существенную часть от общего оборота компании, включающего продажи продуктов для изготовления стеклопакетов и структурного остекления, клеев, гидроизоляционных материалов и материалов для пассивной огнезащиты. Предварительные цифры по продажам ассортимента материалов для монтажа СПК по ГОСТ 30971 в 2011 году показывают существенный рост. Рост по этой но-

менклатуре продуктов по предварительным оценкам составит порядка 30%!

Надо заметить, что для этой группы товаров, производимых на нашем заводе в Германии, такого роста не было за все предыдущие годы нашей работы на российском рынке.

2. Мы не производим и не поставляем сопутствующие продукты.

3. В 2010 году мы наблюдали небольшой посткризисный рост продаж, но его уровень ненамного превышал общий рост рынка после кризиса 2008-2009 годов. В определенной степени скачок в продажах 2011 года был для нас ожидаемым, но с другой стороны можно сказать, что это было также и «приятной неожиданностью», так как львиную долю в приросте дали не традиционные полиуретановые пены, а ПСУЛЫ и оконные ленты.

4. Рынок в России становится «взрослее» и медленно, но все же приближается к тому, что можно назвать цивилизованным рынком. Это касается как потребителей, проявляющих все меньшую толерантность к любой халтуре во всех сферах жизни, так и компаний. Мы можем констатировать, что на рынке появляются устойчивые «здоровые» тенденции. Все больше компаний понимают, что работать и быть одновременно успешным в современном мире можно только предлагая качественные товары и услуги. Все больше компаний понимают, что их репутация зависит в том числе и от того, насколько компания способна следовать мировым техническим и технологическим тенденциям. Учитывая, что рост продаж в нашей компании в 2011 году был обусловлен именно продажами производимых в Германии оконных лент и ПСУЛов, можно сделать вывод: игроки рынка (производители и монтажники СПК) все больше понимают, что современные окна, установленные без современного и проверенного многолетним европейским опытом монтажа — это товар некачественный.

Подводя итог всему вышесказанному, остается лишь порадоваться, и не только за нашу узкую часть оконной отрасли. Похоже, подобные необратимые процессы повышения качества товаров и услуг происходят во всех областях нашей жизни. Может быть медленнее, чем хотелось бы, но это признак приближения нашей страны к стандартам западноевропейской жизни, о которых не так много лет назад мы не могли даже мечтать. Мы изменились, стали намного внимательнее относиться ко всему, что потребляем, стали более информированы, чем раньше. Это как раз и отсекает все больше и больше возможностей у недобросовестных производителей и продавцов любых товаров и услуг.

Удачного бизнеса всем нашим читателям в Новом году!

ГК Робитекс
121354, Москва, ул. Дорогобужская, д. 14, стр. 11
Тел./факс: +7 (495) 223-6491 (многоканальный)
e-mail: info@robitek.ru
www.robitek.ru
www.robiband.ru

Введено тыс. м ² общей площади			Из общего объема введено населением, тыс. м ² общей площади	
за период с начала года	в том числе за октябрь	в % к соответствующему периоду прошлого года	за период с начала года	в % к соответствующему периоду прошлого года
38758,9	4967,6	103,3	19498,4	103,0

