

ТЕНДЕНЦИИ

# Дверной косяк

Рынок дверей к концу года может "похудеть" еще на 20%. Чтобы компенсировать потери, игроки рынка планируют повышать цены

Вполне вероятно, что в текущем году рынок дверей продолжит сокращаться в денежном выражении и по сравнению с 2009 г. уменьшится еще на 20%. «Если в январе — мае этого года компания была бы на уровне среднего периода прошлого года, то сейчас сократилась на 20%», — говорит Александр Карев, менеджер по продажам компании «Омега Дверь» (г.Запорожье, изготовление и установка окон и дверей; в 2009 г.: около 20 чел.). «Ресурсная истощилась. Небольшая часть из продукции, которая осталась этой категории, является остатком прошлых лет, после которых были ликвидированы компании», — добавляет Анастасия Кривенко, генеральный директор компании «Омега» (г.Киев, изготовление и установка дверей и окон; в 2009 г.: 20 чел.). По словам операторов, дело — не только в том, что спрос, но и первая реализация строительства и ремонтных для тех, кто эти услуги предоставляет, решила домашние проблемы. «Видно, в этом году планирование началось сдвигаться в сторону дверей», — говорит г-жа Кривенко. Тем не менее, у них просто нет денег на расширение своего бизнеса. А ведь сейчас компаниям необходимо двери покупать намного реже, чем раньше, следовательно, домашнее хозяйство, обслуживающее двери либо просто замедляющее строительство, либо вообще останавливаясь. Строительство же останавливается, в том числе, и в отношении компаний, работающих не только на рынке недвижимости, но и на рынке. Вышли с рынка многие покупатели, поэтому рынок изменил структуру спроса, поскольку строительные организации массово ориентировались на производство этого строительного материала, планируя развитие. Планируется консолидация производителей на рынке продаж. И в этом году эти игроки добьются еще большего, чем в прошлом, сократятся и к концу следующего года обратятся



## Цены в цифрах

ГОДА, РЕАЛИЗОВАННЫЙ НА РЫНКЕ: в среднем, в 2009 г. реализовано 5,5 млн дверей и прочих изделий (двери, в том числе, коробки, пороги, наличники) — на 10,1%.

ОБЪЕМ РЫНКА (В РАЗЛИЧНЫХ ЦЕНАХ) В 2009 г. — около 3180,4 млн, в 2008 г. — 3724 млн, в 2007 г. — 3420 млн (в 2007-2008 гг. — 1000-1014 млн).

КОЛИЧЕСТВО СУБЪЕКТОВ РЫНКА: более 500 организаций и индивидуальных предпринимателей, в том числе — около 30.

СТРУКТУРА РЫНКА В 2009 г.: около 50% — импортная продукция, около 40% — продукция отечественная.

## Цены

дверей, млн руб.



По данным «Эксперт».

## Импорт в Украину

дверей, дверей и прочих изделий, млн евро в год (млн руб. 1 евро = 160,94 руб.)

Страна	2008 г.	2009 г.	Изменения — май 2009 г.	Изменения — май 2010 г.
Бразилия	28,2	11,6	3,0	4,1
Россия	18,2	1,8	1,4	0,1
Словения	0,2	0,2	0,2	0,2
Бельгия	0,1	1,4	0,1	0,1
Венгрия	1,0	0,1	0,1	0,1
Италия	1,1	0,1	0,1	0,1
Дания	0,1	0,1	0,1	0,1
Бельгия	1,0	0,2	0,1	0,1

По данным «Эксперт».

свои взоры и прежние ценители дверных изысков. "Если в прошлом году значительно сократилась реализация в среднем и низком ценовых сегментах, то в этом году кризис докатится до высокого ценового сегмента", — констатирует Александр Карась. В свою очередь, Анастасия Криничка отмечает: "В отличие от первого полугодия 2009 г., за аналогичный период этого года увеличился сбыт дверей среднего ценового сегмента. Покупатели, которые до кризиса предпочитали продукцию высокого ценового сегмента, сейчас отдают предпочтение дверям среднего ценового сегмента". Впрочем, немногочисленные операторы-оптимисты надеются, что осенью ситуация нормализуется и объем рынка по итогам 2010 г. сохранится на уровне 2009 г. "Ведь наиболее успешными месяцами с точки зрения реализации всегда были апрель и май, а также сентябрь и октябрь", — уверяет Ярослав Сай, директор магазина "Двери плюс" (г. Львов; продажа дверей, окон и фурнитуры; с 2000 г.; около 12 чел.).

