

Window
Technologies

www.wt.com.ua

Оконные технологии

№ 77 (3) 2019

ТЕХНИКО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ

ACCADO Открой свое пространство

В номере: Круглый стол: Откуда берется
разница в цене «одинаковых» ПВХ окон?
Мифы и реальность оконного рынка Украины
WINDO LVIV 2019. Итоги. Цифры. Факты

ACCADO®
Оконная и дверная фурнитура



murat[®]



ОФІЦІЙНЕ ПРЕДСТАВНИЦТВО МУРАТ МАКІНА В УКРАЇНІ

- ПРОДАЖ НОВОГО ОБЛАДНАННЯ
- СЕРВІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ
- ТЕХНІЧНА ПІДТРИМКА

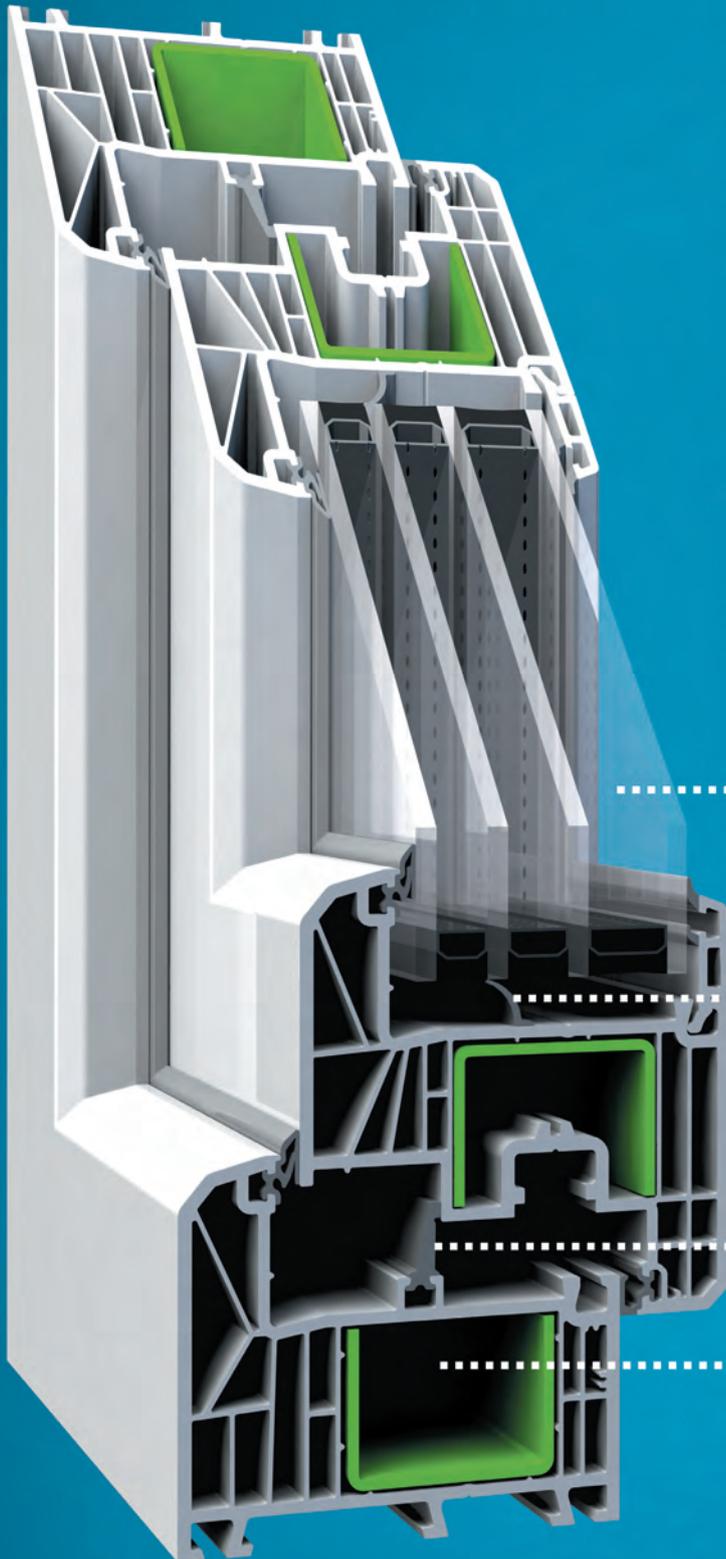
ТОВ «Мурат Машінері» Україна, м. Київ, вул. Липська, 9а, оф.16
Тел. +38 044 253 91 78 Тел. моб. +38 050 923 02 14
email: murat.ukraine@gmail.com www.murat.com.tr



Фурнитура для алюминиевых систем VORNE - это превосходные эксплуатационные показатели и прекрасное решение для тех, кто ценит комфорт, надежность и оригинальность.



ПРОФІЛЬНА СИСТЕМА VIKNALAND 85PRO

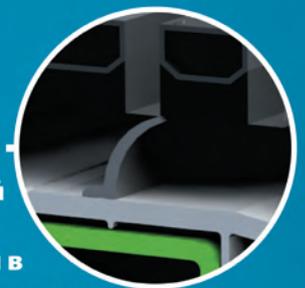


Монтажна ширина 85мм
7 камер в рамі/ стулці

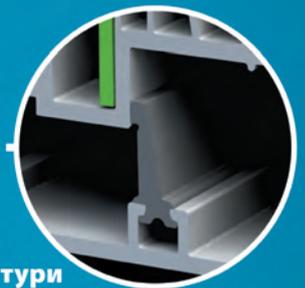


Базовий розмір
склопакета - 48мм

Додатковий
клапан
ущільнення в
стулці під склопакет



Три
контури
ущільнювачів



Теплопровідність
IFT Rosenheim
1.2 Вт/(м²·К)*



ПЕРШІ В УКРАЇНІ
УКРАЇНСЬКІ ВІКНА

WWW.VIKNALAND.UA

Інформаційна служба: 0 800 503 308

Viknar'off —
з турботою про
ваш затишок



GEALAN S9000

Німецька енергозберігаюча
профільна система

6

КАМЕР

82,5^{ММ}

ГЛИБИНА

48^{ММ}

СКЛОПАКЕТ



Енерго-
ефективність



до 15 років
гарантія



до 42 дБ
шумоізоляція



RC1 та RC2
рівень безпеки



Облицовывание профиля

КЛЕЙБЕРИТ 704 серия

сертифицирована согласно стандарта RAL-GZ 716

... для наружного применения

Клейберит ПУР клеи-расплавы 704.X для ПВХ и алюминиевых профилей

- сертифицированы для облицовывания ПВХ и акриловой FAST-плёнкой
- очень высокая начальная прочность
- низкая температура нанесения
- очень быстрое схватывание

... для внутреннего применения

Клеевые системы для различных профилей и декоративных материалов

- нанесение вальцами, щелевым соплом
- высокая скорость подачи до 50 м/мин для увеличения производительности
- ЭВА-, ПО- ПУР клеи-расплавы, а также жидкие растворные системы.

KLEIBERIT – от идеи до воплощения!

PROFESSIONAL
**SOMA
FIX**[®]



№1

В УКРАИНЕ!

Профессиональное
качество

ПО ДОСТУПНОЙ ЦЕНЕ!



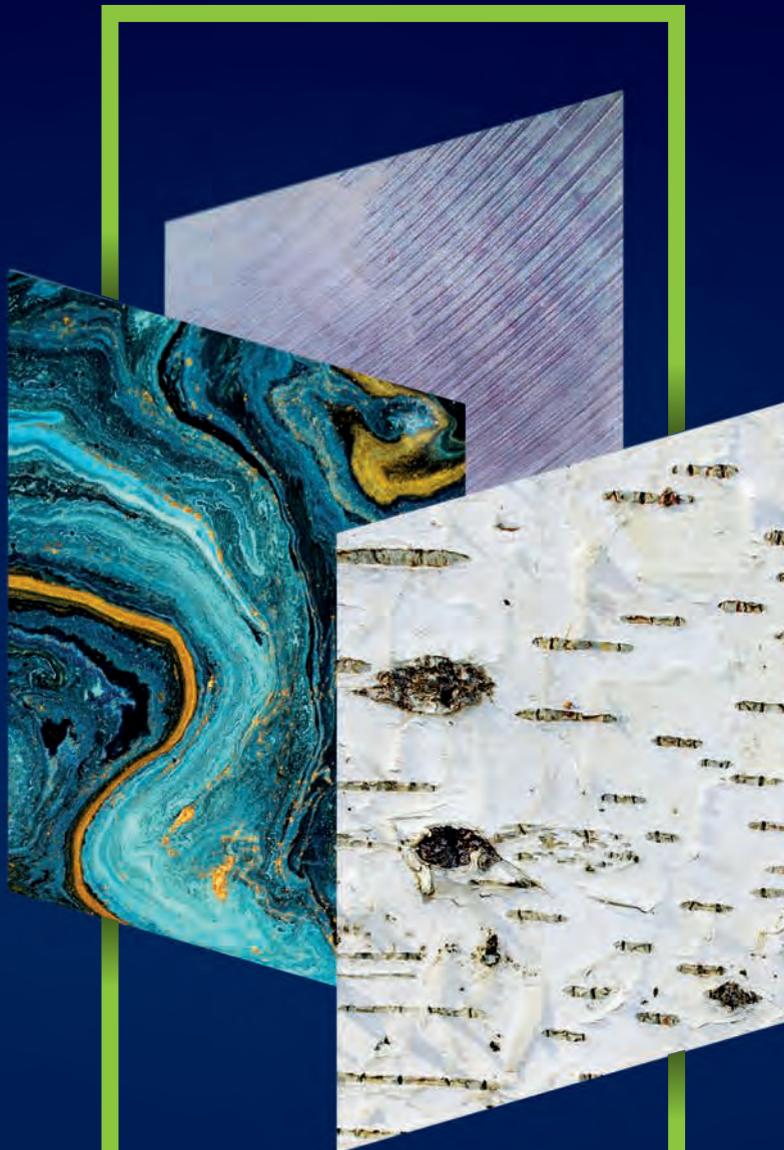
WWW.SOMAFIX.COM.UA
* по данным опроса потребителей



ETEM FAÇADE
CONFERENCE

16 NOVEMBER 2019

SEC, Sofia



RISING BEYOND

www.facadeconference.com

organizer: **ETEM**

partners: **ELVAL COLOUR**
Power to imagine

ŞİŞECAM
FLAT GLASS

SHERWIN-WILLIAMS

URSA

Nemetschek
BULGARIA

supported by:



media partners: **Трагъм**
МЕДИА ГРУП

CityBuild.bg
портал за архитектура и строителство

WWW.IKAMI.COM
СТРОИТЕЛСТВО, АРХИТЕКТУРА, ИДЕИ

DETAIL



Барви ШВИДКОСТІ

представляє:

WPR / ТАКА: В єдності сила

Наша сила в об'єднанні двох світів: ми єдині партнери, що здатні виробляти машини та клейові системи для окутування профілів, поєднуючи їх ідеально.



Італійська висока якість в системах окутування профілів та панелей.

Завжди на крок попереду.

WPR TAKA - лідер в розробці та створенні інноваційних інтелектуальних систем. Завдяки повній автоматизації досягається підвищення продуктивності, швидкості та ефективності.

Формула успіху, що народжується зі збалансованого поєднання досліджень, екології та індивідуального підходу.

Якість клеєвих систем - це ключ для досягнення найкращих результатів склеєння матеріалів на довгі роки.



Mr. Build

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ ХИМИЯ

Volume 70 liters




ANCHOR ALLIED
FACTORY LTD.

ANCHOR ALLIED FACTORY LTD.
P.O. BOX : 21152, SHARJAH
United Arab Emirates
tel.: +971-6-5342091
info@anchorallied.com
www.anchorallied.com



ПРОФЕСІЙНА БУДІВЕЛЬНА ХІМІЯ

Клеї • Герметики • Гідроізоляційні покриття • Аерозолі
Декоративні фарби • Клейкі стрічки • Холодоагенти


ЕВРОХІМБУД

ТОВ «ЕВРОХІМБУД»
м. Київ, вул. Лютнева, буд. 5.
Тел: +38 097-755-37-95



ANCHOR ALLIED
FACTORY LTD.

ANCHOR ALLIED FACTORY LTD.
P.O.BOX : 21152, SHARJAH
United Arab Emirates
tel.: +971-6-5342091
info@anchorallied.com
www.anchorallied.com

20
YEARS
SWISSPACER



Тримай холод на відстані.

Тепла рамка від лідера інноваційних технологій відповідає стандартам енергоефективності, комфорту та стабільності в розмірах. Таким чином Ваші вікна дійсно будуть енергоощадними. Більше інформації про нашу продукцію та наш калькулятор розрахунків ви можете знайти на сайті swisspacer.com



Від 8 до 36 мм

SWISSPACER

The edge of tomorrow.

Новинка

ОПТИМАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ
БОЛЬШИХ КРЕАТИВНЫХ И ЯРКИХ
ПРОЕКТОВ С ПАНОРАМНЫМИ ОКНАМИ



Kale AKSU

Фурнитура для подъемно-раздвижных систем весом до 150 кг

- Легкий и удобный дизайн для узких профильных систем
- Идеальное решение для широких обзорных окон с выходом на террасу
- Оптимальная грузоподъемность до 150 кг
- Функция воздухообмена в случае блокировки
- Отличная звукоизоляция и теплоизоляция
- Фурнитура работает с ПВХ и деревянными профильными системами



COMET X4
4-осевой обрабатывающий центр

- Оборудование новое и б/у для производства ПВХ окон и алюминиевых конструкций
- Расходные материалы для оборудования, инструмент, запасные части, тефлоновые пленки Hightechflon
- Оборудование для упаковки оконных конструкций



ООО «ТСВ Сервис»

Тел: +38 (095) 401-71-76, +38 (067) 401-71-76

mail@tsv-service.com.ua, www.tsv-service.com.ua

СОДЕРЖАНИЕ

НОВОСТИ

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ

20ADO GROUP – уровень и возможности, которые впечатляют

ОБЗОР ПРОФИЛЬНЫХ СИСТЕМ

27VEKA SPECTRAL – инновации профильной поверхности

АЛЮМИНИЕВЫЕ СИСТЕМЫ

30Алюмінієві віконні системи – перспектива майбутнього

32Reynaers Ventilation Vent

ВЫСТАВКА

36WINDO LVIV 2019. Итоги. Цифры. Факты

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

42Ідеально тепле вікно

АРХИТЕКТУРНЫЕ РЕШЕНИЯ

44Voroka – простое решение сложных архитектурных задач

КОНФЕРЕНЦИЯ

46П'ята міжнародна конференція ETEM з фасадного інжинірингу

ОБОРУДОВАНИЕ

50MURAT MAKINA – делаем оконный бизнес проще

КРУГЛЫЙ СТОЛ

52Откуда берется разница в цене «одинаковых» ПВХ окон?

ЛАМИНАЦИЯ

68«Барви Швидкості» на WINDO LVIV 2019

69Не все клея для окутки одинаковы!

S ОВРЕМЕННЫЕ
t ЕХНОЛОГИЧНЫЕ
e НЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ
k АЧЕСТВЕННЫЕ
O КНА



Вікна steko
ІДЕАЛЬНО & ТЕПЛО



Учредитель и издатель ООО «ТА.К.К.»
 Главный редактор Сергей Кожевников
 Выпускающий редактор Елена Кожевникова
 Партнеры Конфедерация строителей Украины
 УкрНИИ Стекла
 Институт окна «Rosenheim» (Германия)
 Ассоциация участников рынка окон
 и фасадов (АУРОФ)
 Межрегиональный институт окна (Россия)
 Консультанты Виктор Дробязко
 кандидат технических наук
 Ярмоленко Николай Григорьевич
 кандидат технических наук,
 профессор, Лауреат Государственной
 премии
 Редакционный совет Наталья Фиалко,
 член-корреспондент НАН Украины,
 доктор технических наук,
 заслуженный деятель науки Украины
 Игорь Андросов,
 кандидат технических наук
 Александр Левинский,
 доктор технических наук, профессор
 Владимир Пермяков,
 доктор технических наук, профессор
 Юлий Климов,
 доктор технических наук
 Юрий Немчинов,
 доктор технических наук, профессор
 Марк Гринберг,
 кандидат технических наук
 Виктор Козенко, эксперт
 Михаил Орленко, эксперт

Верстка и дизайн Александр Леуськов
 Литературный редактор Елена Довгопят
 Журналист Ольга Шишова
 Реклама Вадим Козловский
 Распространение Вячеслав Ляхов

Подписные агентства
 ГП «Пресса» (044) 249-50-45, 248-04-06 индекс 23731
 «KSS» (044) 270-62-20 индекс 20611
 «САММИТ» (044) 254-50-50 индекс 14406
 «ПРЕССЦЕНТР» (044) 536-11-75 индекс 03607
 «БЛИЦ-ИНФОРМ» (044) 205-51-10 индекс 20611
 «ВПА» (044) 502-02-22 индекс 23731

Периодичность: 1 раз в 3 месяца
 Тираж 5 000 экземпляров
 Почтовый адрес: ул. Новозабарская 2/6, корп.2,
 г. Киев, Украина, 04074
 тел.: +38 (050) 413-10-60
 e-mail: info@wt.com.ua, http://www.wt.com.ua
 Издание зарегистрировано в Государственном комитете информационной
 политики Украины, свидетельство № КВ 3824
 При перепечатке материалов ссылка на «Оконные технологии» обязательна
 Ответственность за достоверность рекламных материалов несет рекламодатель

ПОДДЕРЖКА ЖУРНАЛА



ТЕХНОЛОГИИ МОНТАЖА

70DEN BRAVEN – нет предела совершенству

СТЕКЛО И ТЕХНОЛОГИИ

72Стандарт пассивного дома благодаря
 дистанционным рамкам SWISSPACER

74Польза, прочность, красота!

76Автоматизированная установка Super Spacer®
 в AGC Interpane

АНАЛИТИКА

80Мифы и реальность оконного рынка Украины

ФУРНИТУРА

84AXOR: окна со взломоустойчивой фурнитурой
 способны защитить ваш дом

86G-U представляет новую фурнитуру для
 алюминиевых окон ALU JET 606 и ALU JET CC 606

88Инновационные окна. Фурнитура VORNE для
 алюминиевых систем

90Внимание к каждой детали

МОНТАЖ

92SOMA FIX - №1 в Украине

94Penosil. Признанный эксперт в области монтажа

АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

96К вопросу о толщине стенок профиля.
 Что важнее: толщина или интеллигентность
 решения?

ОБЗОР РЫНКА

99Огляд ринку СПК в Україні за I півріччя 2019
 від AXOR INDUSTRY

НА ОБЛОЖКЕ: **ООО «Маядо»**
 Киевская обл., Броварской р-н,
 пгт Большая Дымерка,
 ул. Совхозная, 38
 Тел. (045) 944-70-91(92)
 Факс (045) 944-70-93
 www.wintech.ua

50 ЛЕТ

SOUDAL

www.soudal.ua
www.teplyimontazh.com.ua

АО «СОЛДИ и Ко»
г. Киев, ул. Сырецкая, 28/2
тел.: (044) 591-53-02, 591-53-05
тел./факс: (044) 463-82-30

ДФ «Солди-Днепр»
г. Днепропетровск, ул. Свердлова, 77
магазин: ул. Рабочая, 8
тел.: (0562) 34-97-79, 34-98-89, 371-02-68
магазин: ул. К. Либкнехта, 20/14
тел.: (056) 372-70-22, 371-70-02

ЗФ «Солди-Запорожье»
г. Запорожье, бул. Центральный, 23
тел./факс: (061) 220-99-64, 220-42-64

ХФ «Солди-Херсон»
г. Херсон, пл. Свободы, 8
тел.: (0552) 42-02-83, 42-15-43, 32-08-63

ООО «Солди-Донецк»
г. Донецк, ул. Куйбышева, 172
тел.: (062) 385-21-55, 387-61-00

СФ «Солди-Крым»
г. Симферополь, ул. Батурина, 44/50
тел./факс: (0652) 54-90-49, 54-90-50

ХФ «Солди-Харьков»
г. Харьков, ул. Котлова, 19
тел.: (057) 777-00-66, 777-06-00

ОФ «Солди-Юг»
г. Одесса, ул. Комитетская, 24-Б
тел.: (048) 734-15-44, 734-15-45, 728-65-46

ЛФ «Солди-Львов»
г. Львов, ул. Смоль-Стоцкого, 15
тел./факс: (032) 298-85-07

ЖФ «Солди-Житомир»
г. Житомир, ул. Щорса, 63
тел.: (067) 240-34-80
тел./факс: (0412) 42-13-16

ООО «Метиз-Универсал»
г. Кривой Рог, ул. Кремельская, 9
тел.: (056) 462-09-24, 462-09-25
г. Николаев, ул. Электрометаллургов, 48
тел.: (05662) 3-01-11

ООО «Палитра»
г. Полтава, ул. Пушкина, 46
тел.: (0532) 50-94-34, 66-47-97

ООО «Олеся»
г. Новая Каховка, ул. Заводская, 16
тел.: (05549) 707-44

ООО «Евродекор»
г. Николаев, ул. Наваринская, 26
тел.: (0512) 47-47-89, 47-84-55

ООО «ЗИТЕМ»
г. Ивано-Франковск
ул. Железнодорожная, 35
тел.: (0342) 53-74-40, 55-18-99

ТОВ «Мегаметиз»
г. Луцк, ул. Ершова, 11
тел.: (0332) 28-65-64, 28-75-74

20 ЛЕТ
В УКРАИНЕ!

Новая ЗИМНЯЯ формула



Новая зимняя формула
с максимальным выходом до 65 л

Для монтажных работ до **-25°C**



ФУРНІТУРА ДЛЯ ВІКОН ТА ДВЕРЕЙ

ТОВ "Гретч-Юнітас Україна"
 вул. Київська, буд.6-В. 08132, м. Вишневе
 Телефон +38 044 536-93-30
 Факс +38 044 536-93-34

www.g-u.ua

Превосходство с системой





Den Braven



СЕРИЯ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОГНЕСТОЙКОЙ ГЕРМЕТИЗАЦИИ



FireProtect



УВАЖАЕМЫЕ ПАРТНЕРЫ, ЧИТАТЕЛИ, ДРУЗЬЯ!

Мы рады, что вы держите в руках этот номер и благодарны за доверие.

Основная философия нашего журнала – это показывать и рассказывать обо всем, что происходит на оконном рынке, создавать инициативы и мероприятия, которые помогают оконным компаниям делать и продавать качественный продукт как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Мы рассказываем о новых технологиях и возможностях, которые появляются на оконном рынке Украины. И главное – в нашем журнале вы видите и читаете материалы тех компаний, которые занимают максимально активную позицию на рынке, которым стоит доверять и вести с ними бизнес.

Главной темой этого номера стал извечный вопрос: чем отличаются «одинаковые» пластиковые окна, и зачем нам переплачивать. Неумение продавать качественные и дорогие окна – рок, который преследует украинский оконный рынок уже достаточно давно, наверное, с самого начала его основания.

Мы часто жалуемся на производителей, которые делают некачественные окна, но при этом забываем о тех, кто стимулирует их в этом. Это целая армия продавцов-консультантов, большая часть из которых продаёт окна по принципу: «Лучше синица в руках, чем журавель в небе», - или другими словами, лучше продать подешевле хоть что-то, чем предложить дороже и не продать ничего.

Мы решили собрать фокус-группу из представителей основных направлений оконного рынка:

- поставщики ПВХ-профиля и фурнитуры;
- производители оконных конструкций;
- дилеры и инсталляторы;
- эксперты, представители Ассоциаций, специализированные СМИ;

и обсудить за заочным круглым столом тему: «Откуда берется разница в цене «одинаковых» ПВХ окон»? Этот материал направлен на повышение уровня знаний продавцов-консультантов с целью поднять свой средний чек, грамотно и четко аргументируя разницу между внешне похожими для потребителя продуктами.

Конечно же мы очень хотели рассказать вам о выставке WINDO LVIV 2019, которая прошла в сентябре во Львове. Это был классный ивент и отличная оконная тусовка. Нам, наконец, удалось сделать площадку, где все смогли встретиться, пообщаться, увидеть интересные продукты, решения, возможности. А сколько интересных окон, дверей, стеклопакетов, комплектующих и оборудования было представлено на стендах, словами не передать. Скажу честно, на последней выставке Budma крайне мало кто мог похвастать такими крутыми инновациями: высокими дверями, идеальными сварными углами или системами электронного доступа, а у нас уже делают, и достаточно давно. А деловая программа и все мастер-классы, таких как у нас точно не было. В общем, второй WINDO LVIV состоялся, и мы вам расскажем, что там было, и с чем мы переходим в 2020 год для создания WINDO KYIV. Читайте цифры, факты и все самое интересное.

Следующая острая для рынка тема – размер монтажной ширины профильных систем и количество камер. В статье даются сравнительные характеристики профильных систем с одинаковой монтажной глубиной 60 мм, но с разным количеством камер. Анализ СПК, которые изготовлены из таких профилей, показывает, что при максимально возможном по ширине двухкамерном стеклопакете 32 мм даже с двумя энергосберегающими стёклами и заполнением межстекольного пространства аргоном, при методике расчета сопротивления теплопередаче конструкции, не удаётся добиться требуемого по ГСН (ДБН) коэффициента $0,75 \text{ м}^2\text{K/Вт}$. Следовательно, пятикамерные профильные системы с монтажной глубиной 60 мм, которые вывели на рынок производители в 2019 году, не более как маркетинговый ход. И этим пользуются продавцы окон, убеждая потенциальных заказчиков, что для достижения необходимого энергосбережения при замене окон вполне достаточно изделия из пятикамерного профиля с монтажной глубиной 60 мм и стеклопакетом 32 мм и не стоит переплачивать за окна с такой же камерностью, но только с монтажной глубиной 70 мм и двухкамерным стеклопакетом 40-44 мм, так как они по своим теплотехническим характеристикам особо не отличаются.

Еще одна важная тема, которая опять же касается профильных систем – это толщина передней стенки профиля. Более 12-ти лет прошло с тех пор, как мы опубликовали первый материал, который касался толщины стенки ПВХ профиля, проблематики этой темы, и насколько этот параметр влияет на конечный продукт. Времени прошло немало, и мы снова вернулись к этому вопросу, и подошли к нему с более технической стороны. Вашему вниманию техническая статья «К вопросу о толщине стенки профиля. Что важнее толщина или интеллигентность решения?»

Ну и конечно, немного аналитики за последних полгода. Да, рынок немного просел, и об этом говорят все. Но есть свои нюансы, о которых необходимо знать. Обзор оконного рынка за первое полугодие от наших постоянных партнеров.

И напоследок. В связи с организацией выставки WINDO LVIV мы немного задержали выход этого номера, но вложили в него много интересного и уникального. Этой информации нет в сети, и вы ее нигде не найдете, разве что после выхода этого номера у нас на сайте.

Обещаем, что через несколько месяцев мы выпустим следующий WT с суперкрутыми темами, о которых вы даже не подозреваете.

Читайте нас! Не пропустите!

*С уважением, главный редактор
Сергей Кожевников*



®

OO
D
N
U
U
N

NEWS

Участь команди AXOR у марафоні з бігу



Спорт. Драйв. Яскраві емоції і перші особисті перемоги! 22 вересня команда AXOR взяла участь у масштабній спортивній події – міжнародному марафоні Dnipro ATB Marathon. У цей день свою дистанцію подолали

понад 4000 спортсменів і любителів із різних міст України. Також в марафоні брали участь бігуни з Великобританії, США, Молдови, Польщі, Франції, Ізраїлю та інших країн.

Майже всі учасники команди AXOR вперше бігли марафон – 5 км. І показали досить високі результати серед понад 800 учасників на цій дистанції.

Пейсмежер команди, керівник відділу персоналу компанії Марина Васютіна, прийшла 25-ою в забігу серед жінок! Разом з іншими віконними компаніями, такими як WDS і Niks-M, під час марафону ми показали потужну силу згуртованих команд віконної галузі, заряджених волею до перемоги.

Для кожного з команди AXOR участь в марафоні – була особистою перемогою!

Участь AXOR в спортивних змаганнях показує, що ми – справжня команда, здатна підкорити будь-які вершини! Адже спорт допомагає розвинути важливі якості в людині, такі як: витривалість, прийняття чітких рішень, орієнтованість на результат, усвідомлення своїх сильних сторін, які важливі як для спортивних досягнень, так і для роботи, і життя. А головне в спортивних змаганнях команд – це спільний настрій і відчуття згуртованості.

Вже зараз ми займаємося підготовкою до участі в новому марафоні наступного року. Вперед, до нових досягнень!

Розроблення першої редакції проекту національних стандартів



Державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» (ДП «УкрНДНЦ») повідомив про розроблення першої редакції проекту національних стандартів, а саме:

- ДСТУ EN 14351-1:201_(EN 14351-1:2006+A2:2016), IDT) «Вікна та двері. Вимоги. Частина 1. Вікна та входні двері».
- ДСТУ EN 12211:201_(EN 12211:2016, IDT) «Вікна та двері. Спійкість до вітрового навантаження. Метод випробування».
- ДСТУ EN 12207:201_(EN 12207:2016, IDT) «Вікна та двері. Повітропроникність. Класифікація».
- Впровадженням, перекладом і науково-технічним редагуванням цих стандартів займається технічний комітет 300 «Двері та вікна».
- ДСТУ «Легкоскидні огорожувальні віконні конструкції, легкоскидні зенітні ліхтарі та вибухорозрядні стінові па-

нелі для вибухонебезпечних виробництв. Технічні вимоги».

Впровадженням, перекладом і науково-технічним редагуванням цього стандарту займається технічний комітет 187 «Вибухозахищене обладнання».

Впровадження трьох європейських стандартів ще більше зближить віконну та дверну галузь України та Європейського союзу.

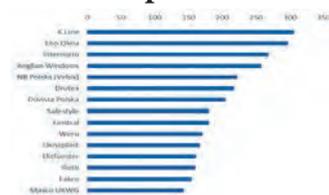
В найближчих номерах журналу «Віконні технології» ми обов'язково влаштуємо круглий стіл з експертами, щоб детально розібрати ці стандарти та проаналізувати їх вплив на галузь.

Зима – не час нудьгувати!



Сучасне життя вимагає постійного руху та розвитку, і це стосується абсолютно всіх галузей виробництва. Всі ми знаємо, що взимку достатньо складно вести будь-які ремонтні та будівельні роботи через постійну залежність від погодних умов. Деякі роботи взагалі доводиться відкладати повністю до весни. Але технології не стоять на місці, та вже зараз існує багато матеріалів, які не бояться низьких температур. Це дозволяє виконувати більшість робіт, не затримуючи строки. Пропонуємо вашій увазі морозостійкі продукти бренду PENOSIL, розроблені спеціально для холодної пори року: клеї, професійні та трубочні піни, спеціальні герметики, клей-піни та засоби для чищення. У нас в асортименті є продукти, які можна використовувати навіть при -20°C. Тепер немає необхідності гаяти час в очікуванні тепла!

Рейтинг самых крупных производителей окон в Европе 2019 г.



Рейтинг самых крупных производителей окон в Европе всегда вызывал интерес у отрасли. Исследовательское агентство САВ из Польши создало такой рейтинг. Об этом говорится в отчете «Рынок окон и две-

рей в Европе, выпуск 2019», который доступен для покупки. В топ-10 вошли 4 восточные компании, которые заняли места сразу после лидера европейского рынка – французской оконной компании K-Line. Исследователи САВ указали в отчете «Рынок окон и дверей в Европе, выпуск 2019 г.», что уровень продаж Восточной Европы вырос на 9,3% по сравнению с 2018 годом. Регион Западной Европы вырос на 2,1%. Северная и Южная Европа имели отрицательную динамику роста. В ТОП-50 входят 11 компаний из Франции, шесть из Великобритании, шесть из Германии и восемь польских компаний. Также есть три шведских, три бельгийских и две компании из Дании, Австрии и Италии.

Компактная установка водоподготовки на раме для промывки стекла – готова к эксплуатации

Система циркуляции для повторного использования воды. Фильтрация через двухслойную фильтрующую загрузку (комбинация гравия и активированного угля). Автоматическая обратная промывка воздухом и водой.



*Подпиточная вода
Обессоливание воды путем
умягчения и обратного осмоса.*

Мы промываем стекло начисто!

Водоподготовка с 1936 года. Ассортимент нашей продукции позволяет эффективно очищать подпиточную и циркуляционную воду при различном качестве воды. EUROWATER имеет ноу-хау, опыт и технологии для реализации оптимальной станции водоподготовки индивидуально для Вашего производства.

EUROWATER Украина
Набережная ул., 7/1, 07300, г.Вышгород,
Киевская обл., тел.: (044) 355-03-80
www.eurowater.ua

EUROWATER
ВОДОПОДГОТОВКА



ADO GROUP – УРОВЕНЬ И ВОЗМОЖНОСТИ, КОТОРЫЕ ВПЕЧАТЛЯЮТ

С 17 по 20 октября 2019 состоялась рабочий визит партнеров компании «Маядо», которая входит в холдинг группы компаний ADO, на производственные мощности в Анталию. Около 80-ти оконных специалистов имели возможность ознакомиться с производственными мощностями холдинга ADO, познакомиться с новыми заводами по производству алюминиевых профильных систем ADO Aluminium, и совершенно новым и уникальным заводом (таких производств в Европе всего три) по производству ламинационной пленки ADO Film. Вместе с этим партнеры компании «Маядо» имели приятный трехдневный отдых и общение в 5-ти звездочном отеле класса люкс Selectum Luxury Resort. О подробностях визита и отзывы самих партнеров читайте уже в этой статье. Теперь обо все по порядку.



Хюсейн Юнлю
Генеральный директор компании «Маядо»

Компания «Маядо», уже традиционно, собирает своих ключевых партнеров для того, чтобы они познакомились ближе с производственными возможностями и ассортиментом крупнейшего в Турции производственного холдинга ADO Group.

