

**ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА РИНКУ МЕТАЛОПЛАСТИКОВИХ ВІКОН
ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Представлено характеристики ринку металопластикових вікон Хмельницької області, проаналізовано специфіку, тенденції та перспективи його розвитку. Проведено аналітичний огляд основних споживчих характеристик металопластикових вікон, які здійснюють вирішальний вплив на остаточний вибір споживачів. Зроблено висновок про те, що на досліджуваному ринковому сегменті формується конкурентне середовище, що сприяє активізації діяльності всіх його учасників.

Ключові слова: споживчі властивості, конкурентне середовище, попит і пропозиція, частка ринку, ціноутворення.

**MERCHANDISING MARKET CHARACTERISTICS OF THE PLASTIC WINDOWS
IN KHMELNYTSKY REGION**

Market characteristics of plastic windows in Khmelnytsky region, specificity, trends and prospects of its development were presented in the article. An analytical overview of the main characteristics of consumers of plastic windows, which carry a decisive influence on the final choice of consumers, was made by the author. It is concluded that in the target market segment emerging competitive environment, contributing to the revitalization of all its members. Technical progress, growth of requirements and changes of aesthetic tastes of consumers, on the one hand, determine the trend of range increasing of plastic windows, and aggravation of competition on the other hand.

Keywords: consumer characteristics, competitive environment, supply and demand, market share, pricing.

Постановка завдання. Кризові явища в економіці, різке збільшення цін на енергоносії, девальвація національної валюти, а також ціла низка інших, не менш нагальних, проблем висувають перед домогосподарствами нові вимоги до економії їх бюджетів. Однією із головних статей економії, в силу її великої питомої ваги у видатках домогосподарств України, є економія витрат на енергоресурсах. Саме тому, від вірного вибору домогосподарством металопластикових вікон залежить не лише власне його добробут, але й енергетична незалежність вітчизняної економіки в цілому.

Актуальність обраного дослідження підтверджується постійним зростанням як національного ринку металопластикових вікон, так і ринку Хмельницької області.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження галузевих ринків присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних науковців (М. Портера, І. Ансоффа, Ф. Котлера, О. Зозульова та ін.). Спираючись на теоретико-методологічні засади маркетингу і товарознавства, 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 [2]. Зокрема, ціла низка праць знаного вченого, Н.І. Чухрай, присвячена маркетинговим особливостям динамічного ринку металопластикових вікон [5]. В свою чергу, авторами у даній роботі зроблена спроба охарактеризувати ринок металопластикових вікон з точки зору основних споживчих характеристик цього виду продукції.

Метою статті є дослідження стану ринку металопластикових вікон Хмельницької області та виявлення основних споживчих характеристик металопластикових вікон, які здійснюють вирішальний вплив на вибір споживачів.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні в Хмельницькій області нараховують більше сотні дрібних та середніх фірм, які випускають металопластикові вікна. За останні роки чимало вітчизняних виробників віконної продукції вклали багато коштів у технічне оснащення виробництва, посилили контроль за якістю комплектуючих виробів та монтажних робіт, а також налагодили співробітництво з іноземними виробниками та постачальниками. Оскільки вікна встановлюють на досить тривалий термін, то й зрозуміло, що вимоги покупців до цієї продукції достатньо високі.

Висока якість продукції та європейський рівень сервісу, сучасний дизайн виробів і новаторський підхід до їх розробки, залучення досвіду та безпосередня співпраця з ведучими світовими товаровиробниками – все це характерні риси діяльності лідируючих компаній області, серед яких компанії “Основа”, “Веснянка”, “КОРСА”, “Віконда”, “Вікар’Off”, “Болена” та інші.

Різниця між вище названими компаніями полягає у цінах на вироби, співпраці з різноманітними вітчизняними та іноземними компаніями та підході до реалізації продукції. Проте між компаніями не помітно суттєвої різниці у якості та технологічних процесах роботи, тобто виготовленні та встановленні вікон.

Стан попиту і пропозиції на ринку Хмельницької області не збалансований, велика кількість

виробників пропонує таку кількість виробів, котра повністю задовольняє наявний на ринку попит, але при цьому ще залишається певна кількість нереалізованої продукції. Тому для того, щоб збалансувати рівні попиту та пропозиції, виробникам потрібно знизити ціни, або ввести вигідні умови для купівлі продукції, оскільки сьогоденна ціна на металопластикові вікна не задовольняє споживачів, не є доступною для покупців.

Що стосується споживчих (товарознавчих) характеристик металопластикових вікон, що істотно впливають і на споживачів і на рівень конкуренції, то її можна охарактеризувати наступним чином [1, 3].

