

10 июня 2009 года в конференц-зале ИА «УНИАН» состоялась пресс-конференция компании ЛИКОНД на тему «Украинский кондиционерный рынок на пике сезона: проблемы и перспективы развития». Выступившие на пресс-конференции Владимир Степура, директор компании «Ликонд» и Алексей Новожилов, руководитель отдела маркетинга и рекламы компании «Ликонд», ознакомили присутствовавших представителей СМИ со следующей информацией: Украинский кондиционерный рынок в кризисный период: текущая ситуация, общие тенденции развития, прогнозы; Новинки ведущих японских производителей бытового сегмента и тепловые насосы как часть отопительного рынка Украины. До 2008 г. рынок Украины демонстрировал стабильные темпы роста. Вплоть до 2009 года, Украина входила в десятку стран, которые обеспечивали более 85% общего рынка кондиционеров воздуха в Европе. Начиная с четвертого квартала 2008 г. (а в некоторых странах Европы даже с начала 2008 года) в Украине наметились тенденции к спаду объемов продаж, которые в полной мере отразились в 2009 г. 2009 год на украинском рынке кондиционеров воздуха пройдет под влиянием финансово-экономического кризиса, который затронул все отрасли экономики. Но если, по прогнозам, количественно мировой и Европейский рынок в 2009 году ожидает сокращение продаж на уровне 8% и 33% соответственно, то в Украине объёмы продаж кондиционеров воздуха могут упасть на 60% в бытовом сегменте и на 70% в промышленном сегменте. В сегодняшних условиях на украинском рынке кондиционеров воздуха наметились следующие тенденции: Доминирующим фактором при формировании отношений между операторами рынка будет финансово-экономический кризис. Отношения между операторами рынка станут более прагматичными. Ощутимым будет давление складских запасов 2008 года, нераспроданных из-за снижения уровня потребления и кризиса неплатежей в прошлом году. Закупка новых партий оборудования будет идти более консервативно. Некоторые компании большую часть года будут распродавать свои складские запасы, оставшиеся с прошлого года. Уход с рынка неконкурентоспособных в новых условиях работы операторов: снижение рыночной доли, закрытие офисов, подразделений, филиалов, прекращение бизнеса инсталляционными компаниями (активизация этих процессов ожидается с осени 2009 года). Существенное снижение рентабельности кондиционерного бизнеса. Сокращение продаж климатического оборудования ввиду снижения покупательной способности населения (инфляция, безработица, кредиты) и ухудшения финансово-экономической ситуации в стране. Если ситуация с украинской гривной выйдет из-под контроля НБУ и ее курс будет «падать», курсовые риски будут активно включаться в стоимость климатического оборудования. Расширение спектра сервисных услуг и повышения уровня сервисного обслуживания со стороны сервисных компаний, в связи с наличием достаточного количества квалифицированного персонала на рынке и на фоне ужесточения конкурентной борьбы за потребителя. Накопление значительного объема «отложенных» проектов. Которые в будущем, после окончания кризиса, позволят кондиционерному рынку достаточно быстро и стабильно набирать обороты. Увеличение рыночной доли японских марок кондиционеров, в основном за счет снижения доли марок «среднего» ценового сегмента и «низкого» ценового сегмента (в первую очередь неизвестных китайских марок). В любом случае рынок ожидает обновление. Спад, начавшийся в конце 2008 года, вероятнее всего закончится к весне 2010. После этого кондиционерный рынок постепенно начнет расти, но уже на новом витке своего развития. В нынешних условиях факторами минимизации влияния кризисных явлений на

бизнес кондиционерных компаний (поставщиков и инсталляторов) могут стать:

Снижение затрат: на аренду офисных помещений (за счет сокращения арендуемой площади или переноса офиса); сокращение площади складских помещений; оптимизация затрат на рекламу и PR, за счет сокращения тех направлений, которые не связаны с маркетинговым результатом; сокращение и минимизация складских запасов основного оборудования, комплектующих и запчастей. Сокращение избыточных мощностей и рабочих мест путем оптимизации (вплоть до сокращения) штата сотрудников; «замораживание» или снижение зарплат работающим сотрудникам и снижение уровня зарплат при приеме на работу новых сотрудников. Пересмотр и изменение условий кредитования/ оплаты: сокращение товарных кредитных линий для покупателей; ужесточение требований по условиям и срокам оплаты от заказчика за поставляемое оборудование по всей цепочке продаж «дистрибьютор – дилер – конечный заказчик»; ужесточение требований по условиям и срокам оплаты от заказчика за выполняемые работы. Поиск дополнительных статей/источников дохода будет реализовываться через развитие новых направлений бизнеса, его диверсификацию, а также через расширение и улучшение сервисного обслуживания. По оценкам специалистов компании «Ликонд», в новых экономических условиях происходит переориентация кондиционерного бизнеса в Украине на такие сегменты рынка, как коттеджное строительство, объектов инфраструктуры, связанных с подготовкой и проведением Евро-2012. Отсутствие крупных заказов (в связи с тем, что большинство объектов заморожено, особенно в сфере элитного высотного строительства) на первый план выводит частную застройку. Эксперты «Ликонд» прогнозируют, что активность среди инвесторов на рынке недвижимости возобновится не раньше конца 2009 года. Преимущественно будут развиваться проекты бизнес-центров с небольшой площадью – до 20 тыс. кв. м. - и только при наличии собственного финансирования или, реже, внешнего финансирования. Полное восстановление прежних объемов строительства произойдет не ранее 2011 г. Подготовка к Евро-2012 тоже открывает новые перспективы, в частности, это строительство и реконструкция новых аэропортов и терминалов, строительство новых спортивных сооружений (стадионов и тренировочных баз), а также гостиниц. При этом уже в ближайшем будущем прогнозируется выход на рынок Украины нескольких международных операторов гостиничного бизнеса. В 2009 году, усилия ведущих мировых производителей кондиционеров воздуха направлены, в бытовом сегменте, на развитие следующих технологий: дальнейшее повышение энергоэффективности климатической техники, снижение уровня электропотребления; дальнейшее совершенствование существующих и внедрение новых систем очистки воздуха, позволяющих увеличить длительного срока их эксплуатации, дальнейшее внедрение новых и усовершенствование существующих функций, позволяющих максимально повысить уровень комфорта в кондиционируемом помещении; повышение технических характеристик оборудования, простота техники в эксплуатации и обслуживании. В новых финансово-экономических условиях корпорация DAIKIN (Япония), официальным торговым партнером которой в Украине является компания «Ликонд», продолжает оставаться лидером на мировом рынке климатического оборудования, благодаря усовершенствованию существующего модельного ряда продукции DAIKIN в направлении повышения энергоэффективности и упрощения монтажа, а также вывода на рынок новых инновационных продуктов. Компании удалось компенсировать падение продаж в сегменте оборудования для кондиционирования и

вентиляции, за счет усиления отопительного направления и направления технологического охлаждения. В 2009 г. особое внимание будет уделяться не только кондиционерному оборудованию, но и отопительным системам на базе энергосберегающих тепловых насосов класса «воздух-вода» (система Altherma). по информации [www. airweek. ru](http://www.airweek.ru)