Генеральный директор «Маядо» Хюсейн Юнлю делится с нами целью данной поездки: «Для «Маядо» клиент всегда стоит на первом месте, и наша прямая обязанность рассказать и показать нашим партнерам насколько мощный тыл мы имеем в нашем бизнесе. При этом мы не перестаем работать над расширением нашего продуктового портфеля. Плотная работа с нашими партнерами определяет ассортимент и те направления, и группы товаров, которые мы производим, импортируем или собираемся импортировать на наш строительный



Альпслан Ешилçürt
Коммерческий директор компании «Маядо»

и, в частности, оконный рынок. Эта поездка имела несколько целей. Прежде всего это общение и приятный отдых для наших друзей, который мы постарались совместить с посещением наших производственных мощностей по четырем направлениям: ПВХ, фурнитура, алюминий и производство ламинационных пленок. Мы стараемся давать нашим партнерам самое лучшее: это один из самых новых и лучших отелей для проживания и отдыха, и несомненно самые лучшие профильные системы и фурнитуру, процесс производства которых мы показали нашим гостям», – рассказал г-н Юнлю.

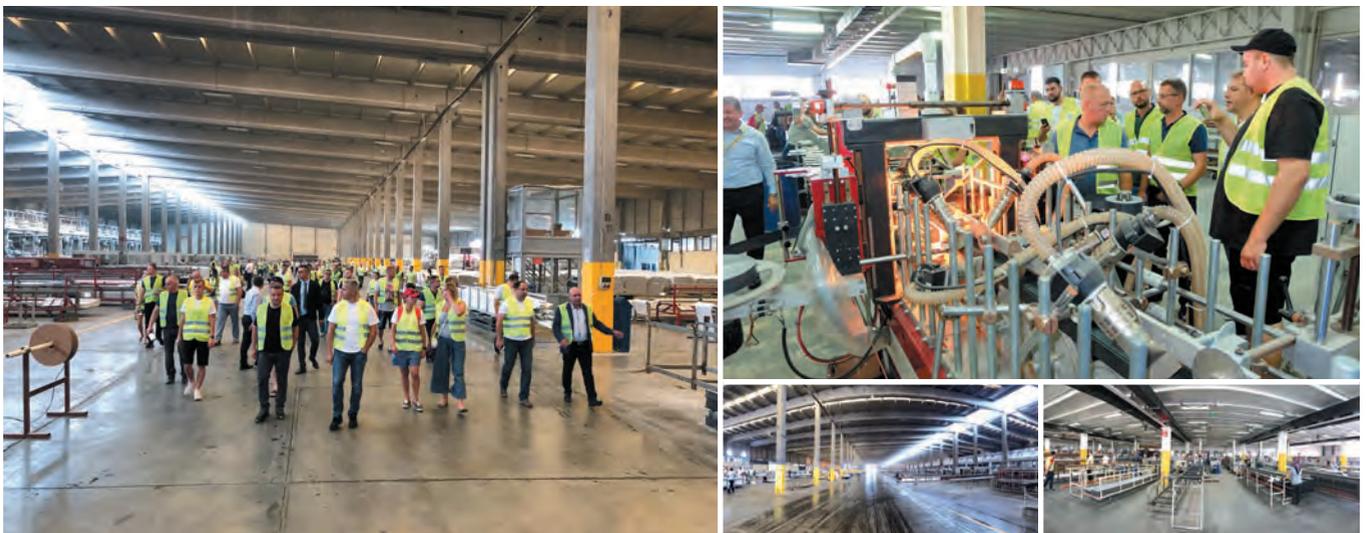
«В этом году компании «Маядо» 10 лет!», – рассказывает коммерческий директор «Маядо» Альпаслан Ешильюрт. – Десять лет назад мы запустили наш завод, с производственной мощностью в 5 экструдеров, небольшой командой. Сегодня «Маядо» – это переработка почти 20000 тон ПВХ. На 2020 год в нашем арсенале будет парк из 20 экструдеров. Свои собственные производственные мощности полного цикла, огромный ассортимент производимой продукции начиная от ПВХ профиля и заканчивая напольными покрытиями и серьезная материнская компания за спиной, которая является одной из крупнейших производителей в Турции. Думаю, все эти факторы влияют на принятие решения компаниями с кем нужно работать на оконном рынке Украины. Мы мощный игрок, но хотим быть еще мощнее. Для этого была организована эта поездка, чтобы показать людям, что мы серьезно настроены на активное продвижение и работу на строительных рынках не только в Украине, но и в странах



Европейского союза и СНГ. Также важным фактором для нас было показать завод по производству ПВХ пленки для ламинации. В Анталии мы не только показали наш завод, но и отметили, что это уникальное производство, которых в Европе всего лишь 3, и одно из них наше. Особенность заключается в том, что мы имеем специальную технологию High Gloss для нанесения финальной глянцевой поверхности/слоя на виниловую поверхность

(пленку), которое сейчас в тренде и активно используется во всех дизайнерских решениях.

Конечно, хотели также показать более детально алюминиевое производство самых разных систем. С нами приехали наши партнеры, которые уже более детально рассматривают возможность реализации этих систем на украинском оконном рынке, поэтому им необходимо было





Александр Косаковский
директор департамента сбыта
и маркетинга «Маядо»

посмотреть, пощупать и принять окончательное решение по поводу дистрибуции наших алюминиевых систем. Это будут в основном теплые оконные, дверные и фасадные системы. Заводу уже 5 лет, и зато это время завод работал только с заказами на внутреннем рынке. Но теперь мы вышли на оптимальную мощность, и появилась возможность

для экспорта систем, в том числе и в Украину. 2020 год пройдет для нас под эгидой алюминиевых систем», – подытожил г-н Ешильюрт.

Возможность внедрения новых продуктов от компании «Маядо» также интересовала всех присутствующих партнеров. Информацию по предстоящим новинкам профильных систем прокомментировал

Александр Косаковский, директор департамента сбыта и маркетинга «Маядо». «Первое, что хочу сказать, это то, что в следующем году мы планируем поставлять 6-ти камерные профильные системы монтажной шириной 80 мм с тремя контурами уплотнения. Это полностью новая разработанная система компанией Adoren TM Penwood. Мы будем предлагать нашим партнерам эту систему в качестве альтернативы тем теплым системам, которые есть на рынке. Что касается нашей собственной экструзии, то в конце года мы планируем вводить новую систему Wintech 624 Ecom. Это система с использованием коэкструзии, за счет которой мы эту серию сделаем более доступной, но при сохранении всех ее качественных характеристик. Также у нас добавился новый цвет Antrazit (причем серый в массе с нашими пленками), который сейчас очень актуален на рынке.

Если говорить о нашей поездке, то мы прежде всего хотели бы поблагодарить наших партнеров за плодотворное сотрудничество. Со многими из них мы работаем уже 10 лет, и для нас важно, чтобы эти отношения и дальше процветали, а бизнес монетизировался. Вместе с этим мы смогли показать все производственные новинки, о которых мы успели рассказать, в том числе и на страницах вашего издания. Совместить приятное с полезным – это как раз о нашем визите партнеров в Анталию. На таких мероприятиях партнер видит всю силу нашего холдинга, видит серьезные намерения нашей компании «Маядо» по внедрению новых продуктов. И как правило после таких визитов клиент начинает обращать внимание и делать запросы на те новые продукты, о которых





Денис Кусяк
руководитель направления
фурнитур ACCADO

он как бы знал, но не решался сказать. После визита на заводы все партнеры настроены позитивно на внедрение и продажи наших новых продуктов. Фактически это выявление потребностей наших клиентов прежде всего для самих клиентов.

Что касается оконного рынка Украины – он не растет, и уже 2 года стагнирует. Но, это не про «Маядо». В этом году мы остаемся на прошлогодних позициях и в нынешней ситуации мы считаем это хорошим результатом».

Одним из заводов, которые посетили партнеры, был завод ACCADO. От том, какие новшества были на этом заводе, рассказал Денис Кусяк, руководитель направления фурнитур ACCADO. «Прежде всего хотим отметить большое количество автоматизированного оборудования, которое появилось на нашем заводе за последние 2 года. Это автоматы или полуавтоматы, которые стоят на важных узлах сборки, где нет или сведен к минимуму человеческий фактор. В следующем году планируется также поставка нового автоматического оборудования, чтобы сократить человеческий фактор на производстве по минимуму и умножить количество произведенных комплектов. Есть у нас также качественные обновления линейки ACCADO, куда входит поворотная и поворотно-откидная группы, регулируемо-петлевая группа, дверная группа, параллельно-раздвижная и раздвижная, и противовзломная группы. В этом году мы представили свои петли из алюминия с визуальным редизайном в двух размерах, возобновили проект по скрытым петлям, сделали ножницы First Tilt с доработанным приводом для запираения и ручкой под ключ. Также доработали и возобновили склад по системе «гармошка» со своим ноу-хау с роликом



для лучшего скольжения всех элементов, что является нашим патентом».

В конце концов все гости и партнеры были очень довольны и впечатлены увиденным. Насколько сильно? Мы решили также выяснить этот вопрос и взяли краткие бриф-интервью у некоторых из них.

Мирослав Карпинский
компания «EKРАН», г. Стрый



З «Маядо» ми працюємо вже дуже багато років, і переробляємо фактично всі системи, які виробляє дане підприємство. Нам дуже приємно працювати з «Маядо». Це не перший мій візит на виробничі потужності компанії Adoren та холдингу ADO загалом. Для мене особисто було важливо познайомитись із новим заводом з виробництва ламінаційної плівки, яким дуже задоволений. На решті виробництв я вже був не один раз, і прекрасно для себе зрозумів, що холдинг ADO та його дочірня компанія «Маядо» – це компанії дуже серйозного рівня. Саме тому ми так плідно і давно працюємо без принципового бажання змінити оператора ПВХ систем. Що стосується самої поїздки, то мене вразила велика

кількість нових клієнтів, я отримав багато нових знайомств і хочу зауважити, що організація даного візиту зроблена на максимально високому рівні. Я відчуваю загальне зростання рівня продуктів, сервісу та освоєння нових технологій, і бажаю на цьому не зупинятись і постійно розвиватись і якомога більше продуктів виробляти саме в Україні. Стосовно імпорту, нам як переробникам алюмінія, дуже цікаві алюмінієві системи ADO Aluminium, і ми готові і чекаємо їх в Україні.

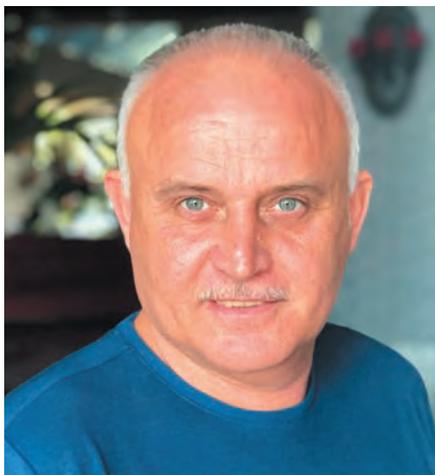
Андрей Кисиль
компания «ПрофіГруп Україна»
г. Стрый



Компанія «Профігруп Україна» працює вже досить тривалий час із «Маядо» по профільним системам та аксесуарам до них. Це є 624 та 640 системи, та 753 5-ти камерка. Що цікавого ми побачили тут? По-перше це виробництво ламінаційної плівки, мали розмову з керівництвом компанії щодо дистрибуції ламінаційної плівки та алюмінієвих систем. Це ті два напрямки, які найближчим часом можуть з'явитись у асортименті компанії «Профігруп Україна». Дуже вразили

досить швидкі темпи росту самого холдингу, якщо раніше це було виробництво з двома десятками екструдерів, то зараз це ціле місто, по якому потрібно переміщатись на автомобілі, з шістьма величезними сучасними заводами, та купую планів на майбутнє. Правильно налагоджені процеси, мінімум працівників, культура виробництва на високому рівні, все охайно – просто приємно знаходитись на таких виробництвах. Дивимось вперед і будемо майбутнє разом із таким надійним партнером як «Маядо».

Михаил Тарасов
компания «Основа»
г. Хмельницкий



Ми є старожилами у виробництві вікон, займаємось цим вже 24 роки, а підприємству 28 років, де я працюю на посаді головного інженера, і дуже добре орієнтуюсь по всім виробничим питанням. Ми є консерваторами у виробництві і не любимо міняти постачальників профільних систем, і робили це всього один раз. Якщо працюємо – то працюємо довго і плідно. З «Маядо» ми почали працювати 5 років назад, і за цей час я був декіль-

ка разів на виробництвах холдингу ADO. Особисто мене вразило те, що компанія показує не нове обладнання чи нові продукти, а нові заводи та стратегічні напрямки. Це дуже нам імпонує, що у нас є такий потужний партнер. Коли ми розглядали пропозиції по співпраці, яких було чимало, ми перш за все хотіли бачити якісний продукт вироблений в Україні, та серйозного партнера, із потужним власним виробництвом та якісною сировинною базою. І найголовніше, що ми можемо впливати на якість продукту, спілкуватись із лабораторією компанії і бути досить близько у виробничому процесі систем, які ми подали маємо купувати. Такою є компанія «Маядо» і ми пишаємось нашим партнерством.

Михаил Битюнский
компания «Визаж», г. Житомир



С «Маядо» очень плотно работаем уже давно, в основном это профильные системы, которые компания делает для нас под нашим брендом. С каждым разом, с каждой партией компания оттачивает качество и уровень своих систем, и сегодня это очень конкурентный игрок на рынке ПВХ систем, который производит по нашему мнению идеальный продукт по соотношению цена/качество. Нам приятно отметить, что компания постоянно развивается семимильными шагами, как сам холдинг ADO, так и компания «МАЯДО». Для нас важна стабильность, сроки поставки (особенно в сезон)

когда они четко выполняются, конкурентная цена. Все это есть у нашего партнера, за что им большое спасибо!

Инна Аксенюк и Татьяна Степанюк
компания «ВолиньСклоПласт»



Наша компания «ВолиньСклоПласт» співпраці із «Маядо» по двом основним напрямкам – це профільні системи WINTECH та фурнітура ACCADO. Нам дуже сподобався завод по виробництву фурнітури, вразили масштаби, присутність нового автоматичного та напівавтоматичного обладнання, всі виробничі цикли налагоджені дуже чітко, і культура на виробництві також приємно вразила. Особисто для нас вони зробили і додали певні технічні зміни, і це також дуже приємно, що постачальник може реагувати на запити своїх партнерів так швидко. Якістю фурнітури ми дуже задоволені, так це не є преміум клас, але за ціною та якістю це дуже класний продукт, з практично відсутніми рекламациями по ньому. Ми бажаємо нашим партнерам компанії «Маядо» наснаги, інновацій і процвітання.

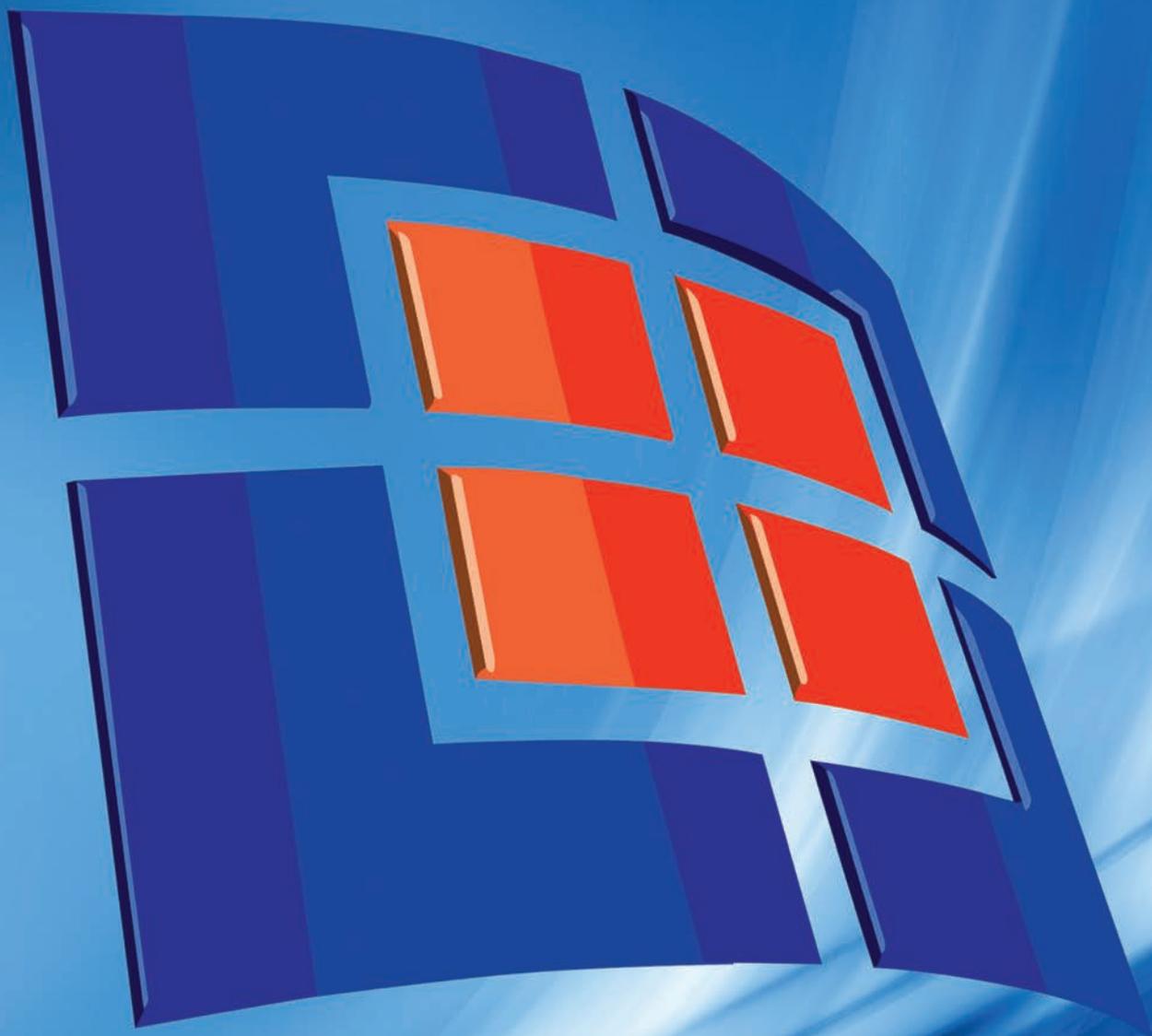
Ну шо ж, ми також приєднуємося до слів подяки у бік компанії «Маядо», дякуємо за цікавий екскурс по заводах та класний відпочинок та спілкування із колегами по цеху.

Далі звісно буде!

Автор
Сергей Кожевников



Компания «Маядо»
Киевская область, Броварской район,
пгт. Великая Дымерка,
ул. Промышленная, 38
тел. (044) 393-78-83
тел./ф. (044) 393-78-86
www.wintech.ua



 **WINTECH**®

Системи вікон та дверей з ПВХ

www.wintech.ua



Одним из проектов центра R&D VEKA AG стала принципиально новая технология создания поверхности ПВХ-профилей Spectral. По сравнению с хорошо знакомой ламинацией эта разработка VEKA обеспечивает потребителю целый ряд ощутимых преимуществ. В 2019 году линейка Spectral получила дальнейшее развитие и была расширена новыми оригинальными цветовыми решениями.

Цвет как элемент дизайна

Наряду с формой, линией и пространством цвет является одним из важнейших элементов дизайна. С помощью различных цветовых решений можно изменить восприятие пространства, воздействовать на эмоциональное состояние человека, подчеркнуть особенности стилистики здания. Архитекторы активно использовали эти возможности светопрозрачных конструкций, применяя окна из традиционных материалов, которые можно окрашивать в различные цвета; долгое время это оставалось их значимым конкурентным преимуществом.

Какого цвета могут быть пластиковые окна?

В 1954 году в Европе было начато производство окон из ПВХ. Они были только белого цвета, и оставались такими на протяжении почти 30 лет. Производители пробовали добавлять в сырьё красящие пигменты и окрашивать профили в массу, но результаты этих экспериментов не были успешными: окна из профилей, окрашенных таким образом, сильно

VEKA SPECTRAL –

нагревались и деформировались. Ситуацию изменила технология ламинации или фолировки, когда на поверхность профиля стала наноситься специальная плёнка, окрашенная в различные цвета, в том числе имитирующая текстуру дерева.

Ламинация: возможности и границы

С появлением ламинации пластиковые окна избавились от своей стандартной белизны и обрели все грани полноценного дизайн-инструмента. Новые возможности окон пришлись по вкусу потребителям во всех странах: так, в Германии более 30% всех продаваемых окон изготавливаются из ламинированных профилей, а в Италии их доля превышает 70%. При этом доля цветных конструкций постоянно растёт, в том числе и в Украине. Связано это с тем, что рынок становится всё более индивидуальным и избирательным, и для потребителя всё более значимым является возможность «быть не как все», иметь возможность вы-



ИННОВАЦИИ ПРОФИЛЬНОЙ ПОВЕРХНОСТИ

бора своего индивидуального окна. Но, как оказалось, у ламинации есть и определённые границы. Поверхность таких профилей очень чувствительна к внешним воздействиям, при нарушении технологии покрытия велики риски вздутия и отслаивания, но самое главное – несмотря на сравнительно высокую отражающую способность ламинированные профили под воздействием солнечных лучей нагреваются существенно сильнее белых, что ведет к риску деформации конструкций.

VEKA Spectral – новая поверхность профиля

В 2014 году VEKA получила первый промышленный образец профилей с поверхностью VEKA Spectral – технологии, пришедшей на смену привычной ламинации. Это не просто «ещё одна плёнка с необычным цветом». VEKA Spectral представляет собой полимерную композицию, в состав которой входит специальный лак. Ценность этой технологии заключается не в самой её новизне, но в том, что её применение сообщает

профилям и окнам из этих профилей ценные для потребителя свойства:

- высокая отражающая способность – несмотря на тёмный оттенок поверхности, Spectral является рекордсменом по рефлексии солнечного света и отлично защищает окна от перегрева и деформации;
- устойчивость ко всем видам внешних воздействий – климатическим, механическим, радиационным, ко всем агрессивным веществам городской среды;
- эффект anti-graffity – новая поверхность не чувствительна к большинству красящих и пачкающих реагентов, на ней не остаётся отпечатков пальцев;
- поверхность VEKA Spectral трудно повредить или поцарапать. Качество нанесения существенно выше классических образцов, самые жёсткие лабораторные испытания подтвердили высочайшую стойкость нового покрытия;
- несмотря на высокую прочность, фактура нового профиля отличается необычной для пластика тактильной





мягкостью и теплотой, и ощущение нового окна рождается буквально на кончиках пальцев.

Цвет на острие тренда

Три года после получения промышленного образца понадобилось VEKA, чтобы выстроить собственное производство нового материала и ввести его в серию. Спрос на новые профили в Европе превосходит самые оптимистичные ожидания. Популярность VEKA Spectral во многом объясняется правильным выбором цвета и его грамотным маркетинговым позициони-

рованием. В последние годы в дизайне окон наблюдаются новые предпочтения: на смену деревянным декорам приходят варианты имитации металлических поверхностей с их характерным блеском, который очень сложно передать полимерной плёнкой, используемой для ламинации. В мире отделочных материалов и материалов для строительства тоже есть своя мода, и окна – не исключение. VEKA Spectral с первым колером Anthrazit Ultramatt сразу же оказался в модном тренде, и теперь VEKA закрепляет успех, активно разрабатывая новые

оттенки и открывая новые возможности. Для того, чтобы окно в новой оптике выглядело гармоничным и завершенным, специально для Spectral был разработан специальный – серый – цвет основы профиля, прекрасно сочетающийся с новой поверхностью.

Новые цвета Spectral

Компания VEKA расширяет ассортимент профилей Spectral – продуктов с инновационной поверхностью, которая не только выглядит, но и тактильно ощущается иначе. Новая программа до недавнего времени была представлена только одним цветом – VEKA Spectral Anthrazit. В августе 2019 его дополнили 4 новых колористических решения: серый, umbra, графит, а также классический белый. Цветовое развитие линейки Spectral осуществляется в полном соответствии с трендами современной архитектуры и дизайна, когда предпочтение отдается сдержанным, но одновременно насыщенным тонам с «металлической» оптикой. Теперь украинским партнёрам VEKA доступна вся линейка профилей с инновационной поверхностью Spectral – от лёгкого белого до насыщенного чёрного графита. Из нового цветового ряда VEKA Spectral выделяется umbra – классическое цветовое решение с нотами охры, позволяющими подчеркнуть естественность нового оптического рисунка.

Белые профили Spectral выполнены на белой основе; для всех остальных оттенков используется профиль, окрашенный в массу в тёмно-серый цвет. Такое решение позволяет добиться гармоничного облика окна и избежать ненужных контрастов в его восприятии.

Только для своих

Не будет излишним напомнить, что VEKA Spectral представляет собой решение, разработанное концерном исключительно для своих партнёров. Он даёт возможность предложить рынку действительно новое решение в области цвета и фактуры профиля, позволяющее сделать окно по настоящему благородным, уникальным, эксклюзивным – то есть таким, каким оно должно быть в условиях нового рынка, требующего оригинальности, а не слепого следования привычным шаблонам и стандартам.



www.color.veka.ua

www.veka.ua



E-SLIDE: відкриваючи простір по-новому

Актуальні архітектурні тренди диктують нове рішення міського простору. В фокусі уваги — діалог, відкритість світові. Саме тому наразі так затребувані панорамні розсувні вікна, вікна у підлогу, конструкції, що мають нестандартні розміри та незвичні варіанти відкривання.

Реагуючи з увагою на тренди сучасної урбаністики, VEKA пропонує новий концепт — систему панорамних розсувних елементів E-SLIDE, яка ввібрала до себе найкращі якості підйомно-розсувних та паралельно-розсувних конструкцій.

E-SLIDE: керуйте простором вашої оселі вільно та легко!

VIKNA'OFF®
МАЙСТЕР ВІКОННОЇ СПРАВИ



АЛЮМІНІЄВІ ВІКОННІ СИСТЕМИ — ПЕРСПЕКТИВА МАЙБУТНЬОГО

Легкі та довговічні, не піддаються негативному атмосферному впливу та десятиліттями не втрачають своїх властивостей. Можливості для використання алюмінієвих систем практично безмежні: вікна, двері, офісні перегородки, розсувні конструкції різних конфігурацій та фасадні системи.

Компанія VIKNA'OFF — один з найбільших виробників метало-пластикових конструкцій в Україні. Потужності заводу площею в 50 000 м² дозволяють виготовляти близько 100 000 конструкцій в місяць будь-якого типу: вікна, двері, балконні блоки, розсувні системи та конструкції з алюмінію.

VIKNA'OFF працює з алюмінієвими системами близько п'яти років: фасадні системи (для комерційного будівництва), віконні, дверні та розсувні конструкції. В асортименті компанії присутні як «холодні», так і «теплі» алюмінієві системи.

Хоча алюміній вважають холодним матеріалом, технології з терморозривом для теплих систем в поєднанні із енерго-ефективним склопакетом дозволяють досягати високого рівня енергозбереження та шумоізоляції.

Завдяки легкості конструкції та зносостійкості матеріалу, алюмінієві системи мають триваліший термін експлуатації. Особливості технології фарбування дозволяють алюмінієвим конструкціям досягати будь-якого кольору за шкалою RAL.



ЛЮКС-ТЕРМО

Профільну систему рекомендуємо для зовнішнього використання

Дизайн

Алюмінієва профільна система Люкс-Термо береже тепло та не пропускає шум з вулиці. Вона найкраще підходить для виконання елементів зовнішньої забудови: вікон, дверей, просторових конструкцій у будь-яких кольорах по RAL та декорванні під структуру дерева.

Енергоефективність

Високий рівень тепло- та шумоізоляції забезпечує особлива поліамідна вставка, товщиною 32 мм **1**, яка значно покращує показники теплоізоляції та запобігає утворенню конденсату. Монтажна глибина рами складає 70 мм **2**, товщина стінки — 1,8 мм **3**. Конструкції дозволяють використовувати склопакет, товщиною від 24 мм до 48 мм **4**.

Надійність

Люкс-Термо комплектується високоякісною фурнітурою найвідоміших європейських виробників, в тому числі із класами протизламу RC1 та RC2. Для захисту від зовнішніх впливів профілі мають гладке покриття **5**, яке захищає від механічних пошкоджень.



Сучасний, легкий та довговічний – це все про алюміній Люкс-Термо

Алюмінієві системи мають ряд переваг, які поза конкуренцією: легкість конструкції, можливість виготовлення великих розмірів, довговічність, широка кольорова гама, стійкість до атмосферних впливів та надзвичайна жорсткість системи, яка не піддається деформаціям. Алюміній можна назвати матеріалом майбутнього через невибагливість у догляді та комфортне використання.

Олександр Макух
директор з розвитку компанії *Viknar'off*

VIKNAR'OFF
МАЙСТЕР ВІКОННОЇ СПРАВИ

вул. Поліська, 13
м. Тернопіль 46021

0 800 50 53 52
www.viknaroff.ua



REYNAERS VENTILATION VENT

Вузька стужка Reynaers Ventilation Vent створює революційні можливості панорамного скління в поєднанні з природною вентиляцією. Втілення сучасного архітектурного тренду, що дозволяє цілком уникнути горизонтальних імпортів у вікнах та вітражах як офісних, так і житлових будинків.

Для скління офісних будівель найчастіше використовується верхньо-підвісне відкривання назовні, яке суттєво звужує можливості для використання зовнішнього сонцезахисту, типу систем Reynaers BS 100, та навіть сучасних архітектурних навісних елементів. Внутрішній тип відкривання Reynaers Ventilation Vent відкриває ці можливості. Одне з вже реалізованих рішень скляних маскуючих екранів можна побачити на вежах *Tarjan Towers*. Бачите віконні стужки? А вони там є!

Для зручності застосування створені два типових розміри стужки – 185 та 250 мм шириною в інтер'єрі. Менша стужка у відкритому вигляді залишає отвір до 100 мм, що є в межах стандарту безпечності навіть у випадку розташування стужки на рівні самої підлоги.

Як відомо, низька теплопровідність вікон веде до зменшення тепловтрат під час опалення – це є основою стратегії з енергозбереження кожного ефективного власника та світу в цілому. Reynaers Ventilation Vent реалізована у трьох варіантах, що дозволяє обрати необхідний саме для вашого

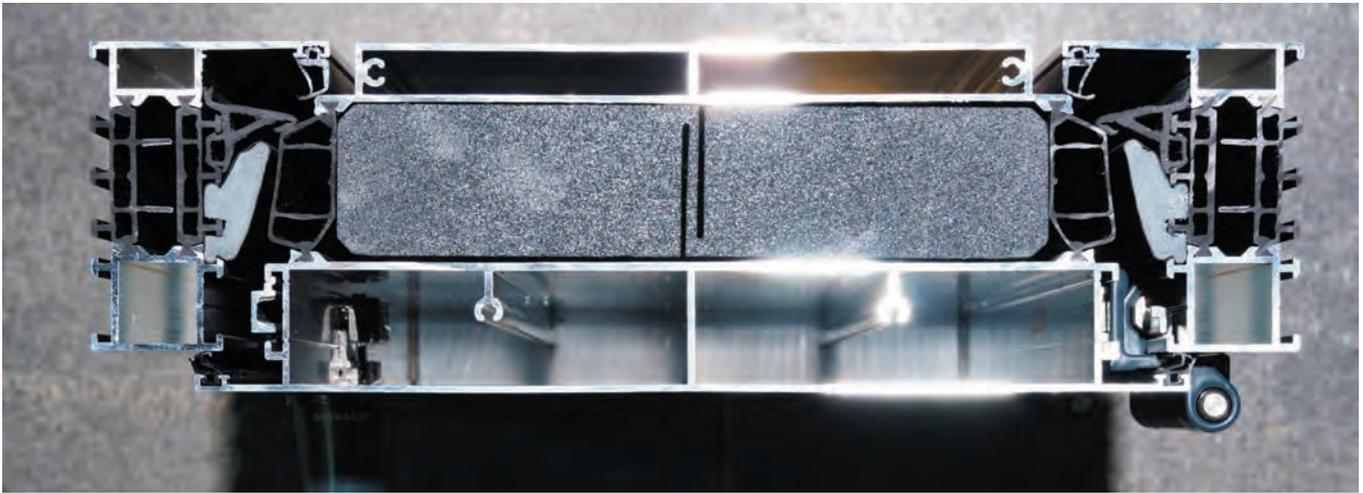
проекту рівень теплоізоляції. Базовий варіант – у профільній системі Masterline 8-Std, що відповідає вимогам ДБН зі спротиву теплопровідності та температурі на поверхні профілю. Варіант високої теплоізоляції – у профільній системі Masterline 8-НІ+, що містить справжні інновації від Reynaers: термомістки з фірмового матеріалу Reynisol з додатковими відбивачами теплового випромінювання всередині термомістка, центральний ущільнювач TPE та екструдовані теплоізолюючі вкладиші всередині профілю. Варіант найвищої теплоізоляції – Masterline 10, глибина профілю та термомістків якого на 10 мм більша за Masterline 8, а теплопровідність січення становить рекордні $0,78W/m^2K$, що робить Masterline 10 найкращим вибором для будівництва за стандартами *Passive House*. ТОВ «Рейнарс Алюмініум» за заявками від своїх партнерів виконує проектні розрахунки приведеної теплопровідності конструкцій скління в залежності від показників склопакету».

Reynaers при розробці систем дивиться у майбутнє, тому у системі Masterline 8 передбачена ретроспек-

тивна заміна складових Masterline 8-Std на більш ефективні від Masterline 8-НІ+ без шкоди іншим будівельним конструкціям, отримуючи більш енергоефективне вікно.

Основа найвищих показників з герметичності – три контури високоякісних ущільнювачів. Серед них центральний ущільнювач відіграє найважливішу роль у блокуванні повітря- та водонепроникнення. Одна з особливостей покоління Masterline – широкий напуск центрального ущільнювача – також реалізований у Ventilation Vent. При цьому спеціальна форма центрального ущільнювача створена так, щоб кінематика відкривання навіть вузької стужки шириною 185 мм проходила без перешкод, при цьому використовується фурнітура тільки з прихованими завісами. У варіанті з ширшою 25-сантиметровою стужкою також можливе рішення з зовнішніми завісами.

Повне блокування водонепроникності є необхідною характеристикою скління. Класи водонепроникності за європейськими нормами призначаються тільки у випадку повної від-



сутності протікання при максимальних навантаженнях. Для Reynaers Ventilation Vent ці навантаження є рекордні 1650 Па – за цим результатом системі привласнений клас E1500.