Вікна з ПВХ – це нові технології. Тому тільки високопрофесійні фірми і бригади можуть грамотно скласти і встановити їх. Матеріал полівінілхлорид є основою виробу, адже з матеріалу сумнівної якості неможливо зібрати хороше вікно. Тому необхідно орієнтуватися на якісного виробника ПВХ профілю, який може гарантувати незмінність властивостей свого продукту. Профіль підсилення випускається з легованої оцинкованої сталі та дозволяє значною мірою підвищити міцність конструкції завдяки встановленню у великі головні камери. Профіль підсилення підлягає обов'язковій сертифікації. Для ущільнювачів використовується подвійна система з АПТК наповнювачами (синтетичний каучук). Для них важливими є показники морозостійкості, стійкості до світла та дії озону, які повинні бути відображені у сертифікатах. Полімерні матеріали для виготовлення вікон та комплектуючі до них (в тому числі імпортного виробництва) повинні відповідати вимогам діючих стандартів і мати дозвіл до застосування Міністерством охорони здоров'я України.

Саме тому, під час вибору метало-пластикових вікон необхідно переконатися, що вони виготовлені з матеріалів без шкідливих домішок. З усієї сукупності виробників варто виділити німецькі вікна, які відомі на ринку своєю високою якістю і екологічністю, та завоювали популярність практично у всіх європейських країнах завдяки відмінним споживчим властивостям і дотриманню екологічних норм і вимог. Все це завдяки новій технології виробництва вікон ПВХ з використанням кальцієво-цинкового стабілізатора, що дозволило відмовитися від свинцю і кадмію – шкідливих і токсичних матеріалів. Вікна без свинцю рекомендовано використовувати навіть в приміщеннях, де знаходяться вагітні жінки, маленькі діти, алергетики і астматики.

Обираючи дану продукцію, споживач сподівається, що у його будинку буде тиша і затишок, тому серед метало-пластикових вікон необхідно обрати вікна із двокамерним склопакетом. Якісні металопластикові вікна поглинають шум на 30–40 дБ – це звук шелесту листя при середній інтенсивності вітру. Якість звукоізоляції залежить від кількості стекол в пакеті і товщини самого скла.

Ще однією з важливих споживчих характеристик метало-пластикового вікна є енергозбереження. Для того, щоб збільшити енергозбереження метало-пластикових вікон найчастіше застосовують двокамерний склопакет з повітряними проміжками між стеклами від 6 до 18 мм. Повітря, яке заповнює проміжок, є відмінним теплоізолятором.

Проте потрібно пам'ятати, що самі по собі металопластикові вікна не створюють комфортних умов прохолоди або тепла, такі характеристики забезпечуються завдяки їх хорошій теплоізоляції та монтажу.

Якщо розглядати металопластикові вікна з точки зору обслуговування, то вони практично не потребують косметичного ремонту і якого-небудь спеціального обслуговування, не вимагають особливого догляду. Досить протирати їх м'якою серветкою, змоченою у воді з невеликим додаванням звичного миючого засобу.

Всього у Хмельницькій області 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 торговельні марки турецьких та китайських виробників ПВХ-профілів (до 27%). Ціни на продукцію більшості товарних марок у цій ринковій ніші на 15% нижчі від цін на продукцію німецьких виробників. При цьому лише декілька турецьких виробників мають в Україні свої представництва [3]. На рисунку 1 наведено діаграму, яка відображає середній рівень цін на металопластикові вікна у Хмельницькій області (для прикладу взято вартість глухого вікна розміром 1,2×1,8 м.)

Отже, дані рисунка 1 свідчать про те, що у процесі ціноутворення компанії Хмельницької області, окрім об'єктивних факторів (вартість комплектуючих тощо), враховують і суб'єктивні фактори, такі як впізнаваність торговельної марки, час роботи на ринку, масштаби компанії і т.д. Як показують дані рисунка, чим відомішою є фірма, чим ширші географічні масштаби її діяльності, тим вища ціна на виготовлення та встановлення металопластикового вікна.

Ще однією особливістю, яка притаманна для ринку металопластикових вікон, є те, що споживачі хочуть самостійно розібратися у всій різноманітності віконних конструкцій і зробити вибір на підставі повної і об'єктивної інформації, яку є можливість отримати, скориставшись даними Інтернет-голосування споживачів та експертів даного ринку. Обробка результатів голосування дає підстави скласти рейтинг найбільш відомих компаній, які працюють у Хмельницькій області, за 2014 рік [4]:

1. "Вікнар'Off".
2. Вікна "КОРСА".
3. "Віконда".
4. Фабрика вікон "Болена".