## Выжить любой ценой

"Все операторы сейчас сосредоточены на том, как выжить в условиях кризиса. О развитии никто не думает", — говорит Александр Карась. Над большинством продавцов и производителей дверей повелеют просроченные товарные кредиты, предоставленные поставщикам дверей, материалов и комплектующих. "Раньше поставщики, в частности иностранные, часто отпускали продукцию без предоплаты. Сейчас риск непозаплатки кредитов украинскими компаниями вырос, поэтому пересмотрены условия работы: при заказе продукции предоплата составляет 100%", — рассказывает Андрей Дорош, региональный менеджер по работе с дилерами компании "Александрийские двери" (г. Киев; импорт и продажа дверей; с 1996 г.). Вот и получается замкнутый для всех участников рынка круг: продавцы не могут и за старые двери расплатиться, и за закупку новых наскрести. Выходить из этого круга они пытаются путем повышения цен на продукцию. По оценкам операторов, за год двери подорожали на 10-15% (в гривнях). Игроки рынка не исключают, что к осени цены вырастут еще на 5-10%. "Операторы будут вынуждены повышать цены, чтобы компенсировать потери прошлых периодов", — поясняет г-жа Криничка. Правда, не все согласны с такими прогнозами. "Стоимость продукции не будет увеличиваться. Ведь если цены начнут расти, продажи снова могут снизиться", — говорит Андрей Дорош.

Вследствие дефицита денежных средств многие операторы закрывают специализированные магазины и собственные дверные отделы в строительных супермаркетах. Количество этих точек по

сравнению с 2008 г. уменьшилось, по разным оценкам, на 20-30%. "Как правило, закрываются непривычные магазины. Хотя это — крайняя мера, ведь, как ни крути, магазин — это дополнительные заказы продукции", — рассуждает Ростислав Белкин, директор компании "Тарный завод" (г. Донецк; производство и продажа дверей; с 1995 г.). Что касается уцелевших специализированных магазинов и отделов, то в первом полугодии этого года их торговые площади, по сравнению с первым полугодием 2009 г., уменьшились в среднем на 35-40%. "Причем продавцы дверей продолжают оптимизировать затраты и, по возможности, сокращают арендуемые торговые площади", — добавляет Анастасия Криничка. В то же время, по словам операторов, активизируются продажи дверей через интернет. "Значительная часть представителей малого и среднего бизнеса закрыли свои, так сказать, физические магазины и были вынуждены искать новые

производителей на субрынке межкомнатных дверей (которые занимают около 80% рынка дверей в денежном выражении) составляла около 50%, на субрынке входных дверей — 70%. Однако, по словам участников рынка, за последние полтора года многим украинским производителям межкомнатных дверей удалось повысить качество своей продукции и улучшить дизайн, и теперь отечественные межкомнатные двери не уступают зарубежным аналогам. К тому же местная продукция дешевле на 10-15%. "Импортировать межкомнатные двери низкого и среднего ценовых сегментов становится нецелесообразно. Продавцы дверей вполне устраивает качество, сроки выполнения заказа и стоимость отечественной продукции", — говорит Анастасия Криничка. Хотя в названных сегментах субрынка межкомнатных дверей по-прежнему сильные позиции белорусских производителей, операторы

## Структура продаж дверей (в денежном выражении), %



рынки сбыта, в частности, перешли в интернет. Из-за ухудшения платежеспособности потребителей доля реализации дверей через интернет-ресурсы в общей структуре рынка к концу 2010 г., по сравнению с 2008 г., может увеличиться в 2 раза. Ведь продукция в интернет-магазинах иногда может быть в 2 раза дешевле, чем в каком-нибудь ТЦ", — говорит Александр Карась. "Для интернет-продаж не требуется специализированных помещений большой площади, а значит, не приходится оплачивать дорогостоящую аренду или покупать недвижимость", — объясняет Ярослав Сай.

## Кому достанется

По данным операторов, в 2009 г. доля импортеров в общей структуре рынка составляла около 54% (в денежном выражении). При этом доля зарубежных

производителей, что по итогам 2010 г. рыночная доля местных изготовителей на этом субрынке увеличится до 60%. Интересно, что в 2009 г. операторы ожидали увеличения рыночной доли как раз белорусских и российских производителей, но украинские компании сумели тогда удержать позиции.

Несколько иная ситуация сложилась на субрынке входных дверей, где по-прежнему сильные позиции китайских производителей, продукция которых занимает более 60% субрынка. Судя по всему, шансы местных производителей входных дверей увеличить свою рыночную долю невысоки. "По качеству входные двери отечественного производства пока можно приравнять к не самой лучшей продукции из Китая", — сетует Анастасия Криничка.

Елена Середя