Чи мають вікна «дихати»? Так, але тільки коли ви їх відкриваєте. У зачиненому вигляді за сучасними стандартами, такими як Passive House, мінімально можлива повітропроникність – це наступна за важливістю після теплопровідності характеристика. Повітропроникність вимірюється в кількості кубічних метрів просякненого повітря крізь квадратний метр площі конструкції на годину й тестується в умовах екстремальних перепадів тиску між зовнішнім та внутрішнім середовищами. Вимоги ДСТУ обмежуються тиском у 100 Па та найкращим класом Д, характеристика якого $3\text{м}^3/(\text{год}\cdot\text{м}^2)$, а для Reynaers Ventilation Vent цей показник складає $0,01\text{м}^3/(\text{год}\cdot\text{м}^2)$.

Шумоізоляція – одна з необхідних характеристик комфорту. В межах окремо взятої стулки вона варіюється від базових 30 до високого показника у 45 дБ з додатковими сталевими вставками. Окремо Ventilation Vent встановлюється вкрай рідко та зазвичай є складовою конструкції вікна, тому є сенс розглядати приведену шумоізоляцію вікна. В системі Masterline 8, максимальна тестована шумоізоляція вікна зі склопакетом сягає 50 дБ, тому приведений показник шумоізоляції цілого вікна з Ventilation Vent також тяжітиме до максимальних 50 дБ.

Задля забезпечення довговічної експлуатації, у найбільшому приватному тестовому центрі в центральній офісі Reynaers Aluminium в м. Дюфель (Бельгія), проводяться безліч тестів системних рішень, серед яких найбільш тривалі – тести на циклічність відкривання. Місяцями повноцінні віконні, розсувні,





дверні конструкції фізично відкриваються та закриваються, розширюючи межі потенціалу міцності алюмінію та найсучасніших інженерних рішень. Результат тесту фіксується тільки

у випадку, якщо конструкція цілком не втрачає початкових характеристик, а Reynaers Ventilation Vent у свою чергу привласнено 3й клас (20 000 циклів).

Щодо покриття алюмінію, важливий фактор – незалежний вибір кольору на фасаді та в інтер'єрі – також актуальний для Reynaers Ventilation Vent. У типах покриття ми розрізняємо класичне анодування й такі типи поверхні порошкового фарбування, як глянцева, матова та «супер-мат» Reynaers Coatex. Кожен тип порошкового покриття доступний у кольорах за шкалою RAL, а анодування у натуральному, кольоровому та «подряпаному» виконанні.

Підсумовуючи технічну складову, Reynaers Ventilation Vent істотно перевищує всі вимоги ДСТУ та європейських норм, щоб за використання сьогодні, залишатись сучасною та актуальною у майбутньому.

Всі варіанти Masterline 8 та Masterline 10 природно інтегруються у віконні конструкції, а також містять системні рішення для інтеграції в стійково-ригельний вітраж Reynaers CW 50-HI та у системи елементного скління, такі як CW 86-EF, CW 65-EF та систему наступного покоління – Reynaers CW 75-EF.

Особливий дизайн профілів покоління Masterline також дозволяє комбінувати Reynaers Ventilation Vent з багатьма системами Reynaers, наприклад розсувними системами CP 155-LS, SlimPatio 68, Hi-Finity.

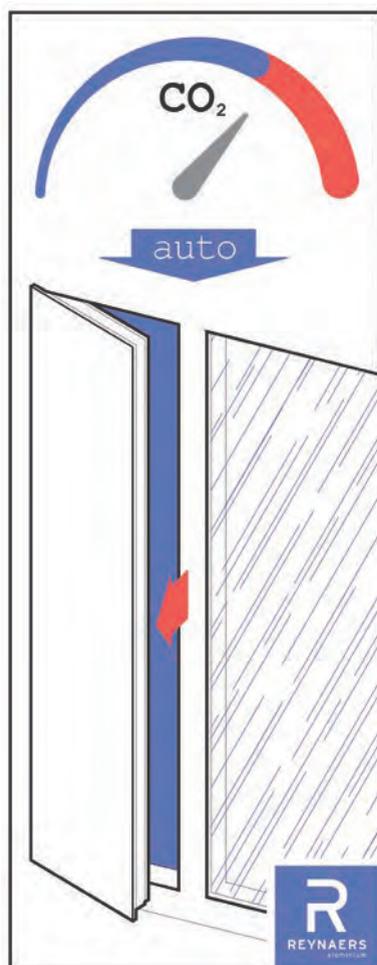
Опція моторизованого відкриття демонструвалася на виставці BAU 2019 та викликала відверте

захоплення відвідувачів. У поєднанні з сучасними розробками Reynaers, такими як інтеграція датчиків концентрації CO₂ у повітрі, інтеграція у віконну раму сонячних панелей для живлення мотору, що відкриває стужку, досягається повна автономність розумного вікна. За такими технологіями майбутнє, а Reynaers Aluminium проваджує їх вже сьогодні.

Архітектурна та експлуатаційна цінність, технічні показники, спрямовані на майбутнє – все це полягає в основі довершеності рішення Reynaers Ventilation Vent, весь потенціал якої ми з вами тільки починаємо осягати.

Всі зразки згаданих у статті систем, виконані у повний розмір, представлені у власному шоу-румі ТОВ «Рейнарс Алюмініум», просто наберіть Reynaers Ukraine у навігаторі, номер телефону ресепшн 044-339-9767.

*Автор Дмитро Каладжієв
архітектурний консультант
ТОВ «Рейнарс Алюмініум»*



«Рейнарс Алюмініум»
вул. Броварська, 148/1
07442, смт Велика Димерка
Броварський р-н, Київська обл.
тел: +38 044 339 97 67
www.reynaers.ua



ДА БУДЕТ SWIG!

SINCE 1994

- деревянные, дерево-алюминиевые окна и двери
- алюминиевые окна, двери, фасады
- раздвижные конструкции
- ПВХ конструкции
- зимние сады



KWIN SWIG
WINDOWS & DOORS

KWINSWIG.COM.UA

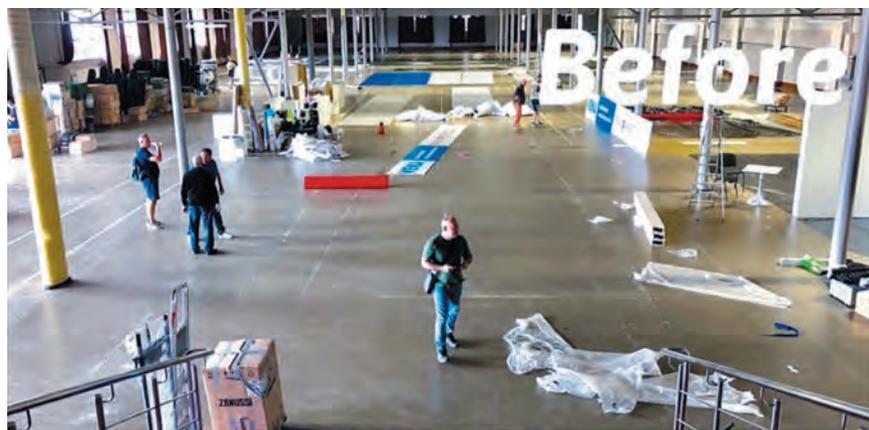
ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПАРТНЕРОВ



WINDO LVIV 2019. ИТОГИ. ЦИФРЫ. ФАКТЫ

С 10 по 12 сентября 2019 года во Львове прошло главное событие оконной отрасли – II Международная выставка окон, дверей, стекла и оборудования WINDO LVIV 2019.

Между специалистами выставочного бизнеса есть такое поверье: «Сделать первую выставку, сложно, но можно. А вот повторить успех и сделать второе мероприятие не хуже, а лучше первого – это уже задача посложнее».



Да, действительно, вторую выставку сделать сложнее. И дело не только в тех мероприятиях, которые проходят в рамках ивента, а и в посетителях, которые едут издалека за новыми технологиями, продуктами, знаниями.

Если говорить кратко, то WINDO LVIV 2019 добавила в качестве, в посетителях и по всем статьям и цифрам, которые были в 2018 году. Выставка прошла успешно и на одном дыхании. Теперь давайте разберем все более подробно.

Начнем с экспонентов

Фактор стабильности заключается в том, что в выставке продолжили участвовать уже наши постоянные экспоненты: VEKA, «ВікноПлюс», Kleiberit, Glass Trösch, Edgetech, Wise Servise, «Стимул Плюс», ERSAS Aluminium, Murat Makina, Haffner, Kalkan, Nissan Makina и другие. Главный фактор – фактор развития. В этом году к нам присоединились крупнейшие операторы оконного рынка Украины: ЕКИРАЖН, «ВиконДА», «Окна PERFECT», Domovsit. Поставщики высококачественного оборудования

и комплектующих для монтажа и производства окон: «Барви Швидкості», NORMAIZOL, SWISSPACER, VSThermo, SPV Company, «Альфа Комплект», AKFA Aluminium, Metal Kimya, Kahe Cam, Mimart, Teknik Testere и другие. Количество экспонентов выросло как качественно, так и количественно и составило более 50-ти компаний. И, конечно, важно понимать, что WINDO LVIV поддерживало все оконное комьюнити, которое включает в себя все профессиональные СМИ и отраслевые украинские и европейские ассоциации и институты: журнал «Оконные технологии», Ассоциация «Участников рынка окон и фасадов», ift Rosenheim, платформа OKNA.ua, аналитический ресурс «Оконный консалтинг», журналы «Аспекти Будівництва» и «Окна. Двери. Витражи», интернет-партнер «PAT Profi» и другие.

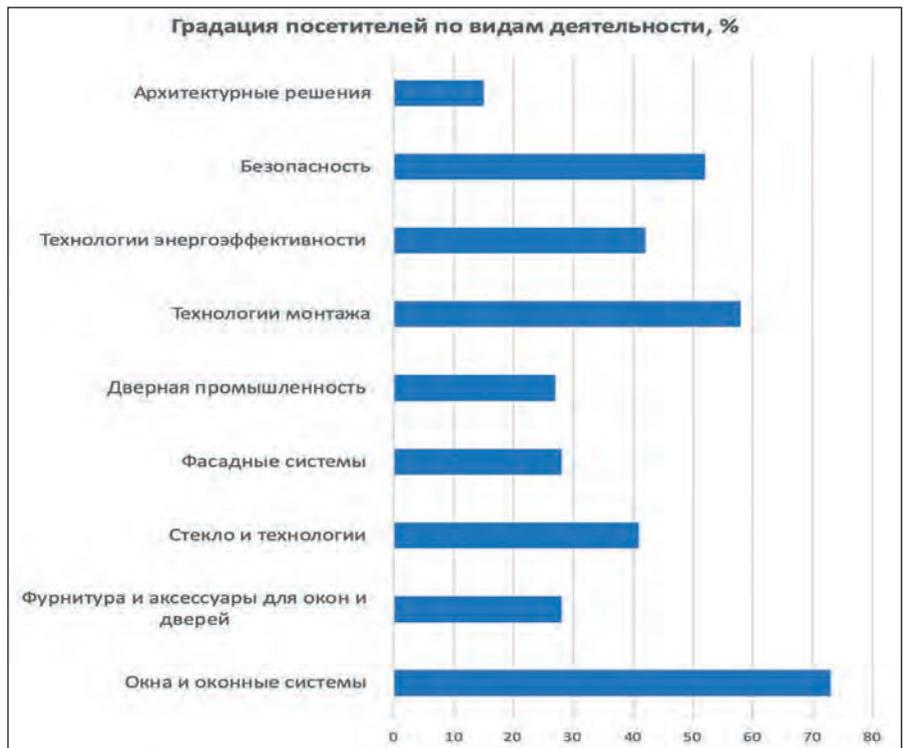
Качество аудитории, география посетителей, общие цифры

WINDO LVIV 2019 – это B2B мероприятие. Мы не гонимся за количеством посетителей, мы прикладываем максимальное количество усилий и средств, чтобы аудитория была качественная. На выставку должны приходить профессионалы оконной строительной отрасли. Эта выставка не стала исключением. WINDO LVIV 2019 сформировала более 3200 кв.м экспозиций и приняла рекордное число посетителей – 4887 человек. Мы предоставили бесплатное размещение в отелях 4* и 5* более 1000 посетителям из других городов, а также международным гостям. География посетителей WINDO LVIV 2019 – 10 стран мира.

Качество аудитории мы сохранили, и оно осталось максимально высоким, и это подтверждают сами экспоненты.

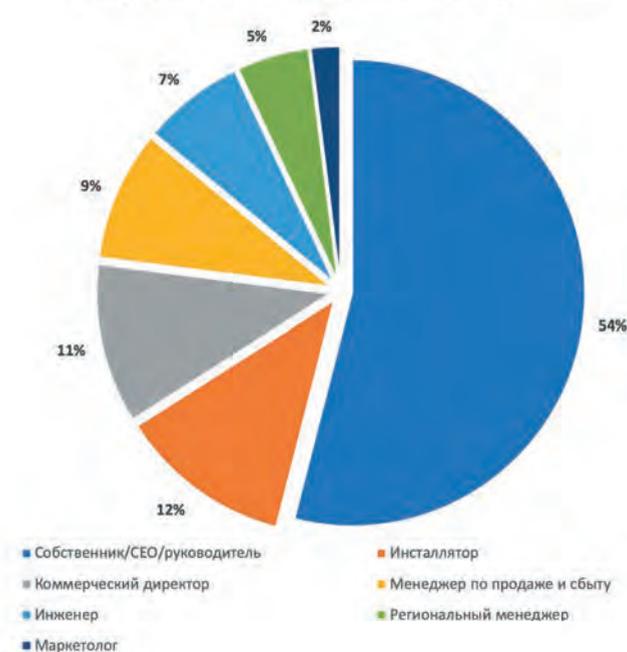
«В прошлом году мы были очень довольны теми людьми, которые пришли на WINDO LVIV. Но в этом году уровень посетителей, по моему личному мнению, стал еще более высоким. Я встретил большое количество владельцев оконных компаний, и тех, кто принимает решение конкретно в нашей теме и по нашим вопросам», - отмечает Джаммал Маммедов, генеральный директор представительства MURAT Makina в Украине.

«Что касается посетителей, то могу сказать, что я успел пройти по выставке только в третий день. Первые два дня просто было некогда поднять голову, на стенде было очень





Распределение посетителей по занимаемой ими должности:



много посетителей. Из них были как потенциально новые партнеры, так и наши существующие клиенты. Мы с удовольствием делали презентации своих новых продуктов абсолютно для всех посетителей нашего стенда», - поделился с нами Игорь Сидоренко, директор по маркетингу компании ЕКІРАЗН. Стоит также отметить, что компания ЕКІРАЗН впервые принимает участие в каких-либо выставках, и очень довольна стартом своего выставочного прома.

Хочется отметить, что многие гости выставки проделали большой путь для того, чтобы посмотреть новинки оконного рынка, посетить конференции и мастер-классы по монтажу и получить те знания, которые в Украине сегодня являются в принципе уникальными. Исходя из этого, можно смело утверждать, что публика WINDO LVIV 2019 – это правильно подобранная целевая аудитория, которая, если выразиться маркетинговым термином «тёплая» и готова знакомиться с продуктом, общаться, принимать решение и работать.

Деловая программа – главная особенность выставки WINDO LVIV

Создавая проект WINDO LVIV мы сразу отдавали себе отчет в том, что выставка ради выставки в сегодняшних реалиях – это мало. Посетителям нужно дать нечто большее, чем просто знакомство с продуктами экспонентов. Поэтому мы сделали некий конструктор, который в себя включает не только красивые экспозиции и новые технологии наших участников, но и интерактивное обучение и общение, которые получают наши посетители. В этом году мы расширили нашу деловую программу и сделали ее мощнее, разнообразнее, интереснее.

Немецкий институт окна ift Rosenheim поддержал наш проект и выступил главным техническим партнером нашей конференции, которая прошла в два этапа. Первым этапом была теоретическая часть по RAL технологиям и культуре производства и монтажа. Послушали доклады тех компаний, продукты которых сертифицированы по системе RAL. Далее было самое интересное. Все участники конференции перешли в выставочный зал на практическую часть нашего мероприятия, где мы все то, о чем говорили в зале, показали на практике применения этих материалов и технологий. Выносной монтаж,

инсталляция электронных замков, краш-тест окон и многое другое – это только часть того, что мы предложили нашим посетителям. Изюминкой программы стал мастер-класс по продажам от известного бизнес-тренера Олега Кесслера. В результате собрали аншлаг в залах и массу положительных эмоций.

Итого на выставке прошли:

- конференция по RAL при поддержке ift Rosenheim, организаторами выступили журнал «Оконные технологии» и Ассоциация «Участников рынка окон и фасадов»;
- практическая часть по выносному монтажу и сложным электронным системам запирания с использованием только сертифицированных RAL материалов;
- техническая конференция DiGiWi от партнеров выставки портала OKNA.ua;
- мастер-класс по продажам окон от «Оконного консалтинга»;
- 5 тематических семинаров в малом зале выставки;
- более 25 часов обучения и нетворкинга, с учетом параллельных программ и семинаров.

И это, господа, только начало.

Теперь кратко по цифрам

II Международная выставка окон, дверей, стекла и оборудования WINDO LVIV 2019 собрала 52 экспонента из 7-ми стран на экспозиции более чем 3200 кв. метров.

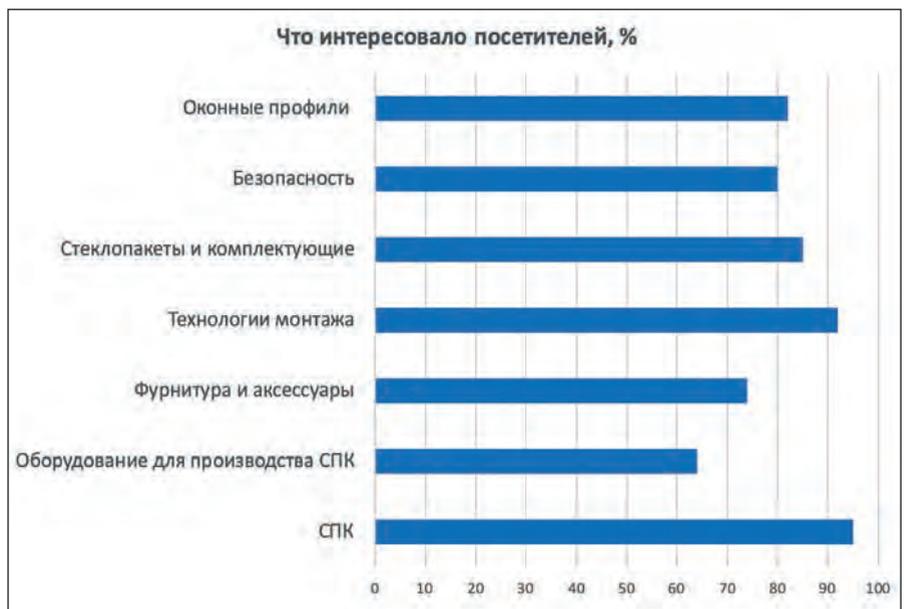
Посетители выставки приехали из 10 стран мира в количестве 4 887 человек. Деловую программу посетили более 650 специалистов.

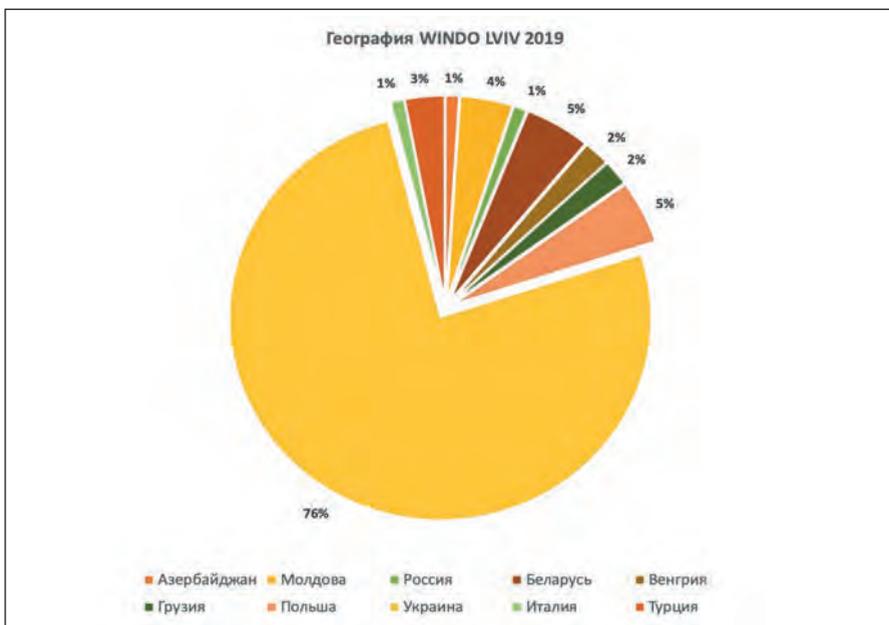
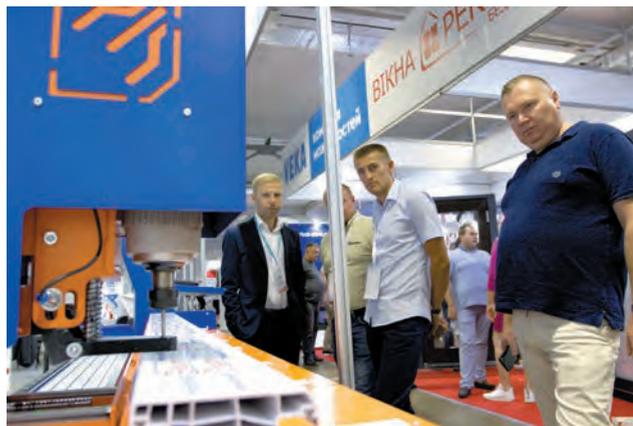
Аудитория выставки – в основном это руководители компаний, топ-менеджеры и владельцы бизнеса. Специфика аудитории выставки – специалисты в области оконного производства, инсталляторы, дилеры и представители торгующих оконных компаний, поставщики оконных комплектующих, архитекторы и представители строительных компаний.

Что дальше?

Дальше WINDO LVIV меняет свое название на WINDO KYIV и переезжает на новую локацию в Киев. Почему мы это делаем?

Практика проведения двух выставок во Львове показала, что достаточно большое количество посетителей просто не имели физической возможности приобрести билеты во Львов из отдаленных восточных





и южных точек Украины. Логистика нашей «УкрЗалізниця» оставляет желать лучшего. С Киевом сообщение проще, и количество поездов в разы больше, всё-таки столица нашей страны. Тоже самое можем сказать и про авиасообщение для международных посетителей выставки. Еще одним фактором смены локации стали сами экспоненты, те, которые принимали участие в выставке, а также те, кто планирует принять участие, но уже в Киеве. Желание было у всех одно – мы хотим в Киев. Поэтому в октябре 2019 года мы приняли решение и определили для себя место проведения WINDO KYIV 2020 в новом современном выставочном комплексе EXPO PLAZA.

Даты проведения 10-12 ноября 2020 года. Как раз сезон будет не таким «горячим» и еще большее количество специалистов смогут посетить наш профессиональный ивент.

Выражаем благодарность всем и каждому лично, кто принимал участие в организации выставки, а также в ее участии – нашим экспонентам и всем, кто посетил WINDO LVIV.

До встречи в Киеве на WINDO KYIV 2020.

У нас есть много идей, и мы будем вас по-настоящему удивлять.





Turkey Discover the potential



WINDO KYIV 2020

III Міжнародна виставка вікон, дверей, скла та обладнання



Генеральний медіа-партнер



Технічний партнер

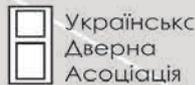


АСОЦІАЦІЯ
УЧАСНИКІВ РИНКУ
ВІКОН ТА ФАСАДІВ

За підтримки



Генеральний інтернет-партнер



Українськ
Дверна
Асоціація



Партнери



0 800 218775

«КиївЕкспоПлаза»

10-12 листопада 2020



Що значить «Ідеально&тепло»? Це затишна атмосфера для всієї родини, комфортний мікроклімат та тиша. І це нова концепція розвитку компанії Вікна Steko.

Беручи до уваги щорічне зростання тарифів на опалення, крок до максимально теплих вікон – цілком логічний. В опалювальний сезон українці прагнуть економити! Якість надаваних комунальних послуг не завжди відповідає їх вартості. І батареї лишаються холодними аж до весни. Саме тому утеплення квартири залишається найактуальнішим питанням для більшості з нас.

Підвищення якості життя стало можливим з появою нових ідеально теплих вікон Steko.

Вікна Steko поєднали у собі європейську якість з максимальною енергоефективністю. Це стало можливим завдяки передовим розробкам у різних напрямках виробництва металопластикових конструкцій. Топовим ультратеплим вікном для нас на сьогодні є конструкція наступної комплектації:

- ▶ Теплий багатокамерний профіль від компанії Aluplast, виготовлений виключно в Європейському Союзі, стійкий до деформацій, механічних ушкоджень, впливу ультрафіолету. До цього ще слід додати теплий підставочний профіль та утеплювач «домогосподарки». Склад такого профілю не включає свинець (в ролі стабілізаторів виступає кальцій цинку CaZn). А такий хімічний елемент, як титан, забезпечує білосніжну поверхню профілю протягом багатьох років.

- ▶ Додатковий утеплювач профілю з пінного полістирольного пінопласту для збільшення теплотехнічних характеристик.

- ▶ Армуючий профіль товщиною 1,5 – 2,0 мм. Отже жорсткість та рівна геометрія всієї конструкції.

- ▶ Надійна протишлямна фурнітура преміум-класу Multi-matic від австрійського бренду Masco. Вона має принципово новий базовий склад, зламостійкі роликові i.S цапфи з необхідною кількістю зламостійких планок замість звичайних відповідних. Два типи вузлів з'єднання, що

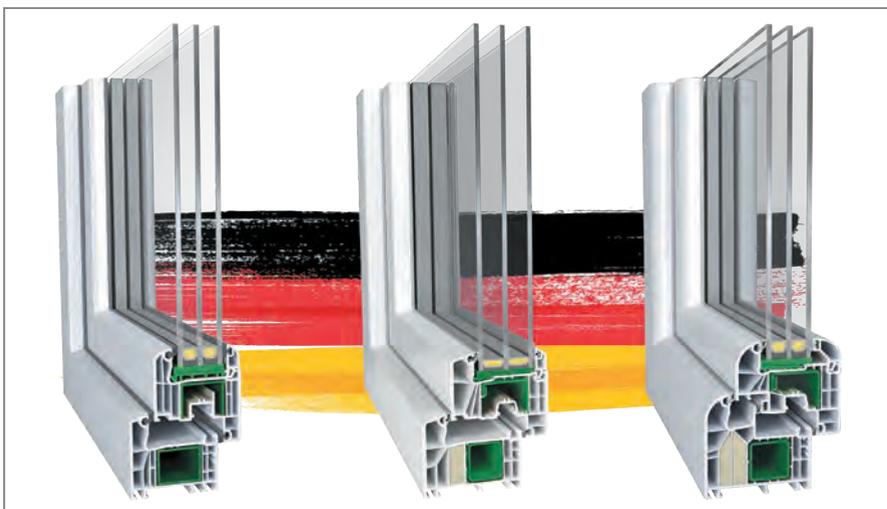
вікна steko
ІДЕАЛЬНО & ТЕПЛО

Нова концепція

ІДЕАЛЬНО ТЕПЛЕ ВІКНО

«Купувати вікна потрібно у компанії, яка має репутацію, давно працює на ринку, заявляє про себе. Продукцію якої просуває особа, що дає певні обіцянки і ці обіцянки виконує».

С. В. Положай, засновник компанії Steko



гарантують щільне прилягання один до одного. В умовах стандартного або автоматичного монтажу жодна з деталей не підлягає зсуву. Покриття всіх елементів фурнітури – воском та повна відсутність лаку. Пошкодити віск, нанесений на молекулярному рівні – практично неможливо. Це не тільки робить кожен рух віконної стулки плавним і тихим, але і захищає металеві деталі фурнітури від ржавіння.

З такою фурнітурою ми виключаємо провисання стулки вікна та говоримо про довгу роботу всієї системи.

► Двокамерний склопакет з мультифункціональним склом Double Silver Steko plus, заповнений аргонном, або супер склопакет з трьох видів скла від світового лідера – британського виробника Pilkington. І хоча більшість клієнтів не зважає на вид скла, який йому пропонують. Саме скло відіграє одну з ключових ролей.

Double Silver Steko plus – мультифункціональне скло нового покоління з подвійним шаром наночастинок срібла. Воно дає потужний захист від шкідливого ультрафіолету, має гарне світлопропускання та забезпечує ідеальний мікроклімат у будинку.

Поєднавши мультифункціональне скло Double Silver Steko plus нового покоління з двома іншими фірмовими від Pilkington, ми отримали такий ефект:

- опір теплопередачі збільшується до рівня $R = 1,5 \text{ м}^2 \text{ К/Вт}$;
- пропускання видимого світла $LT = 66\%$;
- доля утриманої сонячної енергії збільшується до рівня 41% (на 3% більше ніж раніше).

Це найбільш досконалі результати при створенні енергозберігаючих світлопрозорих конструкцій.

► Якісний герметик. Якщо шар первинного та вторинного герметика відповідає ДСТУ, склопакет не розгерметизується і зможе «пережити» не один перепад температур.

► Антибактеріальна ручка Steko BioTouch зі срібним покриттям, яке знищує мікробів на поверхні і є дієвим засобом профілактики інфекційних захворювань.

Завдяки такій комплектації вікна Steko Ideal мають підвищені параметри з шумоізоляції (45 – 48 дБ) і енергозбереження (опір теплопередачі 0,85 – 1,0 $\text{м}^2 \text{ К/Вт}$). А їх якісні характеристики підтверджені сертифікатами та відповідають українським, європейським, світовим нормам.

Компанія Steko не тільки створила і виробляє продукт нового покоління, вона супроводжує його сервісом, вигідним для покупців. Вікна Steko доставляються замовнику в фірмовій упаковці, яка надійно зберігає їх від пошкоджень при транспортуванні. Конструкції захищені багатшаровою упаковкою, а гострі частини – картонними куточками. При цьому, доставка з заносом на потрібний поверх є абсолютно безкоштовною послугою.

Подбали спеціалісти Steko і про теплий монтаж конструкцій. Вікна Steko пропонуються лише з теплим монтажем, при якому використовуються:

- професійна монтажна піна Steko (зимова чи літня в залежності від сезону);

- паро- та гідроізолюючі стрічки для утеплення підставочного профілю та загалом віконного отвору;
- брендovanі сталеві анкерні пластини для встановлення вікон;
- турбогвинти для встановлення дверей.

Як результат – теплий монтаж підвищує енергоефективні властивості конструкції і забезпечує її надійне функціонування протягом довгих років.

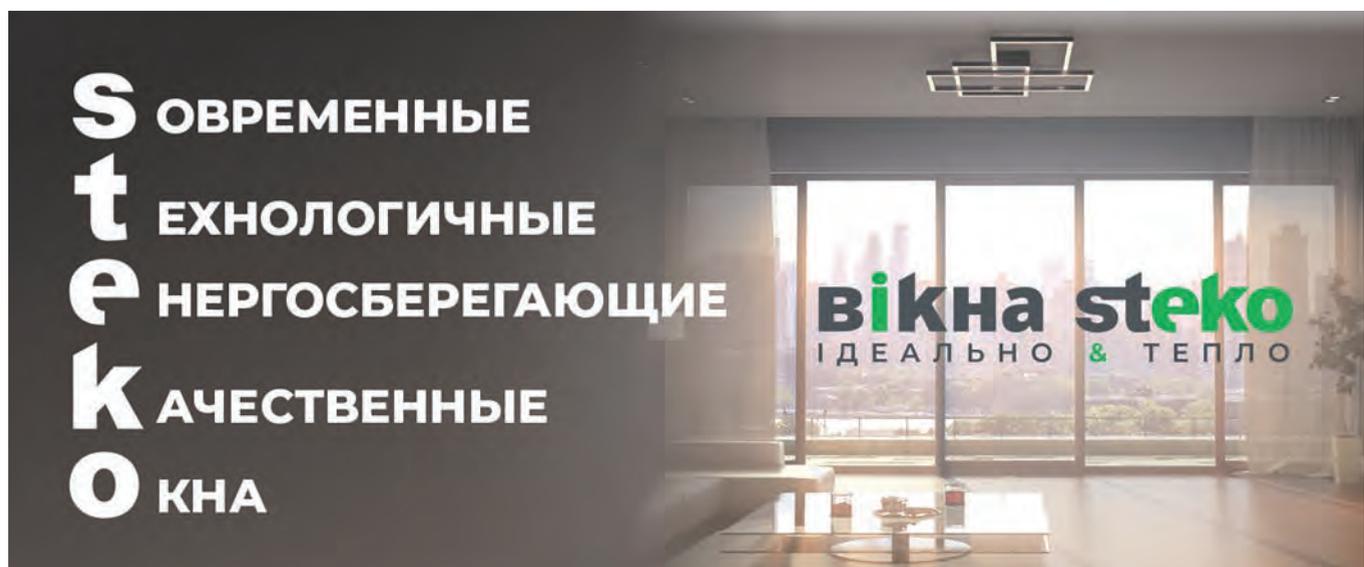
Для зручності покупців вікна Steko Ideal можна придбати, обравши один з варіантів оплати – відразу ж цілком, частинами без збільшення вартості вікна або в кредит. Подібні способи дозволяють отримати конструкції сьогодні, а сплачувати протягом 3 або 6 місяців. Гарантії виробника підтверджуються електронним гарантійним талоном, який після оформлення покупки доступний кожному замовнику на сайті Steko.com.ua, не загубиться та не зіпсується.

Компанія Steko – єдина в Україні надає подібний сервіс.

Нова концепція компанії Steko «ідеально&тепло» враховує всі моменти, щоб якомога більше українців вибрали інноваційні вікна Steko. Тим самим, вони зможуть покращити якість свого життя та створити в домі комфортну, затишну, ідеально теплу атмосферу.

вікна steko
ІДЕАЛЬНО & ТЕПЛО

www.steko.com.ua





VÖROKA – ПРОСТОЕ РЕШЕНИЕ СЛОЖНЫХ АРХИТЕКТУРНЫХ ЗАДАЧ

Что такое VÖROKA, скорее всего спросят оконные дилеры или архитекторы, которые не часто ездят на международные выставки, но при этом хотят предлагать людям что-то новое.