5. Віконні системи "ЕМ".
6. Вікно "ПЛЮС".
7. Компанія "Основа".
8. ТОВ "Веснянка".
9. Фабрика "Вікон".
10. Інші компанії.

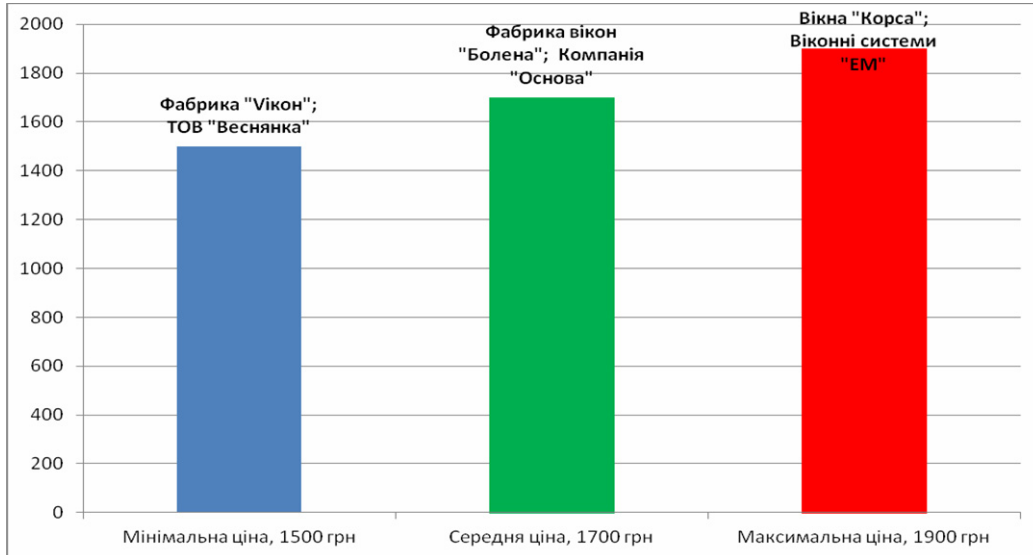


Рис. 1. Середній рівень цін на металопластикові вікна у Хмельницькій області

Як бачимо, нещодавні лідери ринку Хмельницької області регіональні компанії "Основа" та "Веснянка" за даними опитування споживачів та експертів значно поступають всеукраїнським компаніям. Така ж ситуація спостерігається й за часткою ринку досліджуваних підприємств (рисунок 2).

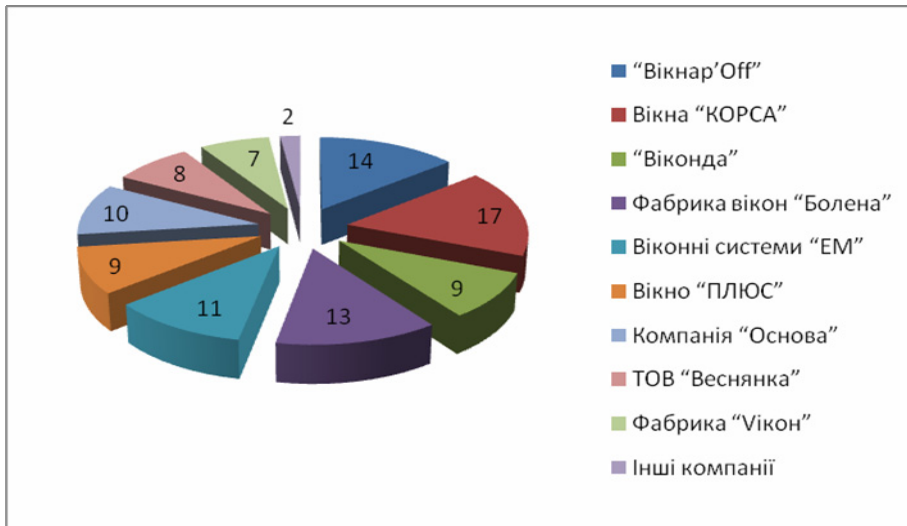


Рис. 2. Частка ринку найбільших виробників металопластикових вікон Хмельницької області, %

Таким чином, лідерами ринку металопластикових вікон Хмельницької області є всеукраїнські компанії, які витіснили регіональні фірми і займають понад 50% ринку. Проте в цьому контексті необхідно зазначити, що усі з перерахованих фірм в основу власної успішної діяльності кладуть використання надійних матеріалів, які забезпечують довготривале використання віконних систем. Підтвердженням цього є дані профілів та видів фурнітури, які використовують компанії Хмельницької області для виготовлення металопластикових вікон та конструкцій, представлені у таблиці 1.