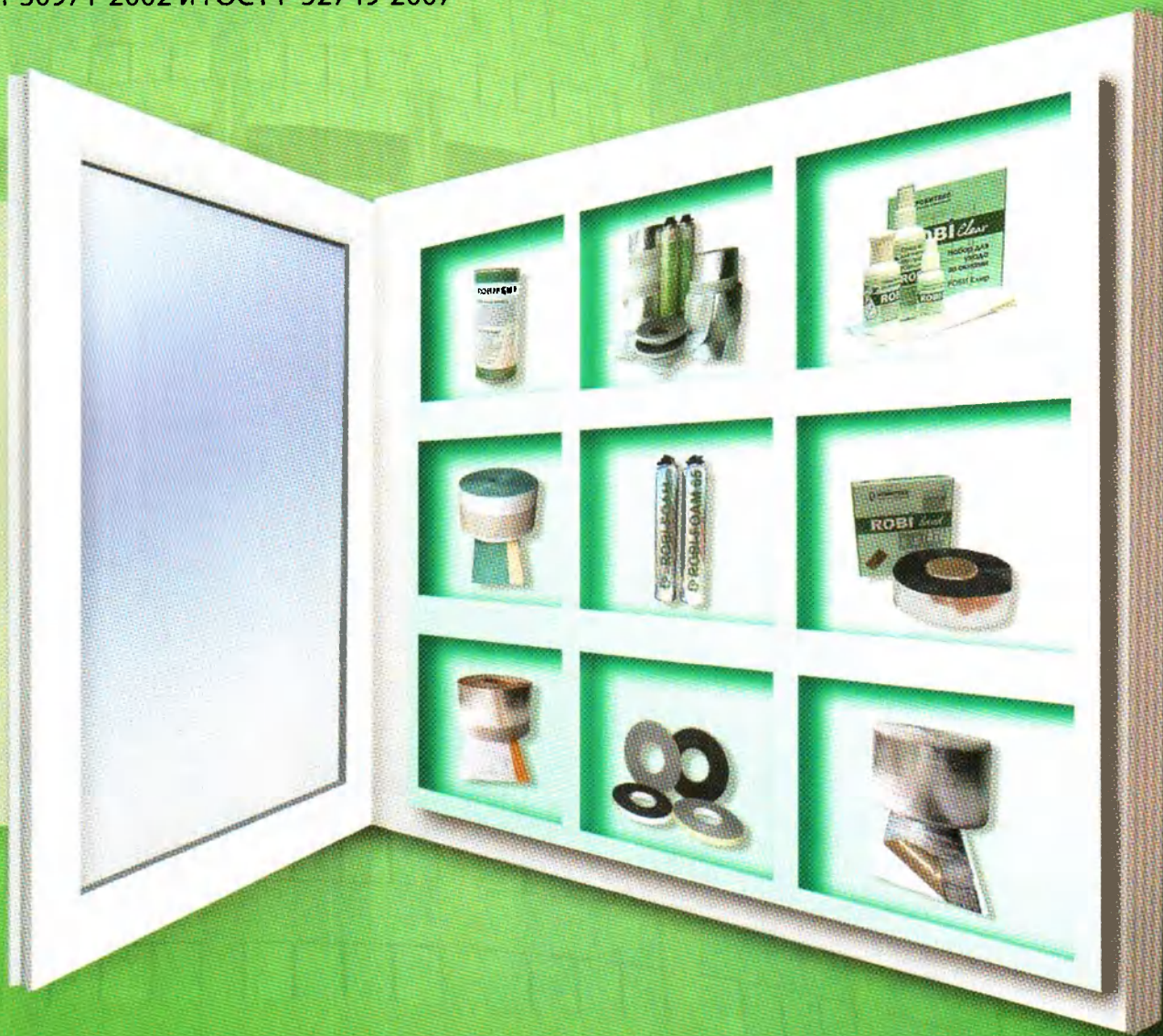
Информация с сайта Федеральной службы государственной статистики. Строительство жилых домов в Российской Федерации в январе-октябре (включительно) 2011 года.



РОБИБАНД®

ГЕРМЕТИЗИРУЮЩИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОКОН

Профессиональные ленточные герметики Робибанд для качественного монтажа светопрозрачных конструкций в соответствии с требованиями ГОСТ 30971-2002 и ГОСТ Р 52749-2007



www.robiband.ru



ЭФФЕКТИВНАЯ ЗАЩИТА



ГАРАНТИЯ ДОЛГОВЕЧНОСТИ



**ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ**

*Дилерская сеть



Произведено в России:
ООО «ГК РобиТекс»
142204, МО, д. Серпухов,
Северное ш., д. 16, корп. 1
Тел./факс: +7 (495) 223-64-91
www.robiteх.ru
робибанд.рф

Филиал в Нижнем Новгороде
Нижегородская область,
Нижний Новгород,
ул. И. Романава, д. 17
+7 (831) 277-99-25
www.robiteхgroup.com

Филиал в Санкт-Петербурге
Ленинградская область,
г. Санкт-Петербург,
ул. Толжковская, д. 5
+7 (812) 324-40-28
www.robiteх.ru



Материалы Робибанд
успешно прошли испытание в IFT Rosenheim

Результаты испытаний
и подробную информацию
смотрите на
www.robiteх.ru



Система менеджмента
качества группы компаний
РОБИТЕКС сертифицирована
по международному
стандарту ISO 9001:2008
сертификационной организацией
DNV Certification