Ответ простой. VÖROKA – это абсолютно новый продукт для нашего рынка. Компания VÖROKA создана в 1964 году, работает с холодным алю-

минием и поликарбонатом уже более 55 лет. Начало деятельности компании пошло со слайдинговых систем и павильонов для покрытия бассей-

нов. Далее в ассортименте появились летние террасы холодного типа, которые представляют собой конструктор многофункционального типа.

В Украине бренд и все продукты VÖROKA эксклюзивно представляет компания SOLWIN. Теперь давайте более детально рассмотрим базовый ассортимент и технические возможности продуктов VÖROKA.

Оригинальное техническое решение павильонов для бассейна и летних террас VÖROKA со скользящей/слайдинговой системой открывания на холодном алюминии с использованием прозрачного или полупрозрачного оргстекла или поликарбоната (производства Германия) с определенной толщиной (зависит от расчёта). Основной особенностью этого высококачественного материала является то, что он на протяжении многих лет не теряет своей прозрачности, не выгорает, не становится хрупким и гарантия на него начинается от 25 лет!

«Форма гнutoго алюминия была разработана и рассчитана таким образом, что радиус профиля имеет наклон, чтобы лист оргстекла или поликарбоната, когда он уклады-





Специальная форма конструкции обеспечивает идеальное использование солнечного света и комфортную температуру даже зимой. Мебель и отделка террасы защищены от влияния атмосферных осадков, Защита, уют и комфорт, современный стиль и дизайн, удобство и функциональность сделают вашу террасу местом, куда обязательно захочется вернуться.

вається на гнутый алюминий принял форму алюминия и не прогибался под собственным весом», - рассказывает Александр Степаненко, владелец компании SOLWIN.

«Срок изготовления такой конструкции от 4-5 недель, в зависимости от спецификации, все производство осуществляется в Германии. Монтаж на объекте выполняет наша бригада профессиональных installеров примерно за 1-2 дня. В чем еще большое преимущество, что нет необходимости готовить фундамент, так как сами конструкции достаточно легкие, но очень прочные. Вес террасы 6x4 м составляет где-то 350 кг. Почему эти решения могут быть востребованы украинским рынком? Прежде всего это легкость конструкций в монтаже и сборке, практичность конструкций. Слайдинговые системы открывания могут быть не только во фронтальной части, но и сама крыша. Мы получаем полное открывание, максимум солнца и воздуха, при этом если закрываем, мы защищаем себя от продувания, непогоды, дождя и даже снега. В террасу монтируется система внутренней солнцезащиты от компании VÖROKA, это внутренние тканевые маркизы, которые поднимаются или опускаются при необходимости. Торцевая часть систем

VÖROKA изготавливается из каленного стекла, где можно спокойно смонтировать разного типа двери.

Сегодня в Украине эти системы могут применяться в ресторанах и кафе, монтаж уличных террас (с возможностью легкого монтажа и демонтажа на зимний период), далее это гостиничные хозяйства, ну и конечно же частные коттеджи. Параллельно мы видим хороший рынок для бассейнов. Дело в том, что параметры этой террасы позволяют нам делать покрытия для бассейнов до 10-14 метров шириной и с неограниченной длиной. При этом по периметру бассейна люди могут спокойно ходить в полный рост», - в заключение отметил г-н Степаненко.



Александр Степаненко
владелец компании SOLWIN



Центральный офис:

м. Харьковская, г. Киев, ул. Бажана 36-а, офис 5
тел.: +38 044 33-22-011, +38 067 61-00-111
info@solwinft.com, www.solwinft.com
www.viknaveka.com.ua, www.markisa.com.ua

Идеальное место для отдыха после посещения сауны или бассейна. Форма куполообразной крыши создает уникальное ощущение пространства и усиливает силу солнца. Навес гармонично впишется в экстерьер вашего дома, гостиницы или сада. При этом плоский дизайн не помешает плавать и плескаться под навесом. Будь то бассейн отеля или большой оздоровительный центр, концепция кровли индивидуально адаптирована к вашему объекту и вашим потребностям, спланирована и реализована исходя из ваших пожеланий.



П'ЯТА МІЖНАРОДНА КОНФЕРЕНЦІЯ ЕТЕМ З ФАСАДНОГО ІНЖИНІРИНГУ

Діджиталізація і автоматизація в архітектурі будуть серед акцентів в програмі.

16 листопада цього року ЕТЕМ вкотре збиратиме всесвітньо відомі імена архітектури на Міжнародній фасадній конференції. Кожні два роки захід стає платформою професіоналів, де представлені останні інновації і тенденції у фасадному інжинірингу, нові ідеї та концепції в галузі архітектури та сталого розвитку міста, а також найактуальніші технології будівництва.

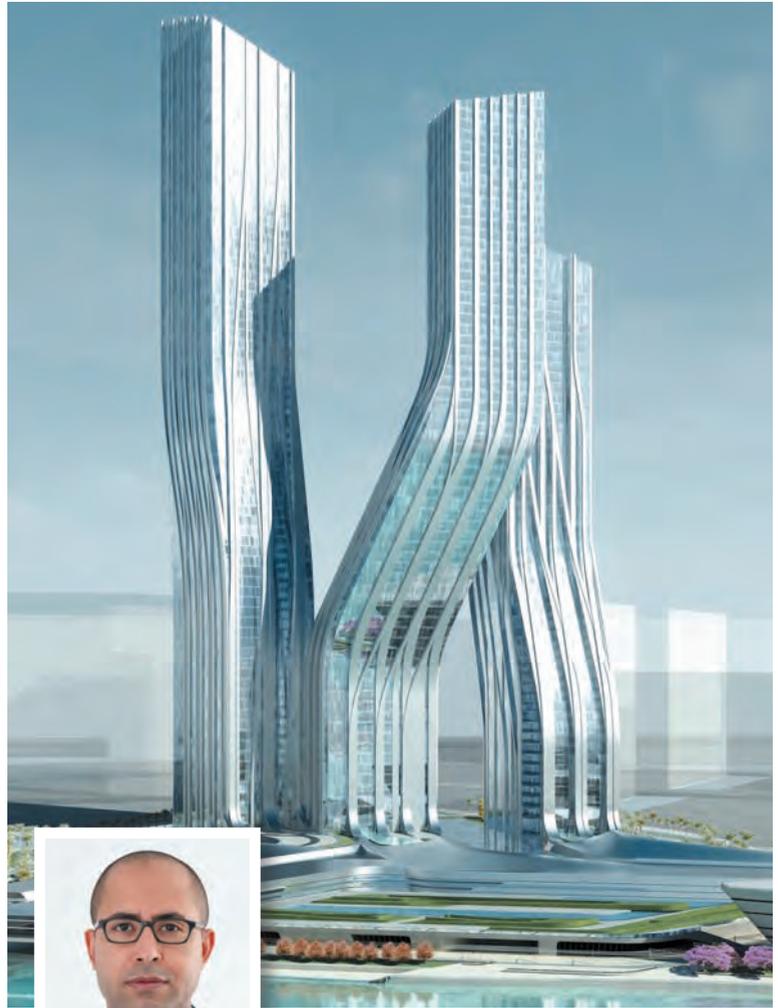
Майбутня п'ята конференція буде підтримана Американською радою високих будівель та міського середовища (СТВУН), членом якої є компанія ЕТЕМ. Головною темою конференції стане проектування, будівництво та експлуатація високих багатопверхових будівель у міському середовищі, а також останні тенденції і рішення у фасадному інжинірингу хмарочосів. Серед важливих аспектів форуму – діджиталізація в архітектурі, автоматизація різноманітних процесів та новітні технологічні рішення щодо захисту від сонця. П'ята міжнародна конференція обіцяє динамічну програму з надихаючими презентаціями провідних спеціалістів в галузі архітектури та фасадного проектування. Цього року знову будуть представлені всесвітньо відомі фахівці різних галузей, які окреслять нову перспективу для останніх тенденцій і розробок в проектуванні.

Серед спікерів, які підтвердили свою участь – Мірон Мутіяба, головний проєктант архітектурного бюро Zaha Hadid Architects. Він представить інноваційні архітектурні проєкти та використання нових розрахункових прийомів при проектуванні та оптимізації складних фасадів. Мірон Мутіяба брав участь у масштабних проєктах, таких як хмарочоси Signature Towers, що зводяться в Дубайській затоці, знаковий Jockey Club Innovation Tower, який став новим рушієм у розвитку Гонконгу в якості дизайнерського центру Азії. Мірон Мутіяба є частиною команди, яка проектувала 5-зірковий готель Morpheus в Макао. Morpheus перша у світі висока будівля з екзоскелетом вільної форми, що займає понад 12 тисяч квадратних метрів фасаду. Він є відповідальним за розрахунок компонентів фасаду готелю Morpheus, включно з повним проектуванням та оптимізацією алюмінієвої оболонки.

Стівен Кеннеді, асоційований партнер архітектурного бюро Grimshaw, презентуватиме різні інноваційні техніки проектування та рішення для реалізації архітектурних конструкцій у гармонії з їхнім навколишнім середовищем. В даний час Стівен Кеннеді працює над динамічним міжнародним портфоліо проектів, спрямованих на захист та просування екологічної, природної та культурної спадщини. Одним із таких проектів є Oman Botanic Garden (Ботанічний Сад Оману), який зараз зводиться біля підніжжя гори Аль-Хаджар. Сад поєднуватиме вирощування, вивчення та збереження багатой місцевої флори Оману через різноманітні засоби захисту рослин, екологічну освіту та садівництво. Стівен Кеннеді є також директором Scale Rule, колективу архітекторів і інженерів, який сприяє культурному розмаїттю та спрямовує громадську прихильність до створення сталого міського середовища.

Свою участь у конференції підтвердив Пабло Заморано, керівник відділу „Geometry&Computational design” в Heatherwick Studio, який має великий досвід застосування нових технологій та методик, а також виконання складних геометричних форм. Пабло Заморано – заступник керівника проекту Coal Drops Yard, знакового лондонського кварталу з роздрібною торгівлі та громадського простору в районі King’s Cross. У 2014 році перед студією було поставлено завдання переосмислити район і виклик перетворити застарілі будівлі та довгі кутові об’єкти на жвавий простір для роздрібно торгівлі і місце зустрічей. Пабло Заморано займається розвитком геометрії проекту, а також координацією виробництва всіх складних компонентів.

Також частиною програми конференції буде Георгі Петров, який є асоційованим директором,



Miron Mutyaba
Signature Towers, Dubai
Courtesy of Zaha Hadid Architects



Steven Kennedy, Oman Botanic Garden- Southern Biome Ext
Photo credits: Grimshaw Architects



Pablo Zamorano. Learning
Photo credits: Joe Almond



Georgi Petrov.
USAFA CCLD SOM
Photo credits: Magda Biernat

інженером-будівельником в SOM (Skidmore, Owings & Merrill LLP). Він має досвід роботи із різноманітними складними формами і проектами, включаючи корпоративні та комерційні офіси, будівлі культурного використання, транспортні споруди, а також особливі скляні та сталеві конструкції. Георгі Петров працює над конструкційним проектуванням Національного музею армії США (Форт Белвар, штат Вірджинія) – складного комплексу, що складається з музею, центру технічного обслуговування, стоянки, виставкових залів, церемоніальних та нарад, які займають 34 гектари.

Цікавим спікером обіцяє стати Філіп Фуше, директор провідної південноафриканської архітектурної компанії SAOTA Architecture & Design. Філіп Фуше має особливий інтерес до традиційної архітектури та сталого розвитку, який він успішно реалізував у різних проектах у Південній Африці, Західній Африці, Індії, Китаї та Європі.

Також до програми Конференції долучиться з презентацією Даніель Босія, провідний дизайнер і проєктант гіганта Thornton Tomasetti. В цей час команда Thornton Tomasetti працює над конструктивним проєктуванням вежі Jeddah Tower, яка в 2020 році стане найвищою спорудою у світі та першою спорудою, яка досягатиме 1 кілометра у висоту.

Після болгарських спікерів до форуму приєднається архітектор Ангел Захарієв, з бюро A&A Architects, яке працює над одними з найбільш значущих в просторовому і архітектурному аспекті проектами в Софії та Болгарії – Sofia Capital City, NV Tower та інші.



Phillippe Fouche. CSE Dakar Senegal
Photo credits: SAOTA Architecture

Вперше в конференції візьме участь архітектор Радо Тодоров, який керує однією з найбільш швидко зростаючих компаній з проектування в Болгарії – RT Consult (Пловдив) та Buro International (Софія). Деякі з найбільших міжнародних проектів бюро – 5-зірковий готель найвищого рівня Hotel Marina Gat Dubai в Об'єднаних Арабських Еміратах, Dominica Report у Домініканській Республіці, MALL Shymkent в Шимкенті, Казахстан.

Спікером конференції буде доктор Павлос Ватаваліс, головний технічний директор ЕТЕМ. Останні 16 років доктор Ватаваліс працював на ключових галузевих посадах у Європі. Протягом 10 років він читав лекції на кафедрах будівництва та машинобудування в Університеті Західної Аттики, а також у інших навчальних закладах на теми, пов'язані з «розумними» фасадами.

Організатор ЕТЕМ обіцяє динамічну програму та інноваційні ідеї, які надихатимуть і заряджатимуть аудиторію.

Ви можете отримати актуальну інформацію щодо події і спікерів форуму на facadeconference.com

ETEM

ТОВ «ЕТЕМ СИСТЕМЗ»

02081, Київ, вул. Здолбунівська, 7Д

тел. +38 044 499 07 87

office@etem.com.ua

www.etem.com.ua



Daniel Bosia
Heydar Aliyev Centre
Photo credits: www.akt-uk.com



MURAT MAKINA – ДЕЛАЕМ ОКОННЫЙ БИЗНЕС ПРОЩЕ

Murat Machinery LTD, является официальным представителем компании Murat Makina в Украине, приняла участие в Международной выставке окон, дверей и стекла WINDOLVIV 2019, которая проходила с 10 по 12 сентября 2019 года во Львове, в современном выставочном комплексе «Південний ЕКСПО».

На стенде площадью 150 кв. м нашей компанией были представлены, а впоследствии реализованные украинским производителем окон, следующие модели оборудования для обработки ПВХ-профилей: ав-

томатический станок для зачистки углов с «s» управлением (2 оси - 2 сервопривода) CN 770/20, автоматический четырехголовый сварочный станок KD 658/20 и обрабатывающий центр для профилей SC220/40.

KD 658/20 и CN 770/20 могут быть интегрированы между собой в сварочно-зачистной комплекс. Каждый станок управляется с помощью компьютера, который имеет связь через wi-fi с интернетом. Это позволяет оперативно программировать и диагностировать всю систему, определять возможные неисправности напрямую обратившись к производителю.

Обрабатывающий центр для ПВХ-профилей SC 220/40 с помощью 12-ти инструментов позволяет выполнять все операции резки, фрезерования, сверления и маркировки на ПВХ-профи-

MURAT — ОДНА ИЗ ПЕРВЫХ В МИРЕ КОМПАНИЙ, СОЗДАВШАЯ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ ЦЕНТР ДЛЯ ОБРАБОТКИ ПВХ ПРОФИЛЯ



Murat Machinery — турецкая компания, которая проектирует и изготавливает оборудование для обработки оконных профилей из ПВХ и Алюминия с 1983 года. Штаб-квартира Murat Haffner находится на современном заводе площадью 16500 кв. метров в промышленном центре Стамбула в Турции. В 2013 году наша компания приобрела 100% право на использование технологий и логотипа компании Haffner (Хаффнер), немецкого поставщика оборудования для производства ПВХ окон.

murat®

ООО «Мурат Машинери»
Украина, г. Киев, ул. Липская, 9а, оф.16
Тел. +38 044 253 91 78
Тел. моб. +38 050 923 02 14
murat.ukraine@gmail.com
www.murat.com.tr



лях на одном станке. Станок работает с 7 осями, управляемыми сервоприводами, обеспечивая таким образом высокую точность и производительность (до 160 окон за 8 часов).

Точность работы, надежность и долговечность оборудования компании Murat Makina обеспечиваются использованием компьютерных программ, которые передают всю информацию, необходимую для распознавания профилей и контролируют все этапы обработки профилей и контуров.



- Обладаем развитой инфраструктурой по всему миру.
- Поставили оборудование в 85 стран.
- Оказываем постгарантийное обслуживание в 50 странах.
- Офисы функционируют в 16 странах на всех континентах.



ГАРАНТИЯ 1 ГОД



Сервисное обслуживание и постгарантийный ремонт оборудования Murat по всей Украине и странах СНГ

Пусконаладочные работы производятся нашими специалистами.

После чего вы получите 1 год комплексного сервисного и гарантийного обслуживания поставленного оборудования.

Минимизируем простой оборудования за счёт квалифицированной поддержки 24/7.

В 75% нештатных ситуаций возобновление производства возможно силами техников на вашем производстве после коротких инструкций.

- Удалённо производим компьютерную диагностику оборудования.
- Изучаем фото и видео материалы, которые вы можете передать удобным способом.

Фиксированная оплата бригады техников по факту устранения неисправности:

- Без привязки к работо-часам.
- Работать будем даже ночью.
- Подберем и доставим необходимые запчасти в срок от 2 до 20 дней.

Основные запчасти всегда в наличии на одном из 3 складов.





ОТКУДА БЕРЕТСЯ РАЗНИЦА В ЦЕНЕ «ОДИНАКОВЫХ» ПВХ ОКОН?

Неумение продавать качественные и дорогие окна – рок, который преследует украинский оконный рынок уже достаточно давно, наверное, с самого начала его основания.

Мы часто жалуемся на производителей, которые делают некачественные окна, но при этом забываем о тех, кто стимулирует их в этом. Это целая армия продавцов-консультантов, большая часть из которых продаёт окна по принципу «Лучше синица в руках, чем журавель в небе», или другими словами, лучше продать подешевле хоть что-то, чем предложить дороже и не продать ничего.

Мы решили собрать фокус-группу из представителей основных направлений оконного рынка: поставщики ПВХ-профиля и фурнитуры, производители оконных конструкций, дилеры и инсталляторы, а также эксперты, представители Ассоциаций, специализированные СМИ. И провести заочный круглый стол на тему:

Откуда берется разница в цене «одинаковых» ПВХ окон?

Этот материал направлен на повышение уровня знаний продавцов-консультантов с целью поднять свой средний чек, грамотно и четко аргументируя разницу между внешне похожими для потребителя продуктами.

1. Базовое ценообразование оконной конструкции и основные важные факторы, влияющие на стоимость окна. (Или как технически правильно обосновать, что «бесплатный сыр только в мышеловке»).

2. Не все белые ПВХ окна одинаковые. В этом можно убедиться если обратить внимание на... (На что нужно обратить внимание клиента в салоне, используя образец окна или уголок, тем самым показать, что это окно является качественным: вес профиля, проверка напыления на стеклопакете, скрытые возможности фурнитуры и т.д.).

3. Насколько наличие качественного шоу-рума влияет на цену готового изделия? Позволяет ли шоу-рум повысить маржинальность продукта?

4. Почему при снижении курса дол/евро почти на 2 грн, цены на готовые изделия практически не изменились?

5. Какие по вашему мнению существуют эффективные инструменты для поднятия среднего чека и маржинальности продукта. Обучение и тренинговые программы для продавцов позволяют увеличить средний чек или на данном этапе развития рынка обучать персонал бессмысленно?



Сергей Сорокун
коммерческий директор
«Глас Треш Украина»

Практически у каждого из нас в жизни наступает период, когда приходится заниматься строительством или ремонтом жилья. Кроме огромного количества задач, связанных с ремонтом, как правило, мы сталкиваемся с проблемой выбора окон.

Что важно, на что нужно обращать внимание в первую очередь при выборе окна?

Функциональность. Какое окно вам нужно по его функциональным характеристикам: теплосбережение, солнцезащита,

безопасность, звукоизоляция, пожаробезопасность, комбинация всех этих функций? Как правило конечный потребитель ищет решение только в профильной системе и фурнитуре, забывая о стеклопакете. И это огромная ошибка. Некоторые из перечисленных функций способны обеспечить только стеклопакет или в комбинации с профилем или фурнитурой. Но не наоборот.

Качество. Если говорить о стеклопакетах – это конечно Глас Треш, или другие надежные производители, которые на рынке не один год, заработали репутацию качественного производителя, имеют отлаженную систему контроля качества, сертифицированы согласно стандарту EN1279,

предоставляют гарантию не менее 5 лет, выполняют свои гарантийные обязательства.

Цена. Откуда берется разница в цене на якобы одинаковое окно? Цена, естественно, зависит от производителя профиля, самой профильной системы, армирующего профиля, фурнитуры, монтажных материалов, но на первое место я бы снова поставил стеклопакет. Применяя различные типы стекол с функциональными покрытиями, триплекса или закаленного стекла, «теплой рамки» или пожаробезопасного стекла, мы увеличиваем или уменьшаем стоимость окна.

Но разница в цене может быть минимальной при повышении функциональности в разы. Наведу небольшой пример: стоимость обычного окна с обычным однокамерным стеклопакетом сегодня на рынке составляет 1500 грн за кв.метр, (в котором стеклопакет занимает 30 % стоимости и имеет коэффициент сопротивления теплопередаче 0.3) на такое же окно с энергосберегающим двухкамерным стеклопакетом и аргоном стоимость составляет 1900 грн кв.метр (в котором стеклопакет занимает 34 % стоимости и имеет коэффициент теплопередачи 0.6).

С учетом того, что стеклопакет занимает 80% площади окна, он и влияет на его функциональность.

Другими словами, окно, которое в 2 раза лучше по своим теплофизическим характеристикам, только за счет стеклопакета всего лишь на 27 % дороже.

И снова все зависит от стеклопакета.

Покупая окно, выбирайте в первую очередь стеклопакет, желательно стеклопакет от Glas Trösch.



Андрей Таранушич
коммерческий директор VEKA Ukraine

1. На сегодняшний день существует три важнейших фактора, влияющих на стоимость окна:

- Качественные компоненты и комплектующие окон и дверей.
- Компетенции и профессионализм оконной компании.
- Персонал (продавцы, технологи, производственный персонал).

Для уменьшения стоимости окна сэкономить можно только на одной из выше указанных составляющих.

В свою очередь это неизбежно приводит к снижению качества как самого изделия, так и его свойств. Качественное дешевым не бывает.

2. Абсолютно все составляющие окна важны. Но прежде всего, стоит обратить внимание на следующее: - ПВХ профиль. Должен быть качественный продукт, способный обеспечить весь спектр потенциальных потребностей потребителя: максимальные габариты оконной конструкции, возможность использования противозломной фурнитуры, возможность разнообразной ламинации, широчайший спектр дополнительных профилей для решения задач любой сложности.

- Фурнитура. Фурнитурная система должна иметь различные решения в части противозломности, различных

вариантов открывания и проветривания, широкие несущие способности для больших и тяжелых створок.

- Стеклопакет. Должен обеспечить высокие энергосберегающие характеристики, шумозащитные, возможность заказа антивандалного или защитного стеклопакета.

3. Наличие качественного шоу-рума оказывает большое влияние на «средний чек», поскольку важнейший фактор в продажах – доверие. Невозможно сформировать доверие в «сарая», невозможно продавать дорогой продукт с «табуретки».

4. Достаточно обратиться к официальной статистике и убедиться, что ключевым фактором, препятствующим снижению стоимости готового изделия, является рост зарплат в Украине. Ведь доля заработной платы в стоимости любого продукта растёт и это является неизбежным фактором в условиях экономического роста.

5. Самый эффективный инструмент – это продавец. Его невозможно научить, если нет внутренней мотивации. Любые усилия будут сведены к нулю. Ключевая задача оконной компании – высоко мотивированный персонал, стремящийся обучаться. Если таковой попадается – необходимо хватать обеими руками.

Быть максимально честным со своим потребителем. Обман всегда «всплывет на поверхность» и принесёт репутационные потери и недоверие как к компании, так и продукту.

Философия и ценности компании всегда должны доноситься на рынок. Не стоит ни при каких условиях идти на компромиссы в вопросах качества абсолютно всех составляющих окна и его монтажа. Конечно же, необходимо четко понимать и чувствовать рынок. И тогда ваши усилия увенчаются успехом.



Владимир Мудрак
руководитель технического отдела
бизнес-направления «Решения для оконной
индустрии» компании REHAU

1. На структуру стоимости окна существенное влияние оказывает выбор поставщиков профилей, фурнитуры, стекла и мелких комплектующих. Качественные материалы и комплектующие имеют свою цену и ценообразование и это, как правило, имеет привязку к курсу евро к национальной валюте. Кроме того, на себестоимость существенное влияние оказывает структура производственных издержек оконного предприятия, степень автоматизации производства и его суточная про-

изводительность, наличие или отсутствие собственного производства стеклопакетов и его мощность, доля ручного труда в процессах, ситуация с трудовыми ресурсами в регионе и логистические издержки по доставке изделий на конкретный объект. Важно отметить, что создание и поддержание действенной системы менеджмента качества производственных и логистических процессов также требует существенных затрат. Означенные факторы объясняют простую закономерность – качественное окно дешевым не бывает, так как требует квалифицированного

подхода на всех этапах – от первичной консультации компетентного продавца через грамотный замер, качественное изготовление и профессиональный монтаж до своевременного качественного послепродажного обслуживания, ведь современное окно это довольно сложный механизм, который как и автомобиль требует сервисного обслуживания (регулировки, смазки подвижных частей и механизмов фурнитуры, сезонного ухода за уплотнителями и т.д.) в процессе эксплуатации. Везде пресловутый «человеческий фактор» играет существенную роль, а поиск и удержание грамотного персонала, из-за доступности для наших соотечественников привлекательных вакансий в ближнем зарубежье, стали за последние год-два настоящей головной болью не только в оконной отрасли.

2. Большинство продавцов, к сожалению, очень часто концентрируются на «железе и пластмассе» в процессе торговой презентации, забывая о том, что их опытная команда сама является ядром продукта, который может сделать их потенциального клиента счастливым обладателем новых, энергоэффективных окон, с которыми не будет никаких проблем. Чтобы понять о каких свойствах своих окон рассказывать покупателю и как подчеркнуть уникальные преимущества, следует разобраться какие проблемы хочет решить ваш контрагент в ходе санации остекления и каких результатов он добивается.

То есть, перестать говорить на сленге оконщика и наконец заговорить понятным потребителю языком. Работая в этом контексте, грамотный продавец может не только удачно продемонстрировать выгодные свойства предлагаемого профиля/стеклопакета/окна как целостной конструкции, но и подчеркнуть тот уникальный вклад, который только вы с командой вносите в продукт и что выгодно отличает его от тысяч предложений, изготовленных из того же профиля, фурнитуры и т.д. Именно этому мы и стараемся научить торговый персонал наших партнеров-производителей окон в сети тренинг-центров RENAУ Akademie по всей Европе.

3. Ответ на вопрос стоит ли оборудовать шоу-рум «по богатому» лежит в том на какой сегмент потребителей ориентируется предприятие и какова локация торговой точки. Если целевая аудитория компании это состоятельные клиенты, строящие коттедж в ближайшем пригороде мегаполиса или обустривающие роскошные апартаменты в центре города, то без грамотно и богато (не в смысле позолоты и мрамора, конечно) оборудованного шоу-рума продавать будет крайне сложно, так как успешный заказчик знает, как выглядит успешный бизнес и требует квалифицированной консультации, обилия демонстрационных образцов, а в последнее время все чаще и смарт-решений, интегрированных в окна, которыми он может управлять со своего смартфона находясь вне дома. Такие продукты «на пальцах» не продаются. Естественно наличие такого салона или сети салонов несет за собой солидные затраты и предприятия, идущие на подобные расходы, предлагают продукты с высокой добавленной стоимостью, рассчитывая на платежеспособного и требовательного покупателя. Иными словами, хороший салон не столько позволяет продавать те же окна, что продают у метро с табуретки, но дороже, сколько получить доступ к клиентуре, готовой оплачивать дорогие высокомаржинальные решения. Если же концентрироваться на среднем жителе спального района с одним двумя белыми окнами или остеклением балкона в заказе, то роскошная точка продаж его скорее отпугнет, так как сразу же вызовет мысли о размере торговой наценки, ведь все это надо «оплатить с его заказа».

Описанная дилемма часто приводит к тому, что некоторые предприятия идут на содержание нескольких торговых марок, работающих с разными сегментами рынка, одни из которых продают в роскошных шоу-румах, тогда как другие сосредотачивают весь бизнес «в интернете», стремясь предложить своему покупателю добротный продукт, не отягощенный дополнительными издержками, а иногда и просто очень дешевый продукт с соответственным набором потребительских свойств, если неприхотливого покупателя ничего кроме цены не интересует.

4. Утверждение, заложенное в этом вопросе скорее справедливо по отношению к b2c-продажам и не совсем актуально для рынка профессиональных покупателей. Поскольку цены на абсолютное большинство материалов и комплектующих для производства окон так или иначе номинированы в долларах или евро, то курсовая волатильность практически всегда приводит к колебаниям цены готовых изделий в том или ином направлении. Сегодняшняя ситуация с неожиданно долгосрочным укреплением курса национальной валюты отличается лишь тем, что время этого укрепления совпало с сезонным ростом рынка и связанным с ним «некурсовым» ростом цен на ряд комплектующих и с загруженностью основных операторов рынка. Если производство недогружено, то все «свободные резервы ценообразования» предприятие пытается передать в сбытовую цепочку в виде скидок, чтобы загрузиться по максимуму, если же портфель заказов и без того полон и сроки выполнения заказов растут, то ни один здравомыслящий предприниматель не станет отыгрывать ценой каждое укрепление курса гривны. Кроме того, постоянный кадровый голод заставлял предприятия повышать заработные платы персоналу, что также влияет на цены. Эта простая истина вполне ясна и покупателям. Именно поэтому большинство рациональных покупателей старается не откладывать покупку окон, как и ремонт вообще, на высокий сезон.

5. Для того чтобы работать с хорошей маржей современное оконное предприятие должно иметь понятное потенциальным потребителям позиционирование, диверсифицированный портфель заказов и правильный продукт-микс. Проще говоря, архиважно, чтобы доступная вам с учетом реалий рынка, маркетинговая коммуникация была направлена именно на тех покупателей, под которых вы и планировали свою линейку продуктов и бизнес-процессы, и как только желанный контакт с целевой аудиторией происходит, то успешность затеи полностью на плечах подготовленных вами продавцов. Возможности для того, чтобы увеличить средний чек и продавать высокомаржинальные продукты им может дать грамотная программа обучения в комбинации с простой и честной бонусной системой, поощряющей как личную активность работника, так и его вклад в командный результат. На все вопросы касательно того, как продать тому или иному покупателю побольше и подороже знает ответы только сам покупатель – вам просто нужно приставить к нему продавца, который имеет стратегию, умеет слушать и имеет хорошую техническую и социальную компетенцию. Именно поэтому, обучать персонал есть смысл всегда, так как купить на рынке полностью готового специалиста с нужным уровнем подготовки задача не только крайне сложная, но и чрезвычайно дорогостоящая. Однако часто программы обучения оказываются малоэффективными как правило из-за того, что сами собственники бизнеса не имеют

четкой стратегии в контексте образования и развития персонала. В таких случаях не обойтись без партнеров, имеющих опыт и экспертизу как в управлении продуктом, так и в разработке обучающих программ, поскольку именно портфолио и целевая аудитория диктуют нужные для успеха навыки сбытового персонала.



AXOR

Эдем Хаурмаджи
директор по продажам AXOR в Украине

1. Сложно представить современное жилье без окон. И для того, чтобы понять какие же основные факторы влияют на стоимость окна, давайте вернемся к определению его основных функций. А это: 1. Ограждающая функция. 2. Пропускание естественного света. 3. Теплоизоляция. 4. Звукоизоляция. 5. Воздухообмен. 6. Защита дома от грабителей. 8. Солнцезащита. 7. Декоративные функции.

За реализацию каждой из вышеперечисленных функций отвечают те или иные комплектующие окна (рамный и створочный ПВХ профиль, стеклопакет, фурнитура, армирующий профиль, уплотнитель, оконная ручка), а также качество монтажа самого окна.

Следовательно, если мы хотим получить действительно многофункциональное окно, в котором каждая функция будет максимально соответствовать требованиям покупателя, то и комплектующие, которые отвечают за эти функции, должны быть соответствующими.

К примеру, если говорить о функции защиты дома от проникновения злоумышленников, то продавец должен предложить покупателю установить в окна антивандальную, а не обычную фурнитуру и металлический армир в профиль толщиной не менее 1,5 мм. К тому же, он должен быть сплошным, а не кусками в районе петель группы.

Также и с теплоизоляционными функциями окна, зависящими прежде всего от стеклопакета и его коэффициента сопротивления теплопередачи, который различный для разных климатических зон Украины (например для Киева это $R=0,75$, а для Одессы $R=0,6$), и от монтажной глубины и толщины наружной стенки ПВХ профиля.

К примеру, профиль 60 мм серии может обеспечить соответствие ДБН только для II климатической зоны Украины, а также может быть использован для неотпливаемых помещений. А продавцы предлагают его повсеместно покупателям, потому что он дешевле и в настоящее время для них важно продать, а не объяснить почему стоит выбрать более дорогой профиль 70 мм серии и выше, чтобы впоследствии не платить гораздо большие суммы за отопление.

3. Влияет, и очень сильно. Презентабельный шоу-рум, в котором есть все образцы комплектующих, окон, уголков, стенды. Есть сертификаты качества, как на сами окна, так и на комплектующие. Менеджеры салона, которые встречают покупателей в чистой фирменной одежде и с улыбкой. Все это вызывает прежде всего доверие

не только к самому шоу-руму, но и к словам менеджера. А, следовательно, обладая хорошими техническими знаниями, и коммуникативными навыками, в таком шоу-руме менеджер может обосновано, на образцах объяснить покупателю, почему ему стоит заплатить дороже, и чем будет впоследствии эксплуатация отличаться многофункциональное энергоэффективное окно от обычного стандартного.

5. Продажа окон, только на первый взгляд, кажется легким заработком и такое утверждение может быть характерно только для дешевого сегмента, не предусматривающего впоследствии гарантийное и постгарантийное обслуживание.

Для того чтобы продажа окон действительно приносила хорошую прибыль продавцу и последующий комфорт, безопасность, удобство и удовлетворенность покупателю, нужно не только вкладываться в организацию презентабельных шоу-румов, но и в обучение самих продавцов.