Таким чином, безперечним лідером за використанням є профілі та фурнітура німецького виробництва, проте все більше споживачів віддають перевагу вітчизняним виробникам, зокрема компанія "Вікнар'Off", яка одночасно є і виробником однойменного профілю, є беззаперечним лідером ринку Хмельницької області.

Профілі та види фурнітури, які використовують компанії Хмельницької області для виготовлення металопластикових вікон та конструкцій

Фурнітура/ Профіль	Назва компанії									
	Вікар [®] Off	Вікна КОРСА	Віконда	Фабрика вікон «Болепа»	Віконні системи ЕМ	Вікно ПЛЮС	Основа	Веснянка	Фабрика Вікон	
Профіль Aluplast (Німеччина)	+									
Профіль Vikanaroff (Україна)	+									
Профіль WDS (Україна)								+		
Профіль RENAУ (Німеччина)		+		+					+	
Профіль Trocal (Німеччина)					+		+			
Профіль VEKA (Німеччина)						+				
Профіль Віконда (Україна)			+							
Профіль Winbau (Німеччина)										
Фурнітура FUHR (Німеччина)	+									
Фурнітура Gretch-Unitas (Німеччина)		+		+						
Фурнітура Siegenia-Aubi (Німеччина)	+		+							
Фурнітура Accado (Туреччина)	+									
Фурнітура MACO (Австрія)					+				+	
Скло Guardian (Німеччина)	+									
Скло Pilkington (Британія)	+									

Висновки. З огляду на викладене, можна стверджувати, що технічний прогрес, зростання вимог та зміна естетичних смаків споживачів, з однієї сторони, зумовлюють тенденцію до розширення асортименту металопластикових вікон, а з іншої – до загострення конкурентної боротьби. На досліджуваному ринковому сегменті формується конкурентне середовище, що сприяє активізації діяльності всіх його учасників, що, звичайно, є вигідним для споживачів, оскільки є передумовою значного зниження вартості металопластикових конструкцій, представлених на ринку Хмельницької області.

Говорячи про перспективу віконного ринку Хмельницької області сподіваємося на збереження існуючих позитивних тенденцій, які стосуються підвищення якості металопластикових вікон із одночасним зниженням ціни на них.

Література

1. Белуха О. Дослідження ринку металопластикових вікон Львівщини [Електронний ресурс] / О. Белуха, І. Лучкевич. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/13722/1/2.pdf>
2. Маркетингове дослідження : підручник / за наук. ред. А.В. Войчака. – К. : КНЕУ, 2007. – 408 с.
3. Коломійченко Н. Стан ринку металопластикових вікон в Україні [Електронний ресурс] / Н. Коломійченко. – Режим доступу : http://www.consumerinfo.org.ua/must_know/quality/581/5507
4. Поточні результати голосування Інтернет-аудиторії 2014 року у номінації «Виробники металопластикових вікон» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.favor.com.ua/vote/products/plastic-windows-manufacturers/?results=1>
5. Чухрай Н.І. Дослідження маркетингової поведінки головних суб'єктів ринку металопластикових вікон [Електронний ресурс] / Н. Чухрай. – Режим доступу : <http://www.ukrlogist.com/article/logistika-i-marketing/451>

References

1. Bielukha O., Luchkevych I. Doslidzhennia rynku metaloplastykovykh vikon Lvivshchyny. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/13722/1/2.pdf>
2. Voichak A.V., Fedorchenko A.V., Marketynhove doslidzhennia: pidruchnyk / Za nauk. red. A.V. Voichaka. – K.: KNEU, 2007. – 408 s.
3. Kolomiichenko N. Stan rynku metaloplastykovykh vikon v Ukraini. URL: http://www.consumerinfo.org.ua/must_know/quality/581/5507
4. Potochni rezultaty holosuvannia Internet-audytorii 2014 roku u nominatsii «Vyrobnyky metaloplastykovykh vikon». URL: <http://www.favor.com.ua/vote/products/plastic-windows-manufacturers/?results=1>
5. Chukhray N.I. Doslidzhennia marketynhovoї povedinky holovnykh subiektiv rynku metaloplastykovykh vikon. URL: <http://www.ukrlogist.com/article/logistika-i-marketing/451>

Надійшла 21.11.2014; рецензент: д. е. н. Ковальчук С. В.