Зачастую менеджеров по продажам, учат самой технологии продаж, но мало уделяют внимания обучению техническим особенностям металлопластиковых окон и дверей и их комплектующих. Причем не разовому, а системному обучению с последующим сопровождением и контролем применения полученных навыков.

Да и учебных заведений, готовящих специалистов для оконной отрасли пока нет. Такие специальности только зарождаются. Например, нас недавно пригласили принять участие в обучении группы в Государственном учебном заведении «Криворожский центр подготовки и переподготовки рабочих кадров строительной отрасли». Надеемся, что это только начало, и впоследствии в каждом техническом ВУЗе или колледже появятся такие специальности, а мы готовы принимать участие в обучении их студентов.



MIROPLAST

Сергей Дацив
директор департамента сбыта
компания «Миропласт»

1. Потрібно визначитись із ціллю і стратегією ведення бізнесу. Можна працювати над підняттям середнього чеку і вважати, що достатньо декількох «хороших замовлень», і це принесе успіх.

Можна продавати якісні вироби з нормальною (чи вище норми) рентабельністю і працювати над рекомендаціями, які в подальшому принесуть достатній об'єм продажу.

Можна працювати за принципом «кожен потенційний клієнт повинен стати клієнтом», як прави-

вило, за рахунок зниження рентабельності чи видаючи бажане за дійсне.

Кожна з цих моделей має місце на ринку і може потенційно задовільнити очікування бізнесу.

Правильної моделі немає, кожен вирішує сам в залежності від досвіду, життєвих і професійних цінностей. Як правило, бізнес еволюціонує і протягом своєї діяльності змінює свою модель і стратегію.

Давайте згадаємо основи фінансів, без них в цьому розділі не розібратись. Ціна – це грошова оцінка вартості, за яку продавець погоджується передати покупцеві свій товар чи послугу. Виручка чи об'єм продажу – це ціна, помножена на кількість замовлень. Собівартість – це грошова оцінка ресурсів, потрібних для купівлі чи виготовлення продукції, сервісу.

А далі формується прибуток, як позитивна різниця між виручкою і собівартістю продукції плюс всіх затрат даного періоду (адміністративні, оренда, транспортні, для організації збуту, маркетингу, гарантійні зобов'язання, відсотки по кредитах, податки та інші).

Як ми бачимо, в складовій ціні є як фактори, які безпосередньо впливають на технічні властивості виробу (матеріальна складова), так і ті, які впливають опосередковано (затрати на персонал, інструмент, гарантійні чи сервісні зобов'язання), а також складові, які не впливають на вибір (ефективність ведення бізнесу, затрати на офісне чи складське приміщення, транспортні, маркетингові, збутові і т. д.).

Я не прихильник теорії, що дороге — обов'язково якісне. Інколи безкоштовний сир — це елемент маркетингової активності, який веде до основного продукту.

Ціна повинна бути зрозуміла і прийнятна обом сторонам процесу, лише в цьому випадку відбудеться передача права власності.

Ключовим являється питання: як технічно правильно переконати?

2. Вікно, як і одяг, потрібно підбирати під конкретного споживача і його будівлю. Звісно, ми можемо вибрати щось стандартне, і в більшості випадків ця річ послужить нам, але краще зняти мірки і підібрати одяг в тому стилі, фасоні, кольорі, який нам пасує.

Вибір вікон чимось схожий на консультацію у лікаря. Ми можемо обійти декілька лікарів, і, як правило, кожен з них нам запропонує свій варіант лікування. Ми можемо скористатись пошуком в Інтернеті і зайнятись самолікуванням.

Але з часом ми зрозуміємо, що ми заплутались і є лише один вихід — довіритись професійному лікарю/консультанту і згідно з його рекомендаціями з урахуванням наших потреб ми отримаємо бажаний результат.

Основне питання для клієнта: якому консультанту довіритись? Основне питання для консультанта: як справити на клієнта враження, що ви саме той консультант?

Ключовим в цьому питанні однозначно являється капітал знань, навиків і досвіду консультанта і тої компанії чи партнерів, які за ним стоять.

Під час консультації важливо не нав'язувати клієнту свою бажану комплектацію виробу, а, задаючи правильні запитання, зрозуміти його потреби і можливості. І вже на їхній базі плавно підвести клієнта до його власного рішення із зрозумілою ціною.

Які зразки потрібні і на які потрібно звертати увагу в салоні – це вже індивідуальна програма кожного консультанта, яка ґрунтується на його розумінні предмету і навиків презентації, і особливостях клієнта (візуал, аудіал і т. д.).

Для поїздки в Італію я орендую маленьке авто, для поїздки в Німеччині по автобанах — авто, на якому комфортно рухатись по автобанах, вдома для поїздок із сім'єю я виберу третій варіант. Так і з вікнами — все індивідуально. Важливо, щоб даний виріб своїм функціоналом, якістю і надійністю задовольняв потреби і очікування клієнта.

Менеджер-консультант, як жонглер, формує певний набір цінностей на базі розуміння потреб чи очікувань клієнта, застосовуючи свої знання і можливості і, як наслідок, формує за цей «коктейль» певну ціну яка або зрозуміла клієнту, або ні.

3. Кожна людина комфортніше себе почуває в тому середовищі, до якого звикла. Якщо ми бажаємо бачити в своєму салоні людей з середнім і вище достатком, нам потрібно до нього наблизитись, як за рівнем персоналу в даному салоні, так і за його локацією, інтер'єром і екстер'єром. Чим більший достаток в клієнта, тим більше він готовий доплатити за небазові цінності і небазові варіанти декору чи комплектації виробу. Тим більше він готовий розмовляти про гарантійні зобов'язання і оцінити той рівень професійності і сервісу, який ви йому надаєте.

Наявність якісного шоу-рума однозначно впливає на вартість готового виробу. Але що таке якісний шоу-рум, що є достатнім, а що надлишкове? Це вже окреме питання.

При цьому жоден якісний шоу-рум не замінить непрофесійності менеджера чи недоліків монтажу і конструкції. Зразки в салоні повинні по комплектації відповідати тим вікнам, які ми бажаємо продавати.

4. Зазвичай, починаючи з травня виробники вікон розпочинали піднімати ціни. І цей процес відбувався плавно в залежності від завантаженості до жовтня-листопада. Далі відбувалось міжсезонне зниження рентабельності. Міжсезонна рентабельність виробника вікон ненормальна для даного типу виробництва, і її потрібно розглядати як тимчасове рішення.

Цей рік особливий, ми не побачили різкого сезонного завантаження галузі, не побачили збільшення термінів виконання замовлень, як наслідок до червня нікому не вдалось вирівняти свою рентабельність.

Але з червня ми спостерігали зміцнення гривні, що фактично без росту цін надало можливість виробникам вікон вийти на нормальну рентабельність. Повторюю нормальну, а не завищену.

5. Консультант в житті (як споживач) повинен як мінімум відповідати середньому типу свого клієнта. В такому разі він буде поділяти ті самі цінності, можливості, краще буде розуміти клієнта і буде більш зрозумілим клієнту.

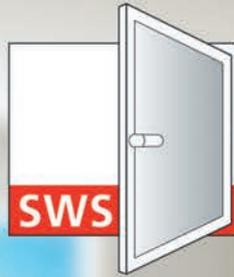
Звісно, ми можемо вчити консультанта, як продати вікна в котедж за 100 000 і більше, але він в житті б на це не потратив таких коштів, оскільки заробляє 10 000 грн в місяць.

Винятки бувають, але це все ж таки винятки. Як правило, власник салону такого типу продажі робить сам, а менеджер працює з меншими середніми чеками.

Найкращий інструмент росту середнього чеку – це розуміння клієнта, розуміння і донесення зручності подальшої експлуатації вашого виробу, суміжності його з супутніми елементами будівлі чи навколишнього середовища. Окрім цього, є ще й супроводжуючі продукти – різного виду автоматика, смарт-елементи, елементи внутрішнього і зовнішнього сонцезахисту, ворота і т. д. Ті речі, які більшість не здатні донести, змонтувати і забезпечити гарантійний і післягарантійний сервіс.

Навчання і тренінги – це нескінченний процес вдосконалення. Але вони повинні бути мотивовані внутрішнім бажанням рости і розвиватись. На сьогодні достатньо матеріалів в онлайн-середовищі. Головне, щоб було бажання їх здобути.

Навчання і тренінги для галочки чи в якості розрядки, розваги теж щось приносять, але не те, що ми очікуємо.



ТЕПЛИЙ МОНТАЖ®

SOUDAL WINDOW SYSTEM

ЯКІСТЬ
ВІДПОВІДАЄ
ВИМОГАМ:

ДБН В.2.6-31:2006
«Теплова ізоляція будівель»

ДСТУ Б В.2.6-79:2009
«Шви з'єднувальні
місць примикання
віконних блоків
до конструкцій стін»

ДСТУ Б В.2.7-150:2008
«Будівельні матеріали,
пенополіуретани монтажні
(монтажні піни).
Загальні технічні умови»



SOUDAL

www.soudal.ua
www.teplyimontazh.com.ua

ПАТ «СОЛДІ І Ко»
м. Київ, вул. Сирецька, 28/2
тел./факс: (044) 591-53-05, 591-53-06
e-mail: info.soudal@soldi.kiev.ua
www.metalvis.ua



Ольга Князева

региональный руководитель Центрального и Восточного регионов «Виконда»

поставщики стекла — разное стекло, разная цена. Во многих компаниях мультифункциональное стекло, к сожалению, неизвестного происхождения. А мы, например, много лет работаем с мировым лидером производства стекла, таким как Guardian. Конструкции с данными стеклопакетами априори не могут быть по стоимости мультифункциональных стеклопакетов других брендов.

- *Качество сборки.* Автоматизированное немецкое оборудование позволяет минимизировать человеческий фактор. В «Виконда» на всех позициях работают специалисты, и откровенно признаться, мы не «распускаем» своих сотрудников в «несезон», чтобы в сезон набрать новых рабочих. Кроме этого, на стоимости отражаются такие показатели как:

- качество зачистки швов;
- удержание скорости выпуска конструкций в «высокий сезон»;
- работа ОТК;
- наличие фабричных гарантийных талонов к каждому изделию, у нас это необычный бланк, заполняемый от руки дилером;
- паспорт на изделие, который документально подтверждает соответствие заказанной комплектации и всех технических характеристик и коэффициентов;
- регулярный экспорт, у нас контракт с испанской сетью строительных гипермаркетов, что говорит о безупречном удержании качества при производстве.

А еще мы первые, кто в Украине получил сертификат немецкого института оконных технологий ift Rosenheim на готовое изделие. В качестве резюме подытожу: «Невозможно снизить стоимость окна, не снизив себестоимость. А снижение себестоимости — это снижение качества. Мы 15 лет идем по дороге «качественный продукт» и сворачивать с нее не намерены!

2. Мы бы хотели дать рекомендации конечным клиентам по этому вопросу: не выбирать окно, основываясь на названии профильной системы. Профиль — это 6-ти метровая палка ПВХ. И даже из самого хорошего профиля можно сделать самое плохое окно. Поэтому стоит задать такие вопросы:

- масштаб завода-производителя (не секрет, что гаражное или мелкое производство намного дешевле);
- сколько лет производитель работает на рынке;
- наличие гарантийного талона к вашему заказу (в качестве подтверждения заказанной комплектации и гарантии на изделие);

1. Обоснование стоимости лежит именно в соответствии заявленной комплектации конструкции. То есть обещанное не всегда является таковым. Правильное обоснование стоимости включает такие характеристики:

- *Толщина армирующего профиля.* Проверить сложно, но можно: 1) при разгрузке достаточно ощутимо по весу; 2) при монтаже изделия опытный мастер может дать обратную связь о толщине армира.

- *Стеклопакет.* Разные

• куда можно обратиться в случае переезда ТТ дилера, где заказывали окна (есть ли горячая линия завода).

Собрав все ответы в комплексе, вы получите качественное окно, которое будет соответствовать особенностям вашего помещения (профиль, стекло, фурнитура, сборка, монтаж, гарантия).

3. Наличие шоу-рума говорит о статусе бренда и компании. И да, позволяет повысить маржинальность за счет того, что:

• шоу-рум позволяет вам работать с клиентами с высокой покупательской способностью, а эти клиенты по рекомендациям поведут за собой таких же;

• вы можете продавать маржинально высокие продукты. Я всегда привожу в пример фирменный салон «Виконда», говорю о том, сколько лет он работает, какими выставочными образцами наполнен, и какая клиентская база создана за все годы работы.

• и главный аргумент — невозможно (очень редкое исключение) продать эксклюзивные премиум изделия, не дав клиенту их увидеть и потрогать.

4. Наша компания прилагает все усилия, чтобы в моменты роста курса доллара или евро не поднимать стоимость на изделия. Поэтому, когда курс снижается на 2 грн, это никак не отражается на стоимости изделия.

5. В первую очередь, это компетентность менеджера. На рынке СПК очень мало компетентных менеджеров, поэтому если ваш менеджер будет знать все преимущества продукта и владеть техниками продаж — это не только выделит вас из числа всех конкурентов, но и реально повысит конверсию, что отразится на повышении прибыли. Нет смысла открывать салон в районе с высокой проходимостью, вкладывать деньги в рекламу, если на входе будет проводиться некачественная работа со всеми входящими потенциальными клиентами. Поэтому вкладывать в персонал и его обучение имеет смысл всегда. Менеджер должен идеально разбираться в продуктовой линейке, ориентироваться в потребностях и уметь пользоваться демонстрационными инструментами. Мы настаиваем на онлайн обучении и регулярном повышении квалификации.



Виктор Пиняк
торговый представитель
«Винкхаус Украина»

1. Вікно повинно задовольняти базові потреби клієнта: комфорт та захист. Комфорт через забезпечення належного мікроклімату в приміщенні (низькі енерговитрати на підтримку температури, регулювання притоку свіжого повітря, зручність у керуванні, в тому числі автоматично без участі людини). Захист через підвищену зламостійкість та інтегровану систему сигналізації, дитячу безпеку. Крім того, вікно (як і двері) повинно бути частиною інтер'єру.

2. Комфорт. Енергоефективність склопакету. Можливість регулювання інтенсивності провітрювання. Підтримання мікроклімату

без участі людини (Smart Home). Захист. Механічний захист. Сенсорний захист, який враховує різні режими роботи вікна. Можливість підключення до служби охорони. Естетика. Форма та колір профілю. Прихований віконний механізм. Добре підібрана ручка. Спеціальні можливості. Важкодоступні вікна, скляні стіни, вікна в дитячу кімнату, тощо.

3. Безперечно, якісний шоу-рум впливає на маржинальність і допомагає презентувати нестандартні рішення.

5. Найефективнішим інструментом продажу є професіоналізм менеджера та правильно обладнаний шоу-рум (активні продажі, як правило, також завершуються в шоу-румі). Персонал слід постійно школити. А зважаючи на високу плинність кадрів в галузі, це робити обов'язково.



Ігорь Сидоренко
директор по маркетингу ЕКІПАЗН

в наших головах и головах наших клиентов? Исключительно через сопоставление «цены» и «ценности». Так вот, к сожалению, наш рынок стремится полностью игнорировать вторую часть этого уравнения. Понимая реальную потребность клиента, можно и нужно подобрать наиболее подходящий вариант, который в уравнении «цена» – «ценность» как минимум поставит между ними знак «=». Окно – достаточно сложный продукт и сказать, что есть однозначно «хорошие» или однозначно «плохие» окна невозможно. Тут вопрос больше не про то, чтобы технически обосновать почему «вот то» не стоит покупать. Здесь больше про то, что действительно нужно клиенту и предлагать решения, которые решают именно его «боль». Другими словами: как бы технически грамотно и эмоционально не доносить выгоды шумозащитного окна клиенту, у которого дом в лесу, он вряд ли на это отреагирует. Или говорить об энергоэффективности, когда есть потребность у клиента в остеклении нежилого и неотапливаемого подсобного помещения.

2. Для клиента «качественное окно» – это окно, которое решает именно его «боль» или потребность. Обладая пониманием потребности, менеджер всегда сможет показать это на образцах. Можно долго показывать толщину стенок профиля или конфигурацию армирования клиенту, для которого важна безопасность его загородного дома. Но если не показать в комплексе как окно будет защищать дом от взлома, толку от такого разговора будет немного.

1. Ключевые факторы, влияющие на стоимость готовой конструкции:

- Профильная система.
- Стеклопакет.
- Фурнитура.
- Армирующий профиль.
- Технология и материалы для монтажа.

Главной проблемой нашего рынка является крайне низкий уровень знаний и выявления потребностей клиента. Как формируется понимание «дорого», «нормально» или «дешево»

3. В первую очередь, повысит маржинальность продукта позволяет грамотная работа менеджера и понимание, что нужно клиенту. И, конечно же, качественный шоу-рум дает дополнительные возможности для демонстрации и обоснования решений, предлагаемых менеджерами. Люди предпочитают увидеть и пощупать то, что они покупают. Тем более на нашем рынке, где уровень доверия клиентов крайне низок.

5. Среди эффективных инструментов стоит отметить следующие:

- Обучение менеджеров (в первую очередь качественно выявлять потребность). Как раз на этом этапе развития рынка это крайне необходимо.
- Понятные и доступные презентационные материалы, которые помогут как менеджерам, так и клиентам разобраться с тем, как окна могут закрывать их потребности.
- Повышение уровня осведомленности самих клиентов. На сегодня достаточно большое количество сложных продуктов, в которых клиенты разбираются самостоятельно и способны выбрать продукт под свои запросы.



Сергей Положай
генеральный директор, владелец
ООО «Завод Стеко»

1. Окно – это конструктор. И базовое ценообразование этого конструктора прямо зависит от составляющих. Как известно, окно состоит из: профиля (в том числе армирующего); фурнитуры; стеклопакета.

Рассмотрим, какой может быть стоимость каждой комплектующей и почему она так разнится.

В профиле – весомо количество камер профиля: 3, 5, 6, 7. Не лишнее – наличие в профиле дополнительного утеплителя. Армирующий профиль может быть толщиной 1,5 и 2 мм.

Фурнитура делится на экономичные варианты типа Ахог и более дорогие – противовзломные немецкие комплектующие. Также мы выделяем отдельно ручки, которые могут быть стандартными, противовзломными, с антибактериальным покрытием.

Стеклопакеты: однокамерные или двухкамерные, с энергосберегающим стеклом i-glass либо мультифункциональным стеклом Double Silver Steko plus. Кроме того, стекло может быть прозрачным либо тонированным – в бронзу, серебро, золото, голубой оттенок, что придает фасаду дополнительную красоту и индивидуальность.

Для нас идеально теплое окно премиум-класса – это конструкция следующей комплектации:

- теплый 7-ми камерный профиль Steko IDEAL от компании Aluplast с утеплителем в профиле;
- фурнитура Maco Multi-Matic;
- двухкамерный суперстеклопакет Steko с мультифункциональным стеклом Double Silver Steko plus, заполненный Аргон. По умолчанию в таком окне стоит армирующий профиль толщиной минимум 1,5 мм.

Всю ламинацию мы делаем также с использованием армирующих профилей 1,5 или 2 мм.

Что касается ценообразования дверей, то здесь свои особенности. В дверях Steko мы применяем со стороны замка и ручки металл толщиной только 2 мм с заранее профрезерованными отверстиями. Дверную фурнитуру мы тоже делим на экономичную и более высокого класса, как немецкая Roto. А петли могут быть Roto или Dr. Hahn. Также для дверей введены специальные сэндвич-панели – наполнители, которые утепляют и украшают любую дверь. Да, конечно же, они удорожают стоимость конструкции, но покупатель имеет возможность выбирать.

И еще один важный момент, связанный с монтажом. Компания Steko предлагает не просто конструкцию, мы стараемся, чтобы она была правильно установлена нашими специалистами. Поэтому, каждое окно Steko бесплатно комплектуется 6-ю анкерными пластинами, а двери – турбовинтами для надежного монтажа. Это обязательные элементы крепежа конструкции.

2. Все окна компания Steko изготавливает согласно 5-ти уровням цены. Самое дешевое окно условно можно назвать «треш». Обращаем внимание – таких окон наша компания не производит!

В таком дешевом низкокачественном окне толщина стенки профиля 2,2 мм, химический состав профиля с минимальным содержанием титана и максимальным – мела. Армирующий профиль около 1 мм г-образной формы. Фурнитура может не иметь даже блокиратора-приподымателя. Стекло устанавливается толщиной не 4 мм (как в нашем случае всегда и везде), а 3 или 3,5 мм. Как думаете, хорошо и долго прослужит такое окно?

Также недобросовестные производители окон при изготовлении стеклопакета могут экономить на первичном и вторичном герметиках. Он может быть очень дешевым, а также использоваться не в том количестве, которое требуется по ДСТУ. То есть толщина нанесения второго слоя герметика просто уменьшена, соответственно стеклопакет разгерметизируется и вскоре запотеет.

Нижний порог цены – это бесполезное вложение денег. По такому набору параметров при просчете сразу можно определить окно низкого качества, неспособное удержать тепло или защитить от взлома. Пусть ими вооружится каждый клиент.

3. Компания Steko на сегодняшний день имеет 35 собственных торговых точек. Это салоны в центре города и шоу-румы в крупных торговых центрах. Близость салона к дому или удобство совершаемой покупки сегодня имеют большое значение.

У нас есть определенный формат оформления торговой точки снаружи и изнутри. Это и вывеска, интерьер, специальная мебель, и фирменная одежда продавцов, а также скрипты продаж. То есть своего рода, отличительный признак фирменного салона. Придя сюда, можно быть уверенным – окна от производителя.

Наши менеджеры продают окна только среднего и дорогого сегмента. Они знают, что такое рекомендованная цена, и мы стараемся предложить окно более качественное, следовательно, более дорогое. Каждое окно, которое мы продаем в рознице, мы продаем с монтажом. Но не с простым – на пену, а только с теплым, при котором помимо пены используется паро- и гидроизоляция, а также утепление подставочного профиля.

На цену продукта это влияет безусловно, но и дает гарантии, что покупатель – будет доволен!

4. Снижение курса пришлось как раз на сезон, а в сезон все оконщики стараются зарабатывать деньги, и идет традиционный рост повышения цен на сырье. В сезон мы наблюдаем самый массовый отток рабочей силы. «Золотые руки» давным-давно уже покинули Украину, они работают в Европе, Америке, или где-то еще. Поэтому, в сезон этого года мы подняли работникам цеха заработную плату 3 раза по 10%. Итого на 30%.

Соответственно, по сравнению с прошлым годом, наши внутренние расходы увеличились, как и общепроизводственные затраты на изготовление одной единицы продукции – одного окна. Курс доллара иногда не самый определяющий фактор, если растет наша полная себестоимость.

Растут расходы, соответственно мы увеличиваем стоимость окна, это нормально.

Каждый год стоимость окон Steko будет увеличиваться на 5 или 10%. Это связано с увеличением внутренней себестоимости. И об этом мы говорим партнерам открыто.

Наша задача – зарабатывать. Всей команде сотрудников, нашей дилерской сети.

А чтобы зарабатывать, необходимо не просто следовать курсу валют, но и улучшать качество окна, улучшать сервис, работать над доставкой, над упаковкой. Любить свой персонал. Не на словах, а на деле, обеспечивая ему доставку на работу, питание, выплату вовремя заработной платы в такой сумме, которая устроит каждого человека. Это все – делается уже сегодня!

5. Наилучшим инструментом поднятия среднего чека является улучшение всей линейки продукции окон Steko, улучшение упаковки, сервиса, системы продаж, улучшение способов оплаты. Это может быть не только оплата сразу же, но и оплата частями без увеличения стоимости окна или продажа в кредит. Подобные способы позволяют человеку получить окно сегодня, а оплачивать на протяжении 3-х или 6-ти месяцев.

Человек, покупая окно, платит 3000 – 8000 грн. За 20 грн он не торгуется, расчет идет сразу на тысячи. Но, к сожалению, при стоимости окон, которые мы, как завод, продаем нашим дилерам, цена в 1% является определяющей. Разница между окном с минимальной и средней комплектацией составляет всего 22 грн. Не нужно быть настолько жадными, чтобы продавать или предлагать окно, дешевле на 20 грн. Нужно уметь презентовать более теплое окно, увеличив средний чек окна за сезон.

Рано или поздно должно измениться понимание, что 22 грн – это всего-навсего 1%, а окна человек устанавливает минимум на 10 лет. Вот когда нам удастся искоренить подобную скупость – люди начнут покупать то, что лучше (безусловно, обращая внимание на цену).

Кроме того, многие окна обезличены – это так называемый «no name». Наткнувшись на такую «дрянь» единожды и неоднократно, человек задумается. В следующий раз будет обращать внимание на название компании, ее репутацию, стаж работы на оконном рынке, корпоративную культуру. Он обратит внимание на компанию, продукцию которой продвигает определенное лицо, дающее какие-то обещания и эти обещания выполняющее.

Чтобы быть более конкурентоспособными, компания Steko еженедельно обновляет ассортимент. Ассортимент нашей продукции формируется таким образом, чтобы у покупателя была возможность заказать окно одного размера, по разной ценовой категории. Но в любом случае окно – в котором есть самое лучшее.



РОЛЕТЫ. РАФШТОРЫ. СТАВНИ

-  **ФАСАДНЫЕ СОЛНЦЕЗАЩИТНЫЕ И ПРОТИВОВЗЛОМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ**
-  **СНИЖЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭНЕРГИИ ДО 40 %**
-  **УРОВЕНЬ ПРОТИВОВЗЛОМНОСТИ КЛАССА 2 (для отдельных продуктов)**
-  **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СОЛНЦЕЗАЩИТОЙ И ОСВЕЩЕННОСТЬЮ ПОМЕЩЕНИЙ**



Сергей Захарчишин
генеральный директор
компании Viknar'off

1. Металопластиковое окно – це, свого роду, конструктор із великою кількістю елементів, робота яких забезпечує саме довговічну експлуатацію та той функціонал, який обрав для себе замовник. Для споживача, є надзвичайно важливим саме вибір надійного виробника, який працює із якісними матеріалами, лише на професійному обладнанні та несе гарантійні зобов'язання.

Щодо цін на, начебто, однакові вікна, кожен, хто працює у віконному ринку, розуміє, якість продукту

залежить не лише від відомої марки профільної системи. Велике значення має технологія зборки, склопакет, металеве армування і звичайно, функціонал фурнітури. І тут, вже робота за менеджером-консультантом, який зможе надати професійну рекомендацію згідно бажань замовника.

5. Компанія-виробник може вкладати колосальні суми коштів в рекламу чи інші методи просування, проте, саме в будівельній сфері, питому вагу має професіоналізм менеджера-консультанта в салоні. Компанія Viknar'off щороку проводить різноманітні навчальні тренінги для своїх дилерів, запрошуючи відомих на ринку професіоналів – менторів та практиків. Це, свого роду і підвищення рівня знань, так і додаткова мотивація. До слова, на часі, ми акцентуємо увагу саме на навчаннях з теплої монтажу, так як це невід'ємна частина і запорука сучасного енергоефективного будівництва.



Александр Степаненко
директор «СОЛВИН Україна»

1. Соблюдение основных требований системодателя (как правило, поставщика ПВХ профильной системы) и требований к энергоэффективному свойству окна – основные факторы, влияющие на базовую стоимость окна. Индивидуальные требования заказчика к конструкции повышают базовую стоимость окна (цвет конструкции, дополнительные требования по взломобезопасности, наличие шпоров, ручка и прочее).

2. Наличие красивого уголка или образца в салоне

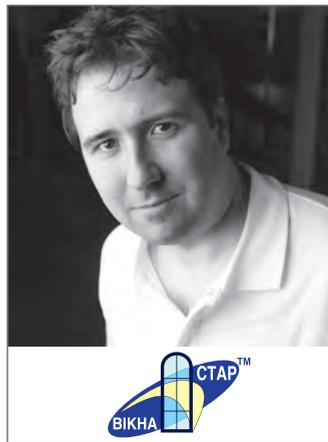
не всегда гарантирует то, что окно будет изготовлено качественно и соответствовать по наполнению образцу в офисе. Обращать внимание следует на толщину внешних стенок профильной системы, толщину усилителя, поставщика стеклопакета и формулу стеклопакета. Тип используемой фурнитуры. Возможность расчета конструкции с учетом высоты здания и статических плюс ветровых нагрузок.

3. Наличие качественного салона продаж вызывает до-

верие у клиента. В свою очередь, клиент будет готов заплатить за продукцию и сервис чуть больше, чем компании, не имеющей качественного салона продаж.

4. Не думаю, что картина с ценообразованием во всех регионах Украины осталась неизменной после снижения курса доллара/евро. Я приветствую желание зарабатывать и продавать, если возможно, дорого. Решение о стоимости продукции каждый принимает индивидуально, после изучения ситуации с ценообразованием у конкурентов в своем регионе.

5. Профессионализм персонала позволяет продавать качественно и дороже. Повышение среднего чека возможно прежде всего за счет успешных дополнительных продаж – монтаж по ДСТУ, дорогая оконная ручка, фурнитура с повышенным классом взломозащиты, качественные подоконники и прочее. Поставщики (профиль, фурнитура, подоконники и другие) всегда готовы проводить обучающие семинары на высоком уровне. От этой дополнительной услуги отказываться нельзя. И эти семинары проводятся бесплатно.



Михаил Орленко
коммерческий директор «Викна-Стар»

1. Базове ціноутворення на будь-який товар чи послуги, складається із собівартості продукції, до якої додається норма прибутку. На цю формулу у ринковій економіці впливають дії конкурентів, попит та пропозиція, політичні та економічні фактори та інше. Якщо говорити про віконний ринок, то у більшості виробників та інсталяторів, на жаль основним інструментом просування своєї продукції на ринок є низька ціна та демпінг. В кінцевому підсумку норма прибутку знижується у всіх учас-

ників ринку, що призводить до скорочення можливості для інвестицій у впровадження інноваційних технологій та поступово ринок припиняє свій розвиток.

Постійне зниження норми прибутку не може відбуватися без зниження якості продукції, оскільки виробники щоб задовільнити попит інсталяторів на низьку ціну починають використовувати у своїй продукції комплектуючі низької якості.

Питання в іншому – «Чому інсталятори шукають найнижчу ціну на вікно?» На мою думку це пов'язано з низькою підготовкою як продавців, так і технічного персоналу інсталятора. Джек Траут ще 19 років тому написав книгу «Диференційоюся або вмирай», ось і мені здається, що наші інсталятори не вміють знайти свої унікальні конкурентні переваги, тому і змагаються у наданні найнижчої ціни.

2. «Не всі білі ПВХ вікна однакові...» мені здається цей тезис вже зрозуміли і більшість кінцевих споживачів, до нас в офіс все частіше приходять клієнти, які непогано обізнані в класах профілю, товщині армування, формулі склопакету та іншому. Тому інсталятори та виробники, які пропонують якісну продукцію повинні вже рухатися далі і пропонувати не тільки якість, але і інновації.

3. Якісний шоу-рум з якісними зразками та правильною зональністю дозволяє не тільки збільшити маржинальність продукту, але і збільшити показники середнього

чеку та конверсії. Саме тому зараз дуже багато інсталляторів та виробників відкривають свої шоу-руми, що дозволяє їм на реальних зразках продемонструвати кінцевому споживачу якість своєї продукції та останні інновації.

4. Щоб відповісти на це запитання, спочатку треба повернутися до 2013 року, коли курс долара був 8 грн, та перерахувати роздрібну ціну вікна в доларовий еквівалент, якщо її порівняти з цінами на вікна у 2019 році по курсу 25 грн, то ми зможемо побачити, що ціни на вікна в доларовому еквіваленті ще не досягли рівня 2013 року. Тому це зниження курсу зараз дозволяє виробникам збільшити свою рентабельність, але до прибутків 2013 року чи 2008 року нам ще далеко.

5. На моє переконання, драйвером розвитку будь-якої компанії є постійне та систематизоване навчання, починаючи від монтажників та продавців та закінчуючи топ-менеджментом. Тому стратегія розвитку компанії повинна спонукати співробітників до набуття нових знань та впровадження їх у практичній роботі.



Александр Кофанов
директор компании-инсталлятора
GoodMaster

1. Само формирование категорий (групп) оконных изделий только по стоимости, у всех участников оконного рынка, даёт неверный посыл клиенту. «Лицом» оконной отрасли, конечно же, является менеджер по работе с заказчиками. В случае, когда и менеджер транслирует заказчикам неверно сформированные «штампы» – дорогое, среднее, дешёвое окно, это «последний гвоздь» в успешность отрасли, развитие и конечно маржинальность оконного бизнеса.

Нежелание, неумение менеджеров выявлять полную потребность заказчиков при покупке окон, сведение полноценного общения с клиентом к «механическим» действиям, банально к просчёту конструкций. А ведь в ближайшем будущем все механические операции уже будут выполняться роботы. Уже сегодня можем наблюдать массовую замену кассиров в супермаркетах на терминалы самообслуживания. Ведь если обсуждается, при покупке, только стоимость окна и размеры, в лучшем случае 1-3 противозломных элемента и 2-3 стекла с E-покрытием или без, довольно несложно предоставить такой выбор клиенту через терминал самообслуживания.



Следующей краугольной позицией есть выбор переработчика (производителя окон). Закоренелый «штамп» у продавцов окон – «у людей денег нет», «нужны самые дешёвые окна», порождают выбор переработчика только по цене готового окна, а всеми остальными параметрами (качество профиля, технические возможности данной

системы, совместимость с элементами при монтаже, комплектация армированием, парк оборудования, квалификация персонала, безрекламационная практика, ассортимент комплектующих) просто пренебрегаются.

И контрольной позицией конечно же есть – монтаж. При подходе в продажах минимального по стоимости окна, естественно качество монтажных работ будет сведено к минимуму. Тем более, что усугубляет вбитая в сознание клиента фраза «Монтаж бесплатно», а вот какой будет в действительности монтаж клиент узнает только после самого монтажа. Такая вот лотерея...



Изменить ситуацию на оконном рынке – возможно, только нужно «открыть все карты». Для заказчика, который хочет вникать в детали – обсуждать следующие параметры:

- Замена окон (в уже существующие проёмы) или первичное остекление (возможно ли изменять конфигурацию оконных проёмов?).
- Источник и вид отопления в доме и температура.
- Расположение отопительных приборов.
- Сторона света.
- Качество окружающего воздуха.
- Оборудование помещения охранной сигнализацией.
- Противовзломность окон.
- Эксплуатация окон детьми и престарелыми.
- Проветривание и поступление свежего воздуха.
- Проблемные зоны при монтаже окна.
- Необходимость сервисного обслуживания.

Предлагать несколько вариантов комплектации окна, вариантов монтажных работ и выбор расходных материалов.

Для заказчика, который хочет купить просто окно, такой подход только «отпугнёт», в этом случае будет оптимально обсудить «гигиенический» минимум и озвучить стоимость заказа.

3. Безусловно возможность прикоснуться руками к готовым изделиям даёт понимание, как развивается оконная отрасль и какими технологическими новинками можно пользоваться уже сейчас, шоу-рум довольно сильный инструмент продажи инновационных изделий. Но все возможности и технологии невозможно объединить в одном шоу-руме, в этом случае на помощь придут короткие видео с возможностями конструкций или решениями монтажных работ.

4. Изменение курса гривны к остальным валютам, конечно же могут менять окончателюю стоимость продукта, но не надо забывать ещё и о таком параметре как внутренняя инфляция. Иногда может курс валют не меняться или «падать», но инфляция, дефицит квалифицированного персонала, заработная плата специалистам не могут обеспечить снижение стоимости товаров и услуг. Вне зависимости от «курсов» – опыт и знания, которые вы сможете предложить клиенту всегда будут оплачиваться пропорционально, есть знания и опыт – цену назначает продавец, знаний или опыта нет – стоимость всегда будет диктовать заказчик.

5. Так что обучаться, знать и предлагать передовые технологии оконного рынка заказчикам – выбор каждого продавца, каждой компании. Насильно обучаться заставить невозможно!

Довольно легко отследить трансформацию на оконном рынке Украины, понаблюдав за переработчиками из первой пятёрки и инсталляторами в небольших населённых пунктах.



Виктор Шайдук
главный инженер «Газда Пласт»

1. Базовое ценообразование оконной конструкции формирует заказчик путём формирования технического задания (ТЗ). В ТЗ помимо стандартно вымеренных размеров и конфигурации должно входить: - Область применения. - Место установки. - Вариант монтажа. - Предложения дополнительных услуг. - Послегарантийное обслуживание. Только после этого можно начинать говорить о формировании цены.

2. В офисе клиенту нужно предоставлять образцы, которые раскрывают скрытую составляющую МПК: металл и его особенности; структуру и особенность камер ПВХ; толщину и особенности пластика наружных и внутренних стенок; работу фурнитурных элементов; структуру стеклопакета.

3. Однозначно хороший шоу-рум, в котором можно и нужно проводить встречи с потенциальными клиентами, должен быть. Вопрос о повышении цены, я думаю не совсем правильный. Хороший шоу-рум, в котором помимо образцов собраны сертификаты, грамоты, фото с объектов, отзывы клиентов – работает больше, как гарант качества компании и придаёт менеджеру уверенности в том, что он продаёт.

5. В компании должен быть большой ассортимент предлагаемой продукции, обучение должно проводиться как новых, так и опытных продавцов постоянно. Нужно также стимулировать продавцов к самообразованию и всячески это поощрять.



Сергей Хмелько
коммерческий директор
«Сонячні Вікна» ТМ

1. Для нашей компании базовая конструкция это: 1. Монтажная ширина 70 мм; 2. Газонаполненный стеклопакет толщиной 40 мм с 2-мя энергосберегающими стёклами; 3. Армирование – минимум 1,5 мм; 4. Монтаж согласно требований ДСТУ, так называемый «трёхслойный монтажный шов». Всё остальное – «бесплатный сыр».

2. Если взглянуть на несколько расчётов одного и того же окна от разных компаний, то скорее всего, отличаться они будут только ценой и набором не всегда

понятных для клиента характеристик в таблице рядом со схематическим изображением окна. Чем большим количеством инструментов вы обладаете для демонстрации отличий, предоставляемых вами окон – тем лучше. После посещения вашего салона клиент должен уйти с точным пониманием, что ваши окна обладают набором необходимых ему свойств, за которые он готов заплатить деньги.

3. Затраты на обустройство и содержание шоу-рума конечно же ложатся на себестоимость продукта, но вряд ли влияют на цену изделия. Но качественный шоу-рум, точно даёт возможность, увеличить маржинальность при продаже окна, так как позволяет продемонстрировать заказчику максимальное количество свойств оконной конструкции. Чем больше свойств окна продемонстрировать клиенту и соответственно убедить его купить их – тем выше средний чек и маржинальность.

4. Снижение курса произошло во второй половине года, когда цены на оконные конструкции в прошлые годы росли. В этом году цены не выросли, так что можно сказать – баланс соблюден.

5. На сегодняшний день крайне важен уровень компетенции персонала компании. То, что он должен быть высоким – это, само собой разумеется, но, в первую очередь, в это должен поверить заказчик! И только в этом случае «магия» продажи состоится! Рынок меняется достаточно быстро и без обучения и повышения квалификации персонала – не обойтись.



Олег Кесслер
руководитель проекта
«Оконный Консалтинг»

1. Достаточно объёмный вопрос, если подойти к нему серьёзно и по-научному, то может не хватить и всего объёма журнала. Если более коротко – есть две составляющие цены – постоянная и переменная. К постоянным можно отнести затраты на аренду, содержание штата персонала, зарплата которого не зависит от объема продаж, электричество, вода и многое другое. Хотя и в постоянных затратах есть переменные.

Ведь с увеличением выпуска продукции увеличивается потребление электричества, к примеру. Цены на комплектующие окна (профиль, фурнитура, стекло, армирование и т.д.) тоже можно считать постоянными. Хотя и здесь цена у поставщика может меняться. Идем дальше – логистика. Ведь окна надо доставлять к заказчику. И чем меньше окон в машине (не в сезон) тем больше затрат приходится из расчета на доставку одного окна. Износ оборудования, или как «проходит по бухгалтерии» – амортизация. В большинстве случаев это происходит только на бумаге. Зарплаты сотрудников, которые напрямую зависят от продаж, тоже можно отнести к переменным, но так как этот процент заложен в стоимость окна, его можно также считать постоянным. «Плановая маржа» – тоже вещь интересная. При неправильном расчете очень легко «улететь в минус». Вот и получается, что много «постоянных» затрат становятся «переменными» и наоборот. Так что, по моему субъектив-

FENSTERBAU FRONTALE

Дивіться, що нового

Нюрнберг, 18–21.3.2020

Виставка. Вікна. Двері. Фасади.

Тепер квиток, що включає проїзд
громадським транспортом, отримайте*:

frontale.de/ticket 

Паралельно до

 **HOLZ-HANDWERK**

NÜRNBERG MESSE

*В регіонах Нюрнберг, Фюрт, Стайн

ному мнению, базовое ценообразование никакого отношения к «бесплатному сырью» не имеет. Удешевить конструкцию можно за счет более дешевых комплектующих (не всегда самых плохих), дополнительных скидок от поставщика из-за закупаемого объема, оптимизации производства и логистики, ну и конечно демпинга.

При чем, далеко не всегда, удешевив продукцию чем-либо из вышеперечисленного, кроме демпинга, снижают цену. Ведь дополнительная прибыль никогда не бывает лишней.

2. Перед тем, как обращать внимание клиента на..., хорошо бы было понять, почему клиент решил поменять окно и какие проблемы он хочет решить при замене окна. Если продавец правильно «поставит диагноз» того, что хочет клиент, то это и будет «фундаментом» предложения продукта, от которого клиент «не сможет отказаться». Ну а уже «надстройкой» станет раскрытие дополнительных функциональных возможностей окна, о которых потенциальный заказчик может и не подозревать. Ведь достаточно часто дальше разговора о цене и об энергосбережении ничего не происходит. Причин этому много, но из основных можно выделить две – неумение или боязнь предложить хорошее, при этом недешевое окно, низкая квалификация менеджера, который и сам не очень разбирается в том, что продает.

3. По моему мнению, качественный шоу-рум не так влияет на цену готового изделия, как на возможность показать, а следовательно, и продать более «навороченное» окно. Ведь, как правило, в шоу-руме выставляют «модные» окна, раздвижные системы и многое такое, что в обычной точке продаж «ОКНА, ДВЕРИ» на площади 6-10 квадратных метров при всем желании поставить невозможно. А ведь такие изделия хочется «пощупать руками», посмотреть вживую, а не на картинке или мониторе. Вот и получается, что маржинальность, которая в процентах, остается без изменения, а вот в деньгах... Получается, как в Одессе: «Имеем две большие разницы».

4. Курс доллара и евро по отношению к гривне с начала года изменился почти на 10%. И те составляющие изделий, которые приобретаются в пересчете на валюту, в гривне действительно подешевели. Можно было бы ожидать, что зеркально могли и подешеветь сами окна. Конечно не на 10%, так как комплектующие в окне занимают около 60% его полной стоимости, но все же. Почему этого не произошло? Причин несколько. Во-первых, при снижении курса цены практически на все товары не изменились, а некоторые даже подорожали. Зарплаты тоже не менялись (во всяком случае меньше платить не стали). Во-вторых, 2019 год закончится «минусом» по количеству произведенных и проданных окон в Украине. А зарплаты надо не только платить, а еще и приходится их поднимать, чтобы квалифицированные кадры не уехали к тем, кто платит больше или вообще не меняли «страну работы», ну и в-третьих – сколько же можно дешеветь, ведь надо и немного заработать. Даже если предположить, что окна могли подешеветь на 4-5%, то количество проданных окон все равно бы больше не стало.

5. Назвать сегодняшний этап «развития рынка» развитием сложно. Больше похоже на неустойчивое падение. Конечно, говорить об обучении мне, как человеку, занимающемуся обучением не совсем корректно. Поэтому в ответе на этот вопрос я отвечаю так: обучение никогда бессмысленным не бывает, но только оно должно быть комплексным, а не для галочки. И самые дешевые окна будут продаваться без всякого обучения. Это тоже неоспоримый факт. А в качестве примера успеха комплексного обучения могу привести некоторые цифры, которыми поделились компании-пар-

тнеры «Оконного Консалтинга» и эти цифры дают полную картину результатов, которых можно добиться, в том числе, и комплексным обучением. Компания № 1. Если принять «средний чек» одной оконной конструкции за 100% на 2016 год, то в 2017 году стоимость среднего чека возросла на 36%, в 2018 году – на 31%. Компания № 2. Тот же метод сравнения с 2016-м годом. 2017 год – рост на 14%, 2018 год – плюс 32%. Сказать, что в таком успехе компаний стопроцентная заслуга обучения, было бы не совсем корректно, но то, что в таком позитивном результате есть и наша определенная заслуга – это очевидно. Так что вывод напрашивается сам собой – обучение дает новые возможности для развития компании.



Алексей Бубнов
исполнительный директор Ассоциации
«Участников рынка окон и фасадов»

1. Обоснование может быть очень простым. Разница в цене окна, закрывающего один и тот же проем, может отличаться в 1,5 раза, а срок эксплуатации в три раза. Т.е. дешевое окно прослужит 10-12 лет, а окно изготовленное из качественных комплектующих при условии качественной сборки и правильного монтажа 30 лет и более. При этом потребитель получает более комфортные условия. Рассуждение о том, что установленное окно через 10-15 лет морально устареет, не более чем рассуждения,

цель которых оправдать низкое качество предлагаемого продукта. Ресурсные затраты (сырье, энергия, человеческие ресурсы), не путайте с себестоимостью, на изготовление дешевого и качественного окна отличаются не более чем на 10%. Я не берусь точно оценить затраты на утилизацию и вторичную переработку окна через 15 лет, но сегодня в Германии это стоит 1 Евро за кв. Но скорее всего, через 10-15 лет эксплуатации, большая часть потребителей в Украине будет стремиться продлить срок эксплуатации существующих окон. Поэтому, если ставите окна – покупайте лучшее, что можете себе позволить.

2. На добровольный сертификат «Якість гарантовано»/«ift-Standardt».

3. Ответ заложен в самом вопросе. Качественный оборудованный салон по продажам предполагает качественные изделия. Очень часто видишь хорошо организованный офис по продажам с ужасными образцами. Хороший шоу-рум, это и есть следствие формирования правильного маржинального дохода.

4. Краткосрочное изменение курса не может повлиять на изменение стоимости продукции.

5. Всё зависит от стратегии компании. Сейчас в оконном бизнесе очень тонкая грань между маркетингом и мошенничеством. Обучение мошенничеству однозначно позволяет увеличить объемы продаж. Для увеличения среднего чека, одного обучения продавцов недостаточно, еще должен быть по настоящему хороший продукт.

Опрос подготовлен редакцией издания «Оконные технологии»

ОКНО

Eurasia WINDOW



20-ая МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ОКОН И
ОКОННЫХ СИСТЕМ, ПРОФИЛЕЙ, ТЕХНОЛОГИЙ
ПРОИЗВОДСТВА И ОБОРУДОВАНИЯ, СЫРЬЯ И
ВСПОМОГАТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

www.eurasiawindowfair.com

Специальный раздел

Профиль,
фасадные системы
и аксессуары из
алюминия

Специальный раздел

Системы
защиты от
солнца



СТЕКЛО

Eurasia GLASS

9-ая ВЫСТАВКА ИЗДЕЛИЙ ИЗ СТЕКЛА, ТЕХНОЛОГИЙ
ПРОИЗВОДСТВА И ОБРАБОТКИ, СТАНКОВ И МЕХАНИЗМОВ,
ВСПОМОГАТЕЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ И ХИМИКАТОВ

www.eurasiaglassfair.com

ДВЕРИ

Eurasia DOOR



11-ая ВЫСТАВКА ДВЕРЕЙ, ДВЕРНЫХ ПАНЕЛЕЙ И ПЛИТ,
РАЗДЕЛИТЕЛЬНЫХ ПЕРЕГОРОДОК И АКСЕССУАРОВ

www.eurasiadoorfair.com

4 - 7 марта 2020



ТЮЯП - КОМПАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСТАВОК И ЯРМАРОК

Телефон / факс : (+7 495) 775-3145, 775-3147 Эл.почта: ladamaksimova@tuyap.com.tr

Выставочный и конгресс-центр компании «ТЮЯП» Cumhuriyet Mah. Eski Hadımköy Yolu Cad. 9/5, 34500 Büyükkçekmece - İstanbul
Бююкчекмедже Стамбул - Турция Тел.: +90 212 867 11 00, 867 12 00 Факс : +90 212 886 66 98

TUYAP İSTANBUL

TUYAP FAIR CONVENTION AND CONGRESS CENTER
Büyükkçekmece, İstanbul / Turkey

Reed | TUYAP
Reed Tüyap Fuarçılık A.Ş.

ДАННЫЕ ВЫСТАВКИ ПРОВОДЯТСЯ ПОД КОНТРОЛЕМ ТОВВ (СОЮЗ ПАЛАТ И БИРЖ ТУРЦИИ) В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ 5174.



WPR «**БАРВИ ШВИДКОСТІ**» НА WINDO LVIV 2019

10-12 сентября 2019 года во Львове проходила II Международная выставка окон, дверей, стекла и оборудования WINDO LVIV 2019, где одним из участников была украинская компания «Барви Швидкості», которая является эксклюзивным представителем итальянского производителя WPR/ТАКА – лидера среди производителей ламинационного оборудования и высококачественных инновационных клеевых систем.



Игорь Васильевич Пецюх
 Собственник «Барви Швидкості»

Производитель предлагает своим клиентам уникальный прикладной нау-хау для полного процесса окучивания профиля и ламинации панелей. Оборудование бренда WPR обеспечивает безупречную ламинацию большой гаммы основ: ПВХ, алюминия, дерева, МДФ и ДСП. Продукция ТАКА является настоящим лидером в сфере полиуретановых гигрореактивных клеевых систем (HMPUR),

способным вести за собой инновации и разработку решений высокой эффективности, отличающихся особой надежностью.

«Мы занимаем активную позицию на рынке ламинационных технологий и абсолютно открыты для общения с профессионалами оконного рынка Украины, – рассказывает Игорь Васильевич Пецюх, собственник компании «Барви Швидкості», – нашей целью на выставке WINDO LVIV 2019 было познакомить производителей ПВХ систем и производителей окон, которые занимаются собственной ламинацией, немного ближе с оборудованием торговой марки WPR, дать им возможность потрогать, посмотреть, пообщаться и принять решение, которое возможно уже затаилось где-то внутри. Для сравнения: когда человек хочет приобрести автомобиль и выбирает между разными марками и моделями, ему сложно сразу определиться. Но стоит ему прийти на выставку и сесть за руль – всё сразу становится на свои места. Хочу только этот и никакой другой. Примерно такого же эффекта мы хотели добиться, выставляя линию WPR NWA.350.7000. Это универсальное оборудование,

которое может работать на производстве как у производителя окон, так и у производителя ПВХ систем. Его можно модернизировать и дополнять настолько, насколько хватит вашей фантазии и средств. С нашей стороны мы гарантируем три вещи: безупречное качество и точность работы оборудования, длительный срок службы, наше техническое сопровождение и сервис. Эти три фактора делают ваше производство более простым и удобным, вашу продукцию качественной и более экономичной, а бизнес более успешным. Точность работы линии напрямую связана с экономичностью, что крайне важно для наших партнеров, так как стартовая инвестиция в это оборудование в результате дает серьезную экономию при отличном качестве, и линия окупается буквально за несколько лет, при грамотном использовании и правильных настройках. Всем этим мы вас гарантированно обеспечим.

Выбирайте только качество и гарантию – сотрудничайте с компанией «Барви Швидкості». Это ваш надежный партнер по поставке ламинационного оборудования и клеевых систем.



НЕ ВСЕ КЛЕЯ ДЛЯ ОКУТКИ ОДИНАКОВЫ!

Вы полностью уверены в том, что в процессе окутки всё делаете правильно? Уверены, что в будущем не возникнет проблем? Климатические условия, постоянная смена времён года усиленно действуют на клей, и декоративная плёнка в конце концов может отклеиться от профиля! Распространённое мнение о том, что декоративная плёнка водонепроницаема, – ошибочно, а на самом деле тепло и влага постоянно проникают сквозь неё и оказывают негативное влияние на клей. К тому же, добавки и пластификаторы, содержащиеся в ПВХ, мигрируют к поверхности и тоже ослабляют адгезию. Итальянская компания **TAKA** разработала клей, который решает все эти проблемы.

Гарантировать долгий срок службы профилей и как можно более высокое качество – это ключевой аспект для предотвращения возможных рекламаций, которые отрицательно сказываются на имидже торговой марки. В результате, такие случаи оборачиваются гораздо большими затратами, чем то, что удалось сэкономить благодаря применению клея соответствующего качества.

Так как же быть уверенными, что в будущем не возникнет проблемы отслаивания плёнки?

Существует много методов имитации атмосферных факторов, чтобы вызвать ускоренное «старение» окутанного профиля. Цель таких тестов – показать стойкость материалов в экстремальных метеорологических

условиях, таких как сильная жара и высокая влажность. Самый распространённый тест – это тест на гидролиз, разработанный немецкой Ассоциацией качества GKFP. Этот тест заключается в том, что образец помещают в климатическую камеру, в которой поддерживается температура 70°C и относительная влажность 98% в течение 42 дней. После этого с помощью динамометра отрывают плёнку. Если сила адгезии больше 1.5 N/мм, тест прошел успешно!

А ваши профили выдержат этот тест?

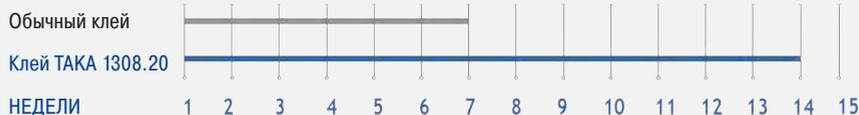
Чтобы удовлетворить растущий спрос на клея с высокими технологическими показателями, итальянская компания **TAKA** разработала суперстойкий к воздействию атмосфер-

ных факторов клей, превзошедший показатели всех других реактивных клеев-расплавов (Hot Melt PUR), присутствующих на рынке. Многочисленные тесты, выполненные клиентами и некоторыми независимыми лабораториями, показали, что клей **TAKA** нового поколения ТК 1308.20 выдерживает испытание на гидролиз в климатической камере даже намного дольше, чем 12 недель.

А клей, который вы используете сейчас, сможет продемонстрировать такие результаты?

Чтобы получить больше информации о том, как увеличить срок службы вашей продукции, обращайтесь в компанию Барви ШВИДКОсті, официальному эксклюзивному дистрибьютору продукции TAKA в Украине.

Время выдерживания в климатической камере (при температуре 70 °C и относительной влажности 98%) для определения стойкости к атмосферным воздействиям в искусственных условиях



ООО «Барви ШВИДКОсті»

г. Киев, ул. Электриков, 26

+38 044 351 00 35

+38 050 488 25 20

info@barvyshvydkosti.com

www.barvyshvydkosti.com





DEN BRAVEN – НЕТ ПРЕДЕЛА СОВЕРШЕНСТВУ



Валерий Волошин
совладелец компании «Комплект-Мастер»

Мы продолжаем знакомить наших читателей с активными игроками оконного рынка. Сегодня мы беседуем с Валерием Волошиным, совладельцем компании «Комплект-Мастер», которая является эксклюзивным импортером продукции компании Den Braven Sealants B.V. и эксклюзивным представителем торговых марок Den Braven и Tiger в Украине.

► **Добрый день, Валерий. Хотели бы познакомить наших читателей поближе с компанией «Комплект-Мастер»™ Den Braven. Расскажите кратко об истории создания компании, основных этапах развития.**

Добрый день, название марки Den Braven полностью созвучно с именем ее основателя, большого энтузиаста и профессионала своего дела – Кейса Ден Бравена, который еще в молодые годы начинал свой путь рядовым работником на заводе по производству герметиков в Америке. Накопив опыт и идеи, он основал собственное производство у себя на родине, изначально это было что-то на подобие маленького цеха.

Промышленное производство было начато в 1974 году в Нидерландах и достаточно долгое время это было семейным бизнесом. Основным направлением компании было производство высокотехнологичных, инновационных и высококачественных продуктов. Собственная линейка продуктов состояла из большого ассортимента герметиков, клеев, пенополиуретанов, полимеров и технических аэрозолей, применяемых как в строительстве, так и промышленности. Всякая растущая компания проходит различные этапы своего развития, что касается Den Braven то с 2016 года компания является частью Arkema group, в которую наряду с прочими входит и Bostik. Благодаря Bostik, Arkema имеет долгую историю в качестве ведущего мирового специалиста по клеевым составам на рынках промышленного производства, строительства и потребительских товаров. Bostik & Den Braven уже сотрудничают как деловые партнеры и разделяют одни и те же ценности – ориентацию на клиента, социальную ответственность, этику, заботу окружающей среды.

В Украине торговая марка и многие продукты, производимые предприятиями Den Braven уже более 15 лет знакомы потребителям как в узких профессиональных кругах, так и ря-

довым обывателям и с каждым годом количество поклонников продукции с ласточкой на логотипе растет. Наша компания «Комплект-Мастер» организована в 2015 году группой коллег-единомышленников, разделяющих подход, идеи и ценности компании Den Braven как эксклюзивного партнера. Основное ядро компании – выходцы из профильного рынка, со сформировавшимися взглядами и опытом работы в динамично развивающемся направлении продуктов промышленной химии.

► **Как вы позиционируете себя на оконном рынке Украины? Какие продукты и направления предлагаете вашим клиентам и партнерам?**

Сама философия марки – это премиальное качество даже традиционных, невысокотехнологичных продуктов, не говоря о продукции высокотехнологичного синтеза и глубокой переработки при достаточно конкурентной ценовой политике. Профильный рынок Украины очень неконсервативен, динамичен и постоянно развивается, что нас не может не радовать, с каждым днем растет потребление и запросы на спецпродукты, наши инженеры все чаще работают в кооперации с западными

компаниями и проектные решения с учетом применения самых новых разработок у нас не редкость. Мы стараемся держать руку на пульсе и идя в ногу со временем постоянно расширяем наш ассортимент, продукция традиционного потребления – всевозможные виды пен, герметиков, полимерных продуктов и аэрозолей на постоянном стоке и наличие. Учитывая насыщенность рынка, делаем упор на спецпродукты, востребованные в реализации самых современных инженерных решений по герметизации, гидроизоляции и склейке.

► **Есть ли инновации в ваших продуктах, собственные разработки? Что отличает вас от других производителей?**

Каждый раз бывая на производстве лично я понимаю, что нет предела совершенству. Элементарный пример – Den Braven у нас наиболее известен как первопроходец по продукции на основе МС-полимеров, это на сегодняшний день в нашей сфере передний край науки, так вот в то время когда другие компании только пробуют производить данные материалы, Den Braven перешел к выпуску четвертого поколения данного продукта, которое было создано путем долгих лет модификации первого поколения созданного еще в Японии компанией Kaneka. Те же традиционные продукты, например акриловая группа – созданы акрилы, которые не имеют усадки, акрилы, которые могут наноситься как монтажные пены, акриловые герметики, которые в два раза легче воды... И так касаясь всего, те же лаборатории при производстве пен способны создать продукт под практически любой реальный запрос потребителя, создавая при этом огнестойкие, высокоэластичные, шумоизолирующие и прочие пены. Одним словом, потенциал наших производств готов к любым задачам проектировщиков и инженеров.

► **Кто сегодня ваши партнеры, какие проекты были реализованы? Как построена система вашего сбыта, и какие планы по ее расширению на ближайшее будущее?**

Работая не первый год на рынке мы завоевали свой круг постоянных клиентов-потребителей, который мы постоянно расширяем. В первую очередь это удалось благодаря тому, что мы предлагали решение для нестандартных задач, что стало возможно благодаря очень широкой линейке спецпродуктов. На сегодняшний день в числе наших партнеров как небольшие цеха по производству аквариумов, так и агрохолдинги, и компании-лидеры строительного рынка. Определенно для нас важен каждый клиент, и мы всегда стараемся найти максимум точек соприкосновения для наиболее выгодного и продуктивного сотрудничества. Наверное, как и у каждой компании, у нас построена система сбыта таким образом, чтобы охватить максимальную аудиторию потребителей. Существенно важными и значимыми для нашей компании являются наши дистрибьюторы в регионах и наш большой друг-партнер компания «Эпицентр», определенно это самый оптимальный способ сотрудничать с рядовым обывателем, который собственными силами выполняет будь то ремонт в квартире или это небольшой цех, либо предприятие где могут быть полезны наши продукты.

► **Как планируете развиваться и в каких направлениях?**

Развиваться однозначно планируем и будем, нет того единого направления, в котором, как говорится, наступил предел технологического развития. Кажется бы, те же монтажные пены – не все так просто как кажется на первый взгляд, только в этом году мы поставляли на рынок Украины четыре новых разработки наших партнеров, которые получили очень хорошие отзывы профессионалов и имеют при прочих равных существенно более высокие качественные характеристики. Подобная ситуация и с герметиками, применяются все более техно-

логичные решения в угоду дизайну и соответственно растут требования к герметикам и клеям. Мы всегда стараемся идти на шаг вперед, постоянно пополняем ассортимент нашими новинками. Времена когда производственная необходимость заканчивалась на традиционном силиконе прошли, вот именно нишу где востребованы все нестандартные материалы мы и стремимся занять.

► **Как для вас прошли 3 квартала 2019 года и какие цели и задачи вы ставите до конца года?**

Текущий год мы можем для себя отметить уже устойчивым приростом, что говорит о правильно выбранной нами стратегии развития. Наверное как и везде есть свои скачки и спады, и предложений, влияние общей экономической ситуации, но в целом за счет диверсификации каналов сбыта и ассортиментной линейке при оперативном реагировании на ситуацию на рынке можем отметить для себя год как стабильный, сделаны выводы на основании которых, будут внесены коррективы в товарное планирование следующего года. На данный момент как задачу себе поставили развитие группы специальных технических аэрозолей, все больше это востребовано как на производстве, так и в быту, будем стараться.

► **Ваши пожелания читателям журнала.**

Вашим читателям в первую очередь хочу пожелать здоровья, а также позитивной динамики во всех направлениях – профессиональном, личном, материальном. Специалистам из нашей области – несмотря на быстрый деловой ритм, успевать уследить и освоить все новшества, для того чтобы соответствовать требованиям развивающегося рынка как услуг так и материалов.

Беседовал Сергей Кожевников



ООО «Комплект-Мастер»
ул. Желябова, 1, офис 403,
г. Одесса, 65033
(048) 701-65-27
(050) 441-18-13
(050) 359-89-00



© Christophe BOURGEOIS

СТАНДАРТ ПАССИВНОГО ДОМА БЛАГОДАРЯ ДИСТАНЦИОННЫМ РАМКАМ SWISSPACER

Дистанционные рамы SWISSPACER являются основным элементом энергосберегающих окон. Они используются в большинстве окон и фасадов, сертифицированных Институтом Пассивного Строительства (PHI) в Дармштадте. Для тех, кто хочет строить по стандартам пассивного дома, обычно используют решения SWISSPACER.

Кройцлинген / Швейцария, август 2019 года

Теплые дистанционные рамы от швейцарского инновационного лидера являются важной частью энергосберегающих окон и фасадов. Эти небольшие компоненты с очень низким значением коэффициента лямбды вносят значительный вклад в снижение потерь тепла на краю стекла. Они улучшают коэффициент U для окон и фасадов, а также существен-

но повышают энергоэффективность зданий. SWISSPACER ULTIMATE — это самая инновационная тепловая рама из доступных в настоящее время на международном рынке.

С 2015 года SWISSPACER ULTIMATE и SWISSPACER ADVANCE отмечены знаком качества Института пассивного строительства (PHI) в Дармштадте. Строительные изделия с сертифика-

том «Компонент строительства пассивного дома» подлежат испытаниям и оценке в соответствии с едиными принципами. Они не только отличаются отличными энергетическими свойствами, но и должны отвечать определенным гигиеническим критериям, поскольку конденсат, плесень и неприятные сквозняки вблизи окна исключены в пассивном доме.

Знак качества, выданный на основе самых строгих критериев энергоэффективности и комфорта в мире, пользуется все большим спросом на международном рынке по мере роста осведомленности об устойчивом строительстве во многих странах.

Знак Института пассивного строительства является признаком отличного качества и устанавливает самые

СПРАВКА

SWISSPACER — это компания, представленная во всем мире, лидер инноваций в области теплых дистанционных рамок. Компания была основана в 1998 году и входит в состав группы компаний Saint-Gobain. Продукция характеризуется превосходными функциональными параметрами и изысканной эстетикой. Головной офис, а также производственные, научно-исследовательские и опытно-конструкторские отделы находятся в Швейцарии. Другие производственные предприятия расположены в Германии и Польше.



Карл-Тео Роз, директор по развитию рынка и инноваций в SWISSPACER. © SWISSPACER

высокие стандарты для компонентов, так как они вносят значительный вклад в надлежащее функционирование пассивных домов. Сертификация окон как «отвечающий критериям пассивного дома» показывает наилучшие имеющиеся в настоящее время решения для энергосберегающих окон.

Сертифицированное качество

Сертифицируя компоненты, мы помогаем производителям в разработке и внедрении на рынок продукции с наивысшей энергоэффективностью. «Каждый из них вносит активный вклад в защиту климата», - говорит д-р Бенджамин Крик,

управляющий директор Института пассивного строительства и руководитель рабочей группы по сертификации компонентов. Благодаря высоким стандартам качества сертификация пассивных домов также значительно ускорила разработку высококачественных окон и энергосберегающих фасадных элементов. В то же время, «пассивные окна» отвечающие критериям «пассивного дома» стали стандартом во многих зданиях, которые не имеют сертификации пассивного дома.

«Сертификат института пассивного строительства в настоящее время выдан примерно 285 окнам, неподвижным остеклениям и раздвижным дверям; 75% из них используют систему SWISSPACER, - подчеркивает Карл-Тео Роз, директор по развитию рынка в SWISSPACER. - Имея 38 сертифицированных фасадных систем, рамки SWISSPACER используются в 35 из них, то есть более чем на 90 процентов. В случае раздвижных дверей дистанционные рамки SWISSPACER использовались в 8 из 10 сертифицированных моделей, в случае окон - в 211 из 274».

Тот, кто решит выбрать высокоэффективное остекление для своего здания и сертифицированных элементов пассивного дома, вероятнее всего, остановит свой выбор на решении SWISSPACER.



Д-р Бенджамин Крик, директор Института пассивного строительства и руководитель рабочей группы по сертификации компонентов. © PHI

База данных компонентов PHI и всей сертифицированной продукции доступна в режиме онлайн:

<https://database.passivehouse.com/de/components/>

SWISSPACER

Контактная информация:

SWISSPACER Vetrotech Saint-Gobain (International) AG
 Sonnenwiesenstraße 15
 CH-8280 Kreuzlingen
 Швейцария
janina.brielmann@saint-gobain.com
www.swisspacer.com

Дистанционные рамки SWISSPACER являются основными элементами энергосберегающих окон - здесь, на примере Europassive® 2 Но в Хохфельдене, Франция.
 © Christophe BOURGEOIS





ПОЛЬЗА, ПРОЧНОСТЬ, КРАСОТА!

Сентябрь для Львова – месяц долгожданной передышки. Наконец-то, казалось бы, нескончаемый поток туристов со всей Украины и зарубежья схлынул. Удивительно, но, оказывается, от Коперника до Армянской можно пройти не за час, как летом, а за пять минут, побродить по пустому «Арсеналу», взглядываясь в изгибы рикассо двухметрового фламберга, выпить традиционную «филижанку» кофе в «Синей пляшке», не выстраивая огромную очередь. Но в этом году 10-12 сентября город Льва чуть было не «вернулся» в июль. С невиданным для культурной столицы размахом проходила Международная выставка WINDO LVIV 2019 – магнит для оконщиков, стекольщиков, архитекторов, дизайнеров и строителей. Тысячи человек на два дня с головой окунулись в волшебный мир технологий, инноваций и дизайна.

Как и на любом подобном ивенте, не обошлось без сенсаций, и, несомненно, одной из них стал совместный стенд группы компаний GlasTroesch и компании Edgetech. По отдельности эти имена известны каждому уважающему себя участнику украинского рынка светопрозрач-

ных конструкций – и действительно, сложно не знать, сколько GlasTroesch в свое время сделал для популяризации в Украине швейцарских стандартов качества, да и энергоэффективных стеклопакетов как таковых. Сложно не понимать, какого количества чудесной архитектуры – от Эльбской фи-

лармонии до музея Захи Халид в ОАЭ лишилось бы человечество без инновационных спейсеров Edgetech.

И вот долгожданная, и абсолютно органичная коллаборация подтверждена громким участием в международной выставке.

Отныне украинские архитекторы и девелоперы, наконец, «уравнены в правах» со своими зарубежными коллегами. Никаких компромиссов – ведь теперь «Энергопакеты» от «Глас Треш» это не только непревзойденные характеристики в области энергосбережения, но и общепризнанно лучшая в мире инновационная дистанционная система Super Spacer, открывающая архитекторам невиданные доселе горизонты. В этом году на украинских производствах группы компаний «Глас Треш» на полную мощность заработала полностью автоматическая сборочная линия Lenhardt с двухголовым аппликатором нанесения гибкой дистанционной рамки Edgetech в автоматическом режиме, дающая возможность работать одновременно с двумя размерами стеклопаке-



тов) и тандемным газ-прессом (два пресса, работающие синхронно), который увеличивает эффективность и производительность линии и роботом вторичной герметизации. Линия, установленная на киевской площадке "выдает" стеклопакеты максимальных размеров 2700x4500 мм, а линия на одесском предприятии производит "джамбо" формат 3000x6000 мм. Теперь наши отечественные Гауди, Райты, Ле Корбюзье, наконец могут смело следовать европейскому тренду максимальной прозрачности и открытости, а не «украшать» небоскребы окошками «метр на полтора». Робот обеспечивает как невозможную для ручной сборки скорость (а это и сроки строительства), так и «невозможную» точность приклеивания дистанционной рамки, и, в комплексе с уникальными продуктами Edgetech, результат действительно поражает. Всё это, не забываем, проходит строжайший контроль качества, одинаковый для заводов группы, и стеклопакет, выпущенный в Каменском или Киеве ничем не будет отличаться от своего собрата из Меммингена или Ульма.

Красота, конечно, красотой, но не зря ведь еще древнеримский зодчий Витрувий писал, что «формула архитектуры» – «Польза, прочность, красота!», поставив красоту, хоть и случайно, но на третье место... Прочность – она же безопасность – конек «Глас Трёш» – ведь мало того, что в крупноформатных пакетах используется закаленное «самолично» стекло, оно также может пройти тест Heart Sock Test по индивидуальному желанию заказчика в качестве дополнительной услуги. Напомним, что использование «на высоте» каленого стекла – не рекомендация, а норма, прямо прописанная в ДБН. Свою лепту в безопасность вносит и использование дистанционных рамок от Edgetech. Казалось бы, «железо» куда прочнее, но нет – многочисленные исследования, подкрепленные опытом строительства сотен «знаковых» объектов по всему миру, показали, что «мягкая» дистанция намного лучше «жесткой» справляется с «бичом» высотного строительства – напряжениями в прикраевой зоне стеклопакета, грозящими разгерметизацией и даже разрушением. Немаловажно и то, что в таких дистанциях нечему окисляться, а значит, срок службы пакета и всего фасада значительно возрастает.

Распльчатый термин «польза», как ее понимал Витрувий, в мире осте-



вления в наше время приобрел четкое определение – энергоэффективность. Здесь у продуктов группы компаний «Глас Трёш» практически нет альтернативы. Недаром даже название линеек энергосберегающих, мультифункциональных и солнцезащитных пакетов – Энергопакет® – фактически превратилось в имя нарицательное. Не раз приходилось слышать на стройплощадках вопросы прорабов: «А «Энергопакеты» привезли?» Например, двухкамерный Энергопакет® Glas Trösch Super Comfort имеет нереальный коэффициент сопротивления теплопередаче 1,75 м²К/Вт благодаря использованию стекла с революционным покрытием Silverstar Zero собственной разработки. А с массовым использованием на производствах «Глас Трёш» мягких «тёплых» дистанций «Энергопакеты» станут еще теплее, хоть это

и кажется невозможным – ведь теперь пропадает извечный металлический «мостик» холода, полностью устранена проблема промерзания и образования конденсата в прикраевой зоне.

Невозможно в короткой статье описать бесконечный поиск и постоянный поток инноваций – от «мелочей» до «грандов». Ну что ж – значит есть задел для будущих публикаций. Да в идеологии «Глас Трёш» и не бывает «мелочей». С истинно европейской скрупулезностью и постоянной маньякальной – читай «швейцарской» – заботой о качестве, специалисты группы компаний ведут Украину в светлое будущее. В светлое в прямом смысле. По крайней мере, в части окон и фасадов будущее в Украине наступило.

*Иван Пономаренко
архитектор*



Глас Трёш Украина

Glas Trösch Ukraine, ООО «УкрГлас»
www.glastroesch.ua, info@glastroesch.ua

0 800 30 40 20



© René Müller

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ УСТАНОВКА SUPER SPACER® В AGC INTERPANE

От XXS до XXL: производительность по всей линии

Стеклопакеты размера XXL представляют собой требовательный растущий рынок, который требует высочайшего класса производительности во всем – от производства до логистики. AGC Interpane удалось значительно повысить производительность и точность существующей линии сборки стеклопакетов для производства негабаритного остекления благодаря автоматизации монтажа дистанционных рамок.

Высокая доля ручной обработки в производстве стеклопакетов зачастую «перевешивает» пресловутый магический треугольник – компромисс между временем, качеством и затратами. «Именно это – самый важный рычаг производителей стеклопакетов для более быстрого, экономичного и стабильного высокого качества», – говорит Йоахим Стосс, управляющий директор компании Edgetech Europe GmbH в Хайнсберге. Дочерняя компания, полностью принадлежащая корпорации Qnanex Building Products Corporation, отмечает в этом году 30-летний юбилей своего продукта Super Spacer®, что делает ее пионером неметаллических «теплых» дистанционных систем. Первоначально работа разработчиков была сосредоточена на теплоизо-

ляционных свойствах и долговечности прикраевого уплотнения. Гибкие «дистанции» сохраняют эластичность и снижают механические нагрузки на кромку стекла, вызванные изменениями внутреннего давления в пакете и ветровыми нагрузками.

«Из-за растущей важности автоматизации становятся очевидными другие преимущества гибких дистанций – поставка их в практически «бесконечных» рулонах», – добавляет Йоахим Стосс. Автоматический монтаж дистанционных систем, таких как Super Spacer®, заменяет целый спектр рабочих задач, которые зачастую все еще выполняются вручную, таких как сгибание, заполнение влагопоглотителем, нанесение бутила, соединение жестких полых дистанционных рамок.

Автоматизация борется с нехваткой квалифицированных рабочих

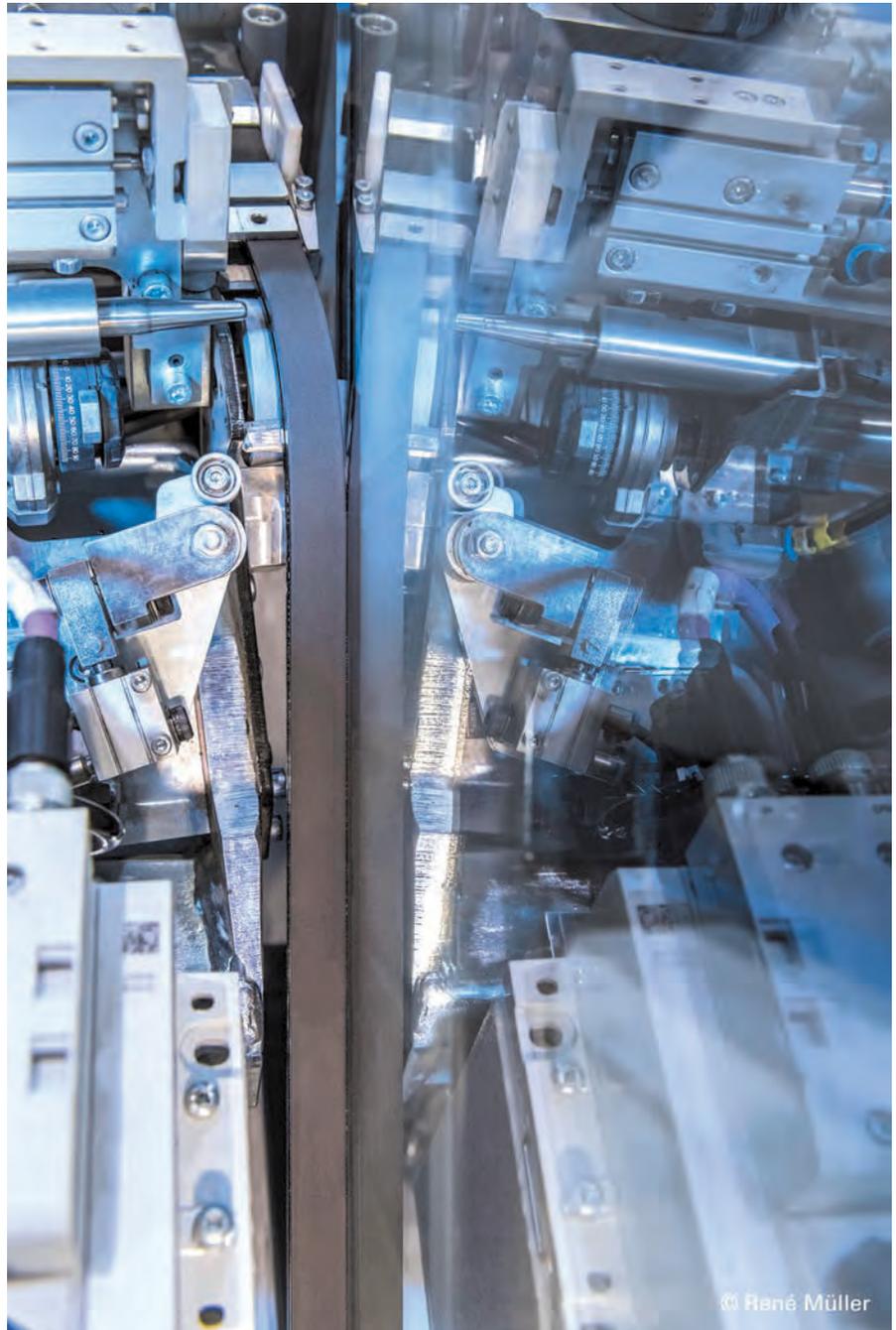
Демографические изменения в массе рабочей силы также оказывают заметное влияние на стекольную промышленность. Согласно отчету Ассоциации трудовых палат Германии о рынке труда за 2018 год, 86% перерабатывающих компаний в стекольной, керамической и каменной промышленности находятся в непрерывном поиске квалифицированных рабочих из-за того, что пожилые работники уходят на пенсию. 60% компаний считают, что нехватка квалифицированных сотрудников представляет собой риск для развития их бизнеса. Конечно, эти проблемы не новы, но необходимость их решения становится все более актуальной. Заполнение новых долж-

ностей было постоянной проблемой в регионе Нижняя Бавария, который уже многие годы является горячей точкой европейской стекольной промышленности. Если заказы не успевают выполняться, а наличная рабочая сила подвергается все более серьезным нагрузкам, более эффективное производство становится жизненной необходимостью. Производственные процессы не нужно переворачивать с ног на голову. Иногда существующий потенциал может быть раскрыт путем применения относительно простых средств, как демонстрирует AGC Interplane на своей площадке в Платтлинге в Нижней Баварии. Там они модернизировали существующую линию энергоэффективных стеклопакетов, добавив аппликатор для автоматической инсталляции дистанционных рамок на силиконовой основе в 2017 году. Это привело к увеличению производительности до 50%.

Легкая обрабатываемость – огромное преимущество

Компания AGC Interplane, базирующаяся в Платтлинге, позиционирует себя как специалиста по логистически сложным заказам на крупноформатные изолирующие стеклопакеты. На первый взгляд это звучит очень просто, но на самом деле, это означает постоянное участие в глобальных проектах. Компания из Платтлинга входит в прославленный «клуб» переработчиков флоат-стекла, способных поставлять энергоэффективные стеклопакеты в размере XXL, и при этом наивысшего качества. Комплекс London's Embassy Gardens с впечатляющим бассейном Sky Pool, расширение Columbia Business School в Нью-Йорке и Google Landscaper в Лондоне с ландшафтным парком на крыше и беговой дорожкой – это всего лишь три из ведущих проектов, которые будут реализовываться в настоящее время, и для которых компания производит гигантские стекла. Возможные размеры достигают 3210x18000 мм!

Производство специально приспособлено для обеспечения максимально возможного уровня гибкости в размерах. Полностью автоматизированная производственная линия, которая была модернизирована с помощью прикладного робота Super Spacer®, производит весь спектр стеклопакетов. Размеры варьируются от 200x300 мм и до так называемых «Giga Lites», то есть негабаритного остекления, размером 3210x9000 мм. Более того – Interplane может создавать



© René Müller



© René Müller



© René Müller

еще большие стеклопакеты, вплоть до 18 метров длины. Флоат-стекло, многослойное стекло, безопасное стекло или закаленное стекло обрабатываются до максимальной толщины стеклопакета в 115 мм. В качестве дистанционной рамки используется система Super Spacer® T-Spacer™ Premium Plus с шириной от 10 до 20 мм.

Дистанционные рамки на основе силикона устанавливаются параллельно и идеально точно за считанные секунды, что гарантирует безупречное и долговечное краевое уплотнение.

«Мы также используем жесткие дистанционные рамки в некоторых монтажах, но преимущества автоматизированного применения Super Spacer® оказывают большое влияние, особенно в случае крупноформатных стеклопакетов», - объясняет Даниэль

Брукельт, руководитель отдела производства стеклопакетов в Платтлинге. В дополнение к экономии времени это особенно относится к минимальным допускам, связанным с позиционированием и точным изготовлением углов. Кроме того, крошки и следы силикагеля в межстекольном пространстве исключены, поскольку Super Spacer® уже заполнена влагопоглотителем, и не требует отдельного заполнения, как в случае с полыми жесткими дистанциями.

«Особенно в том, что касается обработки размеров «Giga Lites», автоматизированная обработка и установка дистанционных рамок, и, следовательно, качество и внешний вид готовых изделий очень тесно связаны», - добавляет Майкл Элстнер, глава консалтингового центра IBC.

«Что касается требовательных архитектурных проектов, то эстетика краевого уплотнения становится все более важным критерием оценки. Рамки Super Spacer® практически невидимы благодаря своей матовой поверхности и небольшой высоте».

А что принесет будущее? Никто не может предсказать, в какой степени диджитализация и четвертая промышленная революция продолжат оказывать влияние на такую узкоспециализированную область производства, как у компании AGC Interpane в Платтлинге. «Однако мы отлично подготовлены к этому благодаря нашей современной автоматизации и высокому уровню гибкости производства», - резюмирует Майкл Элстнер.

О компании Edgetech Europe GmbH

Гибкие спейсерные системы на основе пены Edgetech Super Spacer® – энергосберегающие, эффективные теплые дистанционные рамки в стеклопакетах. Они значительно сокращают потери энергии, в значительной степени предотвращают конденсацию, а также продлевают срок службы окна. В среднем, более 300 миллионов метров таких спейсеров ежегодно продаются в более чем 90 странах по всему миру.

Edgetech Europe GmbH, расположенная в Гайнсберге (Германия), является дочерней компанией Quanex Building Products Corporation, ведущего мирового поставщика энергосберегающих технологий, производящего, в частности, оконные и дверные профильные системы, краевые уплотнения для фотоэлектрических модулей, деревянные полы и потолки, а также оконные и дверные решетки, с головным офисом в Хьюстоне, штат Техас (США).

Edgetech/Quanex является крупнейшим в мире производителем дистанционных рамок. Edgetech Europe GmbH – обеспечивает продажи для рынков континентальной Европы и производство на одном из трех мировых заводов по производству Edgetech. Команда состоит из 450 сотрудников, на заводе работают 16 экструдеров.

Вы можете получить дополнительную информацию о Super Spacer®, системах и технологиях Warm Edge Edgetech здесь: www.superspacer.com.

*Перевел с английского архитектор
Иван Пономаренко*

Edgetech

A Quanex Building Products Company

Представитель в Украине:

Ежи Яник

Тел.: + 48 (0)503.035605

E-mail: g.janik@edgetech-europe.com

Edgetech Europe GmbH

Gladbacher Strasse 23

52525 Heinsberg, Germany

Tel: +49 (0)2452.96491.0

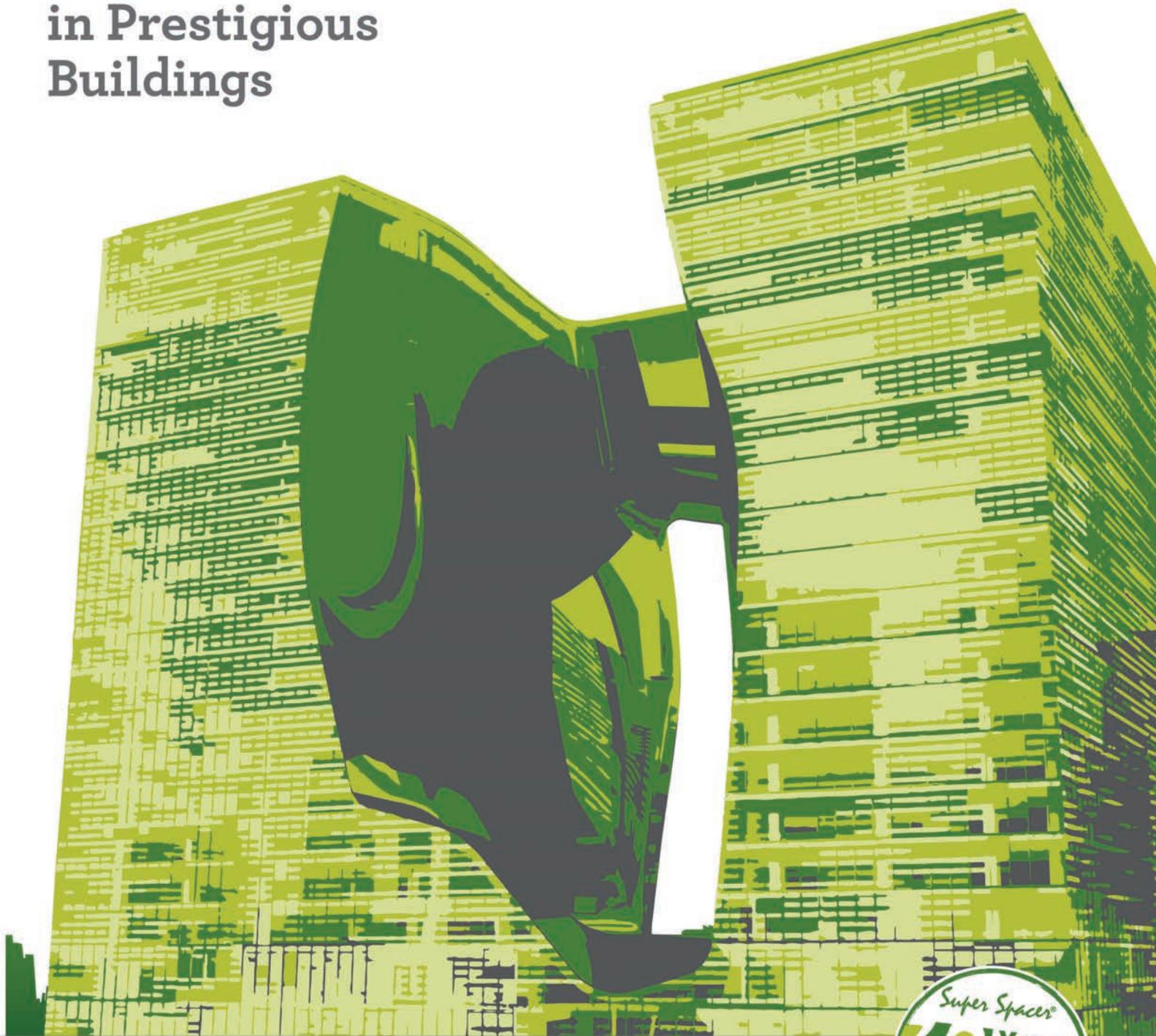
Email: info@edgetech-europe.com

www.superspacer.com

Super Spacer®

Always present
in Prestigious
Buildings

AESTHETICS
AUTOMATION
ACCURACY



The Opus | Dubai

 **Edgetech**

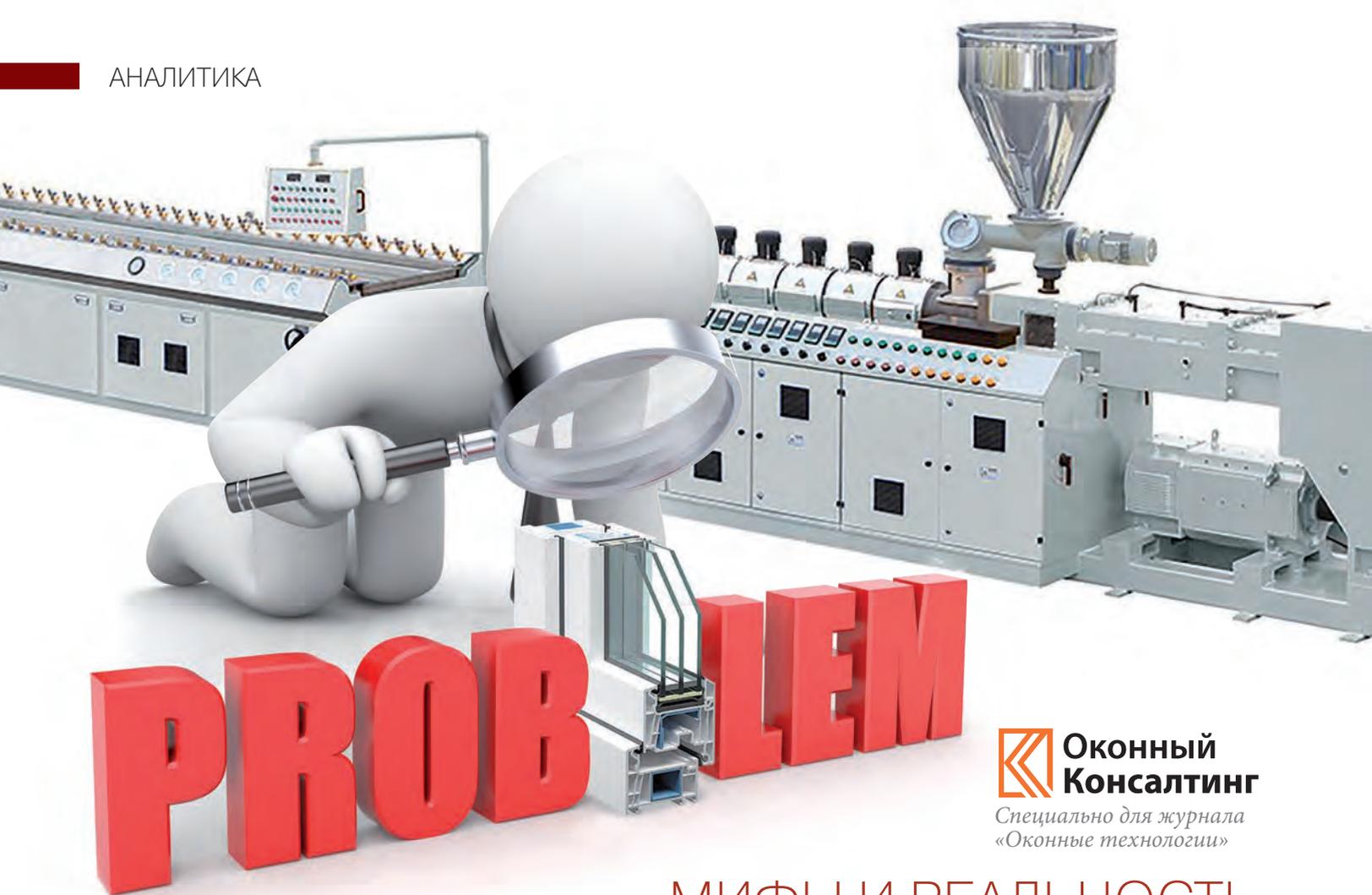
A Quanex Building Products Company

Пионеры в технологии
теплых дистанционных рамок

Контакт : Ежи Яник • Тел.: +48 (0)503.035605



www.superspacer.com
info@edgetech-europe.com



**Оконный
Консалтинг**
Специально для журнала
«Оконные технологии»

МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ ОКОННОГО РЫНКА УКРАИНЫ



Руководитель проекта
«Оконный Консалтинг»
Кесслер О.И.

И в угоду «запроса цены» менеджеры по продажам готовы предложить клиенту решение, которое, во многом, удовлетворяет ценовой запрос, но не удовлетворяет ожидания клиента во многих других составляющих, которые можно получить от светопрозрачной конструкции, потратив сумму, не намного превышающую первоначальную. Менеджеру намного комфортнее «взять» клиента ценой и не тратить свое время на пояснение преимуществ СПК,

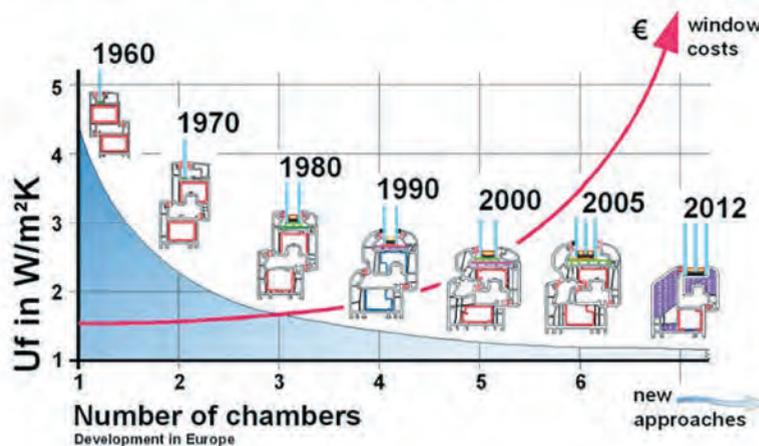
Сколько будет существовать рынок, столько и будут говорить о продажах. Конечно, продавать можно по-разному. Демпинг, качество продукции, компетентность продавцов, информированность клиентов, маркетинг и многое другое – неотъемлемые составляющие продаж. Но вот почему-то очень часто продавцы забывают о клиенте. А ведь основная задача продавца – удовлетворение запросов клиента. Именно «запросов», а не только «запроса цены»!

за которые нужно заплатить немного дороже. Ведь для этого необходимо потратить свое личное время, выучить «материальную часть» окон, научиться грамотно работать с клиентом, презентовать продукт, бороться с возражениями. Одним словом, самому выйти из «зоны комфорта» и опять пойти учиться. Да сколько же можно учиться. В школе учат, в ВУЗе учат, надо что-то запоминать, читать, слушать, делать правильные выводы, да и еще потом применять это на практике. Хватит. Дайте мне цену и я продам все, что угодно, если «оно» будет самым дешевым. И глубоко наплевать, что это «самое дешевое» не соответствует нормативным документам и законодательным

актам. Ведь клиенты этого не знают, а контролирующие организации не выполняют своих функций. Мораторий на контроль и проведение проверок сделал свое «черное» дело. Все получают «правильные» сертификаты, но не все производят всю продукцию, которая соответствует этим сертификатам. К сожалению, сегодня рынок формируют дилеры. Да, именно дилеры, а не производители и не клиенты. Производитель может выпускать сколь угодно качественный продукт, соответствующий всем требованиям ДСТУ и ДБН, но если у него в продуктовой линейке не будет дешевого сегмента, а дешевизну можно получить только путем снижения стоимости составляющих окна

(в основном, экономят на профиле, армировании и стеклопакете), то дилер такие окна будет покупать у конкурента. И самое неприятное в этой ситуации, так это то, что на поводу у дилера идут не только производители окон, а и производители профиля. Если до 2019 года в Украине профили монтажной глубиной 58-60 мм продавались в 3-х и 4-х камерном исполнении, то в 2019 году украинский рынок переживает бум пятикамерных профильных систем монтажной глубиной 60 мм. Если проследить за эволюцией профильных систем в Европе на примере производителя оборудования для экструзии профилей австрийской компании GREINER, то мы увидим тенденцию к увеличению монтажной глубины профиля, тем самым, увеличивая коэффициент сопротивления теплопередаче самого профиля и открывая возможность устанавливать в эти профили более широкие двух- и даже трехкамерные стеклопакеты. И это мы еще не берем в расчет профили с внутренним заполнением камер утеплителем и с композитным армированием. В Украине пока такие профильные системы не производятся, так что пока об этом не будем говорить. Вернемся к пятикамерным профилям монтажной глубиной 58-60 мм и попробуем сравнить их с аналогичными профилями по ширине, но меньшей камерности (3-х и 4-х камерные). Проанализировав протоколы испытаний различных Украинских испытательных лабораторий, получаем очень «интересные» показатели «Сопротивления теплопередаче комбинации профилей, предназначенных для эксплуатации в отапливаемых помещениях, должен составлять от 0,4 до 0,9 м²*К/Вт в зависимости от количества, размеров и расположения камер». Так вот эти показатели составляют от 0,61 до 0,78 м²*К/Вт в зависимости от производителя профиля и Лаборатории, которая проводила эти испытания. Ну что здесь можно сказать? Пусть такая «существенная» разница остается на совести таких Лабораторий и Центров стандартизации и сертификации. По крайней мере, инженеры понимают, что разница в цифрах при одинаковой ширине профиля и одинаковом количестве камер может отличаться на сотые знаки после запятой, даже с учетом погрешности, которая допускается при проведении испытаний. Пятикамерный профиль монтажной глубиной 60 мм имеет показатели по сопротивлению

Window chamber development



теплопередаче, по сравнению с 4-х камерным такой же ширины в пределах 2-х процентов. Если принять во внимание допустимую при проведении испытаний, погрешность, то может оказаться, что улучшения теплотехнических характеристик при добавлении пятой камеры в профиль, практически не произошло. По возможности установки в 5-ти камерный профиль монтажной глубиной 60 мм ничего не изменилось, в сравнении с 4-х камерным. Как ограничивались профили такой ширины стеклопакетами до 32 мм, так и осталось. Что получаем по факту: никаких «стратегических» изменений ввод такой профильной системы не принес. И, что самое главное, окна из 5-ти камерного профиля монтажной глубиной 60 мм со стеклопакетом 32 мм с двумя энергосберегающими стеклами и даже с заполнением межстекольного пространства аргоном, с учетом «краевой» зоны, а не так как большин-

ство расчетов производится без ее учета, не даст требуемого по ДБН коэффициента сопротивления теплопередаче 0,75 м²*К/Вт. Продолжаем поиск места, где «собака порылась».

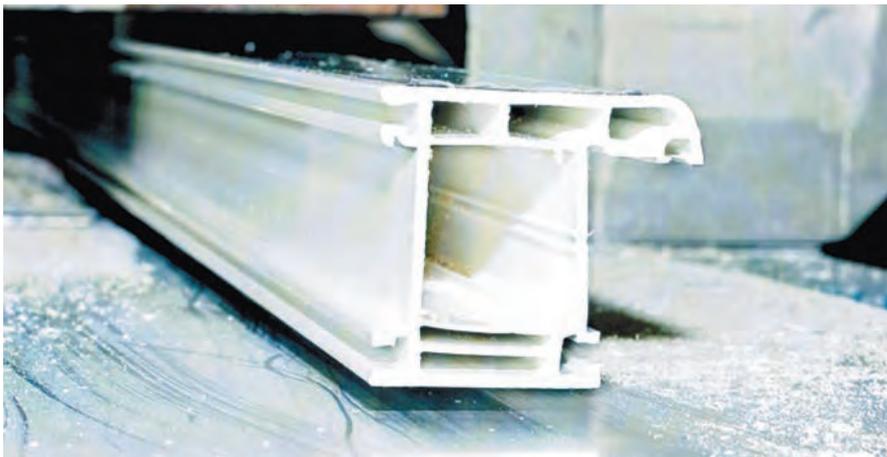
Сравним пятикамерную серию 60 мм с 5-ти камерной серией 70 мм. Хотя уже многие производители профиля 70-ки начали экструдировать в 6-ти камерном исполнении, но будем корректны. Итак: по весу отличие в плюс 10-12% в сторону профиля 70 мм – этого следовало ожидать. По коэффициенту сопротивления теплопередаче – от 0,81 до 0,91, опять же в зависимости от профиля и испытательной лаборатории. Армирование, как правило, унифицируют, оставляя камеру в профиле для металла без изменения. Разница в цене стеклопакетов (если сравнивать стеклопакет шириной 32 и 40-44 мм) в пределах 10-12%. Итого, мы имеем разницу по цене одинаковых по габаритам окон, но





отличающихся по монтажной глубине профиля (60 и 70 мм) и по стеклопакету (32 и 40-44 мм) в пределах 6-7%. Если добавить к этому затраты на логистику (окон монтажной глубиной 70 мм в фуру «входит» меньше, чем аналогичных размеров, но 60 мм, следовательно, возрастает стоимость доставки на каждое окно) – около 1%, то теоретически стоимость окна монтажной глубиной 70 мм, со стеклопакетом 40-44 мм с двумя энергосберегающими стеклами и с заполнением межстекольного пространства аргоном, отвечающего всем требованиям ДБН в части энергосбережения увеличивается, по сравнению с окном из пятикамерной 60-тидесятки со стеклопакетом 32 мм с двумя энергосберегающими стеклами и аргоном, которое не дотягивает до $0,75 \text{ м}^2\text{K/Вт}$, составит около 7-8%. В реалиях, при продаже клиенту, разница в таких окнах составляет порядка 14-18%. Если брать так называемое «стандартное» окно $1,3 \times 1,4 \text{ м}$, то «в деньгах» это усреднено будет порядка 500-600 грн. Производителей окон, в этом случае, можно понять, ведь на «экономных окнах» особо не заработаешь, следовательно

«добавочную стоимость» нужно находить уже на окнах класса «Стандарт», «Стандарт+» и «Элит». Почему я настаиваю на такой классификации, ответ достаточно простой: окна, начиная с класса «Стандарт» отвечают всем требованиям ДСТУ и ДБН. Вот и все возвращается на «круги своя». Так и мы вернулись к продавцам. Ярким примером того, что происходит, стал «поход» по салонам, продающим окна. Легенда была следующей – заменить старые окна «сталинке» на новые металлопластиковые энергосберегающие. Порадовало то, что в большинстве салонов начали сразу предлагать окна из профилей с монтажной глубиной 70 мм с количеством камер 5 и 6. Что огорчило – некоторые продавцы предлагали окна из профиля монтажной глубиной 60 мм. И что «сразило наповал» – так это предложение в одном фирменном салоне окна из 5-ти камерного профиля монтажной глубиной 60 мм со стеклопакетом 24 мм в три стекла! При этом абсолютно безапелляционно было заявлено, что «Вам такого окна с головой хватит в «сталинку» на любой мороз». И никаких более широких профилей и стеклопаке-



тов вообще не надо, это все только маркетинг и «от лукавого». Практически каждый год поднимается тема несоответствия требованиям ДБН в части энергосбережения светопрозрачных конструкций. Тем не менее, в 2018 году на рынке было реализовано около 40% СПК, не отвечающих требованиям ДБН по энергосбережению. Сложно оценить, какой процент таких окон был установлен в отапливаемые помещения, так как в это количество входят и окна, которые использовались при остеклении неотапливаемых помещений (балконы, лоджии, летние домики и т.д.) но и все же немалая часть окон попала в отапливаемые помещения. И такое будет еще продолжаться, пока покупатель слабо разбирается в оконной продукции, а мы «играемся» с рынком и идем на поводу «нерадивых» дилеров, производя «экономпрофили», но с большим количеством камер. Попытаться изменить такую ситуацию можно только ужесточая требования ДБН. И если с коэффициентом сопротивления теплопередаче у нас продолжают «играться», то следует вносить изменения в саму конструкцию, которая устанавливается в отапливаемые помещения:

Профиль:

- камерность – не менее 5-ти камер;
- монтажная глубина – не менее 70 мм;
- стеклопакет – не менее 2-х камер, общей шириной не менее 40 мм с двумя энергосберегающими или мультифункциональными стеклами.

И я считаю, что при таких изменениях выиграют все, начиная от производителей комплектующих окна и заканчивая конечным потребителем. Уговорами, просьбами и призывами, к сожалению, оконный рынок Украины не изменить. К сожалению, я отдаю себе отчет, что пока не начнут штрафовать производителя или продавца за окна, несоответствующие ДБН, то особых изменений не произойдет. До Европы нам еще далеко. Хотя окна, которые наши производители реализуют в Европе, соответствуют всем европейским требованиям. Ведь можем же, когда захотим. Давайте и оконный рынок Украины делать более цивилизным.

Руководитель проекта
«Оконный Консалтинг»
Кесслер О.И.
www.oknakonsult.com

CNT Slip-Coat

Уплотнители для Окон ◀

Революция в
Технологии Уплотнителей



Мягкая часть

Низкая остаточная деформация
Отличное Уплотнение

Slip Coat

Эстетический Дизайн
Гладкая Поверхность
Отличная стойкость к озону
Отличная стойкость к износу

Твердая Часть

Нет усадки в профиле
Не выходит из паза
Автоматическая закатка



Какие плюсы CNT Slip-Coat?

- + Благодаря гладкой поверхности отталкивает грязь, пыль и воду.
- + Благодаря Slip Coat нет проблемы с сжатием и загибанием
- + Благодаря новой Твердой части нет проблем с усадкой в профиле
- + Весит 15-20 % легче чем стандартный ТЭП уплотнитель



Уплотнитель Створки Уплотнитель Рамы Уплотнитель Штапика Универсальный уплотнитель



Глобальные решение в сфере ТЭП Экструзии



Conta Elastik Ürünler
ул. Кирилловская., 69В, Офис: 502
Tel : +380 (44) 498 27 05
Mobile: +38 (098) 445 34 57

CNT
Conta

Flexible
Products

SMART LINE S+



АХОП: ОКНА СО ВЗЛОМОУСТОЙЧИВОЙ ФУРНИТУРОЙ СПОСОБНЫ ЗАЩИТИТЬ ВАШ ДОМ

Вы знали, что злоумышленник может взломать обычное металлопластиковое окно за считанные секунды? Для непрошеных гостей достаточно лома или даже отвертки с применением силы, чтобы вскрыть окно, как говорится «без шума и пыли». Это возможно, если речь идет о металлопластиковом окне с обычной комплектацией фурнитуры.

Но современные технологии не стоят на месте. Сегодня функциональные окна позволяют создать невидимую защиту от взлома, без железных решеток и амбарных замков. Одно

из таких решений – взломоустойчивая фурнитура.

Устойчивую к взлому фурнитуру от обычной отличает наличие специальных грибовидных цапф, которые

при закрытии окна входят в плотное зацепление с соответствующими запорными пластинами. К тому же, в области ручки устанавливается особая накладка, которая не позволяет



открыть окно снаружи. Специальная оконная ручка с замком или кнопкой создаст дополнительную защиту. Такие окна вскрыть отверткой или ломом будет крайне сложно.

Встречая такую преграду на своем пути, как окна со взломоустойчивыми элементами, злоумышленник скорее всего бросит свою затею, чтобы не быть замеченным или пойманным.

Одно из самых оптимальных решений во взломоустойчивой фурнитуре на украинском рынке на сегодня – это продукция AXOR, а именно линейка фурнитуры – Smart Line S+. Как и вся продукция AXOR, эта линейка обладает высоким качеством, подтвержденным международным институтом ift Rosenheim (Германия), уникальным антикоррозийным покрытием и при этом уже в стандартной комплектации оснащена базовой безопасностью – взломоустойчивыми элементами.

Надежность окон, оснащенных взломоустойчивой фурнитурой AXOR Smart Line S+, не раз была подтверждена многочисленными краш-тестами (класс RC2/WK2). Специально приглашенные профессиональные взломщики близко к реальным условиям пытались взломать окно с помощью выбранных инструментов, но тщетно. Фурнитура выдерживала и оставалась в крепком зацеплении, не позволяя открыть окно снаружи. (Выставка InterBuildExpo 2016, 2017 и другие).

Поэтому такая фурнитура совместна с другими антивандальными элементами окна сможет стать надежной защитой вашего дома от злоумышленников.

Особенно стоит обратить внимание на такой функционал окна жителям первых и последних этажей, владельцам загородных домов и жильцам тех квартир, окна которых располагаются над козырьком подъезда, вдоль стен с трубами, под крышей здания, рядом с дополнительными конструкциями (пожарные лестницы, выступающие элементы декора и прочее).

Smart Line S+ — с заботой о безопасности окна.



AXOR™

ООО «АКСОР ИНДАСТРИ»
г. Днепро, пр. Труда, 32.
тел. +38 (056) 794 07 66
www.axorindustry.com



G-U представляет новую фурнитуру для алюминиевых окон ALU JET 606 И ALU JET CC 606

Компания «Гретч-Юнитас Украина», представитель немецкого концерна GU-BKS на территории Украины, предлагает обновленную фурнитуру для алюминиевых окон и балконных дверей ALU JET. На протяжении последних пятнадцати лет мы предлагали нашим клиентам фурнитуру Jet AK 8, которая зарекомендовала себя как наиболее оптимальная фурнитура в соотношении цена/качество и занимала одну из лидирующих позиций на рынке алюминиевых конструкций. В 2019 году пришло время внести небольшие изменения в дизайн и технические возможности фурнитуры и выпустить обновленный продукт ALU JET.



Истратенков Алексей
Руководитель технического отдела
ООО «Гретч-Юнитас Украина»

Основная задача при разработке нового продукта заключалась в том, чтобы используя опыт и новые технологии, максимально упростить процесс сборки фурнитуры, не потеряв при этом в качестве и надежности всей системы. Также нужно помнить о том, что уже установленная фурнитура требует гарантийного и послегарантийного обслуживания, и фурнитурные элементы должны быть взаимно заменяемыми. Учитывая все факторы, новая фурнитура ALU JET не претерпела изменений в петлевой группе,

а также ручка и рабочий механизм сохранили все свои параметры.

Фурнитура ALU JET 606 – с видимой петлевой группой. Это стандартная фурнитура, которая пришла на смену Jet AK 8. Новая фурнитура ALU JET 606 позволяет изготавливать поворотно-откидные створки высотой до 2800 мм, что очень актуально для нашего рынка, который с каждым годом требует все более и более габаритные конструкции. Также небольшим изменениям подверглись угловые элементы, благодаря этому



ALU JET 606



ALU JET CC 606



на угловой передаче появился дополнительный элемент блокировки ошибочного действия, а также элементы быстрого монтажа фурнитуры.

Фурнитура ALU JET 606 является универсальной фурнитурой для всех типов профильных систем. В данной фурнитуре было применено системное решение «монтаж фурнитуры на створку без дополнительных инструментов». Это увеличило скорость сборки фурнитуры и не требует применения неудобного монтажного шестигранного ключа 2,5 мм.

Благодаря высокому качеству фурнитура ALU-JET соответствует стандарту EN 13126-8 и сертифицирована институтом оконных технологий ift по требованиям QM 328.

Фурнитура ALU JET CC 606 – со скрытой петлевой группой. Компания GU уже имеет в продаже скрытую фурнитуру для ПВХ и дерева, а также для алюминия с 16 мм пазом. Пришло время представить новый продукт, скрытую фурнитуру для алюминия с европазом. Мы приняли во внимание все пожелания производителей профильных систем и переработчиков и разработали продукт, который соответствует всем требованиям рынка. Это и несущие характеристики петель (160 кг на стандартные петли), и габаритные размеры створок (высота створки до 2800 мм). Монтаж скрытой фурнитуры осуществляется без использования дополнительных инструментов и шаблонов, что делает возможным осуществить монтаж как на крупных предприятиях, так и в небольших цехах. На наш взгляд, основными преимуществами данной фурнитуры есть возможность применения любого типа профиля с любым покрытием, которое выберет ваш заказчик. У вас никогда не будет проблем с покраской петель и видимых элемен-

тов фурнитуры. Также скрытая фурнитура обеспечивает максимальный прижим створки по периметру, так как не требуется подрезка уплотнителя для установки петлевой группы.

Фурнитура ALU JET 606 и ALU JET CC 606 позволяет применять разные типы ручек, что положительно сказывается на выборе конечного потребителя.

Предлагаем вашему вниманию самые популярные варианты:

■ Ручка-передача SPACIO



Эта самая стандартный и распространенный вариант ручки, монтаж которой не требует дополнительных фрезеровок и чаще всего отверстие под установку такой ручки выполняется при помощи штампа. Также ручку SPACIO можно перекрасить в любой необходимый вам цвет.

■ Ручка BELCANTO



В сочетании с врезной передачей – это отличный вариант для удовлетворения всех дизайнерских желаний заказчика. Врезная передача разработана таким

образом, чтобы была возможность установить любой вариант ручки со штифтом. Это может быть, например, ручка Belcanto, выполненная из нержавеющей стали, или стандартная ручка Dirigent, которая применяется на окнах, изготовленных из ПВХ и дерева. Самое главное, что это может быть любая ручка, выбранная вашим заказчиком.

■ Ручка GU без розетки, с врезной передачей



Новинка от компании GU для решения повышенных требований к дизайну объектов. Монтаж ручки не требует специфического оборудования, устанавливается легко и быстро.

Все вышеперечисленные ручки могут поставляться в варианте с замком.

«Гретч-Юнитас Украина» всегда предлагает своим клиентам продукцию, которая соответствует всем европейским стандартам качества и надежности. Мы хотим, чтобы вы и ваши клиенты остались довольны нашими продуктами и сервисом.

И тут должно быть последнее предложение с восклицательным знаком.

Умоляю, только без восклицательного знака – это никуда не годится для серьезной статьи...

Превосходство с системой



ООО «Gretsch-Unitas Украина» 08132 г. Вишневое, ул. Киевская, 6-В
 тел.: (044) 536-93-30...33, факс: (044) 536-93-34
 www.g-u.ua, gukiev@g-u.ua



ИННОВАЦИОННЫЕ ОКНА

Фурнитура Vorne для алюминиевых систем

Алюминий легкий и прочный материал, позволяющий создать конструкции больших размеров и оформлять фасады в соответствии с современными архитектурными тенденциями. В самых сложных архитектурных проектах применяются именно окна из алюминия, имеющие длительный срок использования, намного превышающий деревянные и пластиковые окна. Именно поэтому просматриваются тенденции производителей объединять материалы и изготавливать комбинированные окна, такие как дерево-алюминиевые окна.



Кроме того, пожаробезопасность и устойчивость к перепадам температур позволяет использовать оконные конструкции из алюминия в любых местностях.

Компания Vorne с мировым уровнем производства и передовыми технологиями, предлагает инновационные решения для алюминиевых окон и дверей. Продукция Vorne долговечна и вынослива в сложных сезонных условиях. Простота установки и удобство для пользователя с возможностью совместимости со всеми типами профильных систем.

Особенности поворотно-откидного механизма для алюминиевых систем (система Европаз). Простота настройки прижима по периметру створки с помощью регулируемых ответных планок. Подходит для фурнитурного паза рамы 14/18 и створки 15/20 мм. Простота регулирования с помощью петель индивидуального

дизайна. Простота сборки с готовыми, настроенными деталями. Может применяться на створках шириной 420 - 1700 мм, высотой створки 500 - 2600 мм по фальцу. Максимальная простота монтажа.

Поворотно-откидная система для алюминия обеспечивает простоту установки благодаря съемному штифтовому механизму. Легко демонтируются и устанавливаются верхняя и нижняя петлевые группы.

Блокиратор-микролифт уже интегрирован в поворотную систему Vorne, поэтому его можно монтировать за короткое время без использования дополнительных инструментов. В результате снижаются затраты, так как требуется меньше складских запасов.

В поворотной системе для алюминия фальш-ножницы устанавливаются на поворотную систему. Изготовлены из нержавеющей стали (AISI 304). Возможность регулировки прижима створки 0,8 мм и горизонтальной регулировки створки 2 и 4 мм.

Двустворчатая поворотная система для алюминия обеспечивает максимальное открытие и просторный обзор. Система, которая состоит из 2-х створок, может быть выполнена как поворотная, так и поворотная-откидная и совместима с разными профилями.

Редуктор оконной ручки позволяет использовать оконную ручку для систем из ПВХ, вместо ручки, используемой в алюминиевых системах.

Система наружного открывания

Фрикционные ножницы – это прочные скрытые петли с большой грузоподъемностью, обеспечивающие открывание окон наружу, с практической конструкцией створки, которая работает при движении створки по принципу трения. Стандартные фрикционные ножницы, которые можно открывать и закрывать 30 тысяч раз. Преимущественно как выбор внешнего покрытия многоэтажных зданий.

Компоненты системы наружного открывания

Способность выдерживать створки весом до 130 кг в алюминиевых системах и подходит для створок высотой 2000 мм и шириной 2000 мм.

Vorne имеет различные типы фрикционных ножниц и является решением для окон с различными размерами



и весовыми нагрузками исходя из потребностей оконного рынка.

Фрикционные ножницы имеют большой диапазон регулирования. Это позволяет фиксировать окно в желаемых настройках. Эргономичная оконная ручка, разработана в соответствии с открывающимися наружу оконными системами, которые работают вместе с фрикционными ножницами.

Ручки и петли для алюминиевых систем Vorne имеются в белом (RAL 9016), черном (RAL 9005) и серебряном (RAL 9006) вариантах. Однако, по запросу, ручки и петли могут быть изготовлены в любом цвете RAL.

Vorne заботится о своих клиентах и следит за отраслевыми инновациями.

Мы всегда ставим перед собой новые цели!



«Ворне Окonné и Дверные Системы»
г. Киев, ул. Сырецкая, 31, оф. 26
e-mail: support@vorne.ua
Тел/факс: +38 (044) 362-46-81
<http://www.vorne.ua>



ВНИМАНИЕ К КАЖДОЙ ДЕТАЛИ



При выборе окон и комплектующих в первую очередь необходимо определить подходящий по физическим характеристикам, размеру, цвету профиль. Несмотря на кардинальные между собой различия, ПВХ, алюминиевые и деревянные профили при определенных условиях способны удовлетворить все запросы потребителя.

При выборе материала профиля одним из важных факторов является поведение профиля в результате расширений и сжатий под воздействием температурных колебаний. Если данные характеристики известны, то на базе каждого материала можно реализовать решения.

Размер окна, материал профиля, габариты стекла – факторы, влияющие на вес створки. При увеличении веса створки, выбранный механизм, обеспечивая влаго- и ветронепроницаемость, должен иметь соответствующий уровень безопасности.

Для обеспечения теплоизоляции помещения одним из важнейших критериев является количество делений светопрозрачной конструкции. При их увеличении, уровень теплоизоляции подвержен падению.

Направление движения солнца, температурный режим окружающей среды, сила ветра, уровень шума – основные показатели, которые следует учитывать при выборе стеклопакета.

Важно также учитывать степень взломостойкости оконной фурнитуры, если строение находится в зоне, требующей дополнительной безопасности.

Под торговой маркой KALE представлена оконная и дверная фурнитура, запорные механизмы и цилиндры к замкам, выпускаемые крупнейшей турецкой компанией Kale Industri Holding. На европейском и украинском рынках ее продукция пользуется неизменной популярностью, так как отвечает европейским стандартам качества, обладает эстетичным дизайном, технологичностью и невысокой стоимостью. Бренд выпускает фурнитуру для оконных конструкций из ПВХ, дерева и металла разных типов открывания: поворотной, откидной, поворотно-откидной, раздвижной и автоматизированной систем. При изготовлении продукции применяется трехслойная обработка металлических деталей: гальванического покрытия цинком и хромом, дополнительных лаковым слоем, что обеспечивает им высокие антикоррозийные качества, длительный срок службы и эстетичный вид.

Кроме этого, стоит отдать предпочтение в сторону использования ударопрочного стекла. Светопрозрачные системы, построенные на базе усиленных профилей и соответствующий монтаж, позволят удержать степень безопасности на требуемом уровне.

При использовании оконных систем на верхних этажах высоток, следует правильно рассчитать внешние факторы, такие как давление, сила ветра, погодные условия, и применять фурнитуру соответствующего уровня.

После подбора всех соответствующих компонентов, критическим является правильный монтаж оконной системы. При выборе расположения окна в стене не стоит забывать об изоляторах. Для предотвращения запотевания стеклопакета нужно учитывать тип и толщину стен, наличие теплоизоляции на них, расположение оконного проема в стене, температурные режимы. Окно с ранее перечисленными характеристиками будет соответствовать им, если при монтаже были правильно сделаны тепло-, паро- и гидроизоляция, крепление окна соответствует степени его взломостойкости.



Даже в производствах, где человеческий фактор и ошибки связанные с ним минимизированы, монтаж будут осуществлять все равно люди. Именно монтажники будут играть ключевую роль в завершении продукта. И здесь очень важны их компетенция и опыт. Но также не стоит пренебрегать обменом с ними информацией, что может внести значимый вклад во весь процесс.

И последний, но не менее важный с точки зрения потребителя фактор – выбор продукта профессиональных компаний, имеющие прошлое

и будущее, которые специализируются именно на таких продуктах и готовы при необходимости оказать техническую поддержку.



ООО «АВАТАС»

Киевская обл.,
Броварской р-н,
с. Зазимье,
ул. Радгоспная, 3-а
тел. +38 050 446 95 45
info@avatas.com.ua
avatas.com.ua



№1 в Украине

С БЛАГОДАРНОСТЬЮ!

Хотелось бы начать данную статью со слов благодарности! Спасибо всем, кто выбирает для себя продукцию ТМ Soma Fix. Для нас очень важно мнение каждого пользователя – не только профессионала, но и любителя. Уже 4-й год подряд пена ТМ Soma Fix одерживает победу в номинации «профессиональная пена года» в рамках всеукраинского национального проекта «Украинская народная премия», направленного на определение лучших товаров и услуг среди представленных на украинском рынке с точки зрения потребителей.



НОВИНКИ!

Спешим поделиться новостью, что линейку Soma Fix дополнил еще один продукт – огнестойкий силикатный герметик, предназначенный для герметизации швов и трещин, подверженных воздействию температур до 1500 °С. Он используется для ремонта и заполнения соединений, трещин и щелей в стенах, печах, топках, каминах, барбекю и дымоходах. Имеет отличную адгезию к поверхностям из кирпича и цемента. Как и все продукты ТМ Soma Fix, данный герметик отвечает европейским стандартам качества.



ЗИМНИЙ ПРОДУКТ

Завершается теплый сезон, но не заканчиваются строительные и монтажные работы, поэтому хотелось бы напомнить о важности использования зимней пены в холодный сезон.

Зимняя монтажная пена – универсальный материал, идеально подходящий для монтажа окон, дверных коробок, перекрытий, звуконепроницаемых перегородок, а также для склеивания пластмассы, дерева, ПВХ и т.д. Применять ее можно даже в сильный мороз до -20 °С. В связи с тем, что в зимние аналоги монтажной пены включены дополнительные составляющие, которые позволяют пене полимеризоваться (затвердевать) при низких температурах – данная пена не будет течь, замерзать и крошиться.



Зимняя монтажная пена, также, как и всепогодная, делится на профессиональную и бытовую.



VS



Благодаря зимним аналогам монтажной пены строительные и монтажные работы не будут ожидать прихода теплого сезона. Мы с уверенностью можем утверждать, что с применением зимней монтажной пены ТМ Soma Fix результат будет соответствовать ожидаемому, так как мы предлагаем потребителю продукт высокого качества по доступной цене. Именно поэтому ТМ Soma Fix завоевала сердца профессионалов как в Украине, так и за рубежом.

Для использования профессиональной пены используют пистолеты для монтажной пены. Профессиональная пена имеет низкий коэффициент вторичного расширения и предназначена для более объемных видов работ.

В комплекте с баллоном пены бытового использования идет специальная трубка-насадка, с помощью которой происходит выдув пены. Пена используется для заполнения трещин, пустот и т.п., поэтому она имеет более высокий коэффициент вторичного расширения и более низкую плотность.

КТ УКРАЇНА

Центр обслуживания клиентов:

0 800 200 700

www.kt.ua, www.somafix.ua

TM SOMA FIX

более 10 лет на рынке Украины

PROFESSIONAL
**SOMA
FIX**



Soma Fix MEGA

65 л

Пена премиум-класса с увеличенным выходом для профессионального монтажа.

выход пены - 65 л

✓ высокий уровень тепло- и звукоизоляции

плотность - 17-20 кг/м³

✓ мелкопористая структура

сезонность - зимняя

✓ отсутствие усадки



Soma Fix MEGA PLUS

65 л

Лучшее решение для работ в условиях пониженных температур.

выход пены - 65 л

✓ оптимальное решение цены за 1 п.м

плотность - 15-18 кг/м³

✓ сохраняет заявленные показатели выхода при отрицательных температурах

сезонность - зимняя

✓ безвредна для озонового слоя



Soma Fix PROFIT

65 л

Профессиональное качество по доступной цене.

выход пены - 65 л

✓ высокая адгезия к большинству стройматериалов

плотность - 17-20 кг/м³

✓ не разрушается с течением времени при защите от УФ лучей

сезонность - зимняя

✓ идеально для установки окон и дверей

PENOSIL



ПРИЗНАННЫЙ ЭКСПЕРТ В ОБЛАСТИ МОНТАЖА

Бренд PENOSIL – признанный эксперт в области монтажных пен, герметиков и клеев. Успех компании основан на высоком качестве продукции и технологических инновациях вот уже 25 лет. В данной статье мы бы хотели сделать обзор некоторых новых продуктов, которые представляет компания Krimelte в Украине.

Утеплитель PENOSIL INSULATION FOAM

В преддверии зимнего периода и утепления домов перед холодами, особенно важно иметь под рукой распыляемый утеплитель-пену Penosil Insulation Foam. Например, чтобы утеплить и звукоизолировать любую поверхность площадью 2 метра и толщиной 5 см, вам понадобится всего один баллон утеплителя! В течение одного часа пена полностью затверде-

вает и ваш объект готов для дальнейших работ. Распыление происходит благодаря специальной насадке-носику, которая идет в наборе с каждым баллоном. Прорезиненный материал носика позволяет быстро установить его на разные сопла любых пистолетов для пены. Вы можете наносить стойкую к ультрафиолету утеплитель-пену в несколько пятисантиметровых слоёв для идеальной теплоизоляции и звукопоглощения.

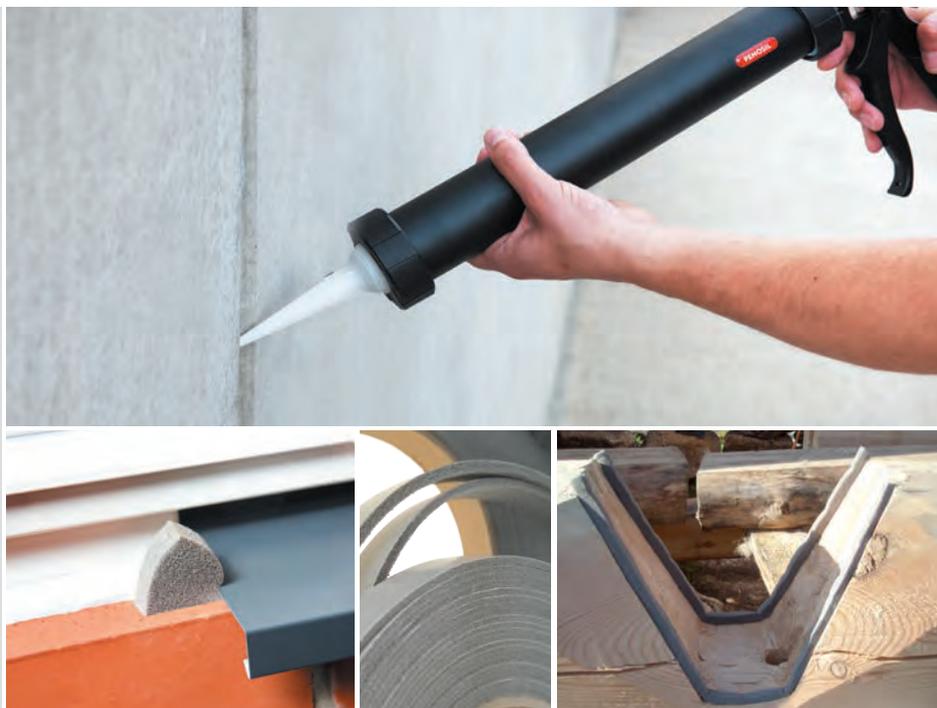
PENOSIL предпринимает все необходимые меры для снижения воздействия своей продукции на окружающую среду, уделяет повышенное внимание к экологии, поэтому уверенно можем сказать, что PENOSIL INSULATION FOAM – это экологически качественный и долговечный продукт.

Каучуковый клей PENOSIL SpeedFIX 909

Новый прозрачный клей SpeedFIX 909 уже успел зарекомендовать себя на рынке Украины и быстро стал популярным универсальным средством для приклеивания панелей, плитусов, молдингов, планок, профилей, перил, дверных коробок и многого другого.

Что отличает 909-й клей? Отличная адгезия к дереву, бетону, керамике, кирпичу, шпукатурке, камню, стали, алюминию, жесткому ПВХ, стеклу и полиэфиру. Клей устойчив к воде, низким температурам, готов к покраске сразу после нанесения. При мно-





венном сцеплении 909-го клея помните, что предварительная подготовка поверхности – важнейший этап поклейки, обязательно очистите площадь спиртовым раствором и работайте с удовольствием!

Клей-пена PENOSIL Construction 878

Что отличает клей-пену 878 от других подобных продуктов? Помимо высокого качества и отличных термоизоляционных свойств, клей-пена 878 имеет универсальный аппликатор EasyGun, который позволит вам работать с клей-пенной даже без специального монтажного профессионального пистолета. Достаточно взять аппликатор и прикрепить к вентилю баллона, слегка надавив на него, пока он не зафиксируется, и все готово для использования! Можете начинать работу при -5 и до +30 °С, смело крепить изоляционные панели к фасадам и фундаментам, проводить работы по внутренней отделке, крепить подоконники, строительные блоки и другие строительные работы. Отдельно отметим, что клей-пена 878, как и все продукты Krimelte, проходила испытания на соединения и сдвиги по методу испытаний, одобренным организацией FEICA, и обеспечивает клиентам самое точное представление о характеристиках продукта Penosil.

Саморасширительный уплотнитель ПСУЛ Penosil

Krimelte производит 7 видов предварительно сжатой уплотнительной

герметизирующей ленты на основе вспененного полиуретана, которая используется при установке металлопластиковых окон и дверей. Данная лента служит как звукоизоляционная, влагозащитная и паронепроницаемая составляющая при соединении пластиковых, деревянных и других материалов с проемом здания (порога). Гидроизоляционная (бутило/битумная) со сверхпрочным самоклеющимся основанием лента создана для того, чтобы блокировать попадание влаги (воды, конденсата) и газоподобных веществ, для удержания тепла в вашем помещении. ПСУЛ Penosil – это высококачественный материал и изготавливается из полиуретана, который вспенивают и насыщают специальными добавками для улучшения свойства барьера, обладает устойчивостью к температурам от -40 до +80 °С.

Атмосферостойкий фасадный герметик Penosil Facade Hybrid 25LM для герметизации периметра окна

Топовый продукт от Penosil для всех окончиков, он является абсолютно безвредным, легким в применении и универсальным фасадным герметиком. В отличие от полиуретана, Facade Hybrid 25LM (600 мл) полностью безвредный при работе в открытых и закрытых помещениях, нет выделений вредных химических веществ, а значит нет необходимости в использовании дополнительных средств индивидуальной защиты для ваших сотрудников при работе с этим продуктом. Одно из важ-

нейших качеств – высокая подвижность ($\pm 25\%$) и низкий модуль эластичности, что особенно важно при внешних атмосферных нагрузках на оконные проемы. После завершения вашего монтажа и окончания процесса полимеризации, Facade Hybrid 25LM гарантирует шву 100% гидроизоляцию. И конечно же, если вы используете монтажные ленты, вы обязательно должны попробовать аэрозольный клей Prime&FIX, на основе синтетической резины, применяемый также в качестве грунтовки для улучшения адгезии при креплении паро- и воздухопроницаемых лент PENOSIL.

В завершение, хотелось бы отметить, что продукция Penosil уже более 10 лет стабильно помогает сотням монтажников и строительным компаниям развивать рынок Украины, гарантирует высокое качество и обеспечивает оперативное обслуживание, сервис для потребителей.

Penosil стремится предоставлять надежные, инновационные и долгосрочные решения для клиентов в строительной отрасли и гордится своими достижениями за 25 лет.

Penosil – это знак качества, на который вы всегда можете положиться.

Официальное представительство в Украине: ООО «Кримелте Украина»
03170, г. Киев, ул. Большая Окружная, 4, офис 332
Тел.: +38 044 593 96 27
Моб.: +38 050 593 0 593
support.ua@krimelte.com
www.penosil.ua

К ВОПРОСУ О ТОЛЩИНЕ СТенок ПРОФИЛЯ.

Что важнее: толщина или интеллигентность решения?

Предлагаю начать наш экскурс с анализа требований к толщине стенок профиля в европейской нормативной базе. В главном европейском стандарте DIN EN 12608 «Профили из PVC-U для оконных и дверных блоков» приводится три класса по толщине стенок профиля:

	Класс А	Класс В	Класс С
лицевые стенки	≥ 2,8	≥ 2,5	нет требований
нелицевые стенки	≥ 2,5	≥ 2,0	нет требований

размеры в мм

В примечании к этой таблице сказано: «Классификация профилей по толщине стенок предназначена для представления широких вариаций профиля и дизайна окон для различных применений, которые используются в Европе. Эта классификация не подразумевает различий в качестве профиля или изготовленных из него окон при условии соблюдения соответствующих эксплуатационных требований как для профилей, так и для окон».

Аналогичное примечание приведено и в ГОСТ 30673 «Профили ПВХ для оконных и дверных блоков»:

«Классификация профилей по толщине стенок не вносит различия в требования к качеству профилей или оконных конструкций из них. Толщина стенок является косвенной характеристикой формоустойчивости и прочности профилей».

Другими словами, в приведенных выше цитатах говорится о том, что профили класса по толщине стенок А, В (и даже С!) имеют один и тот же уровень качества, а это разбиение говорит лишь об их конструктивных отличиях.

Делаем на этом акцент, чтобы обратить ваше внимание на бытующие на оконном рынке манипуляции, связанные с утверждениями о более высоком уровне качества профилей класса А по толщине стенок по сравнению с профилями класса В.

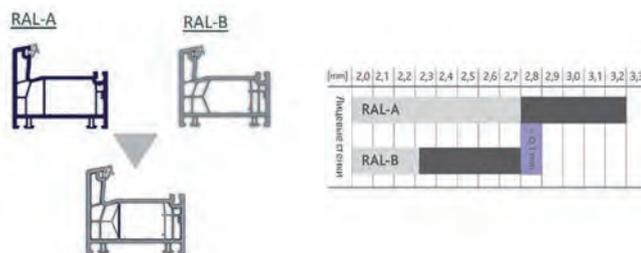
Еще одним подтверждением приведенного выше утверждения является факт наличия во всех современных версиях стандартов, посвященных профилям ПВХ для окон и дверей (в том числе и в самом высоком по уровню требований качества стандарте RAL!), как минимум, двух классов по толщине стенок профиля – «А» и «В».

Классификация по толщине стенок профиля в основных европейских стандартах выглядит следующим образом:

Наименование стандарта	Класс по толщине стенок*			
	А	В	С	
DIN EN 12608 Профили из PVC-U для оконных и дверных блоков	+	+	+	
RAL GZ 716/1 Оконные профили из пластмасс	+	+	-	
ДСТУ Б В.2.7-130 Профили ПВХ для ограждающих строительных конструкций	+	+	-	
ГОСТ 30673 Профили ПВХ для оконных и дверных блоков	+	+	+	

* Значение толщины стенки
класс «А»: 3,0 мм (+.../- 0,2 мм); класс «В»: 2,7 мм (+.../- 0,2 мм);
класс «С»: не нормируется;

Заметим, что минимальное значение толщины лицевых стенок RAL-A (2,8 мм) отличается от номинального значения RAL-B (2,7 мм) всего на 0,1 мм! Визуально не отличить!



Рассмотрим, как изменялось качество мышления разработчиков технологий на нескольких примерах:

- В автомобилестроении в первых образцах класс автомобиля обеспечивался его массой; в современных образцах в тренде интеллектуальный подход.

«масса равна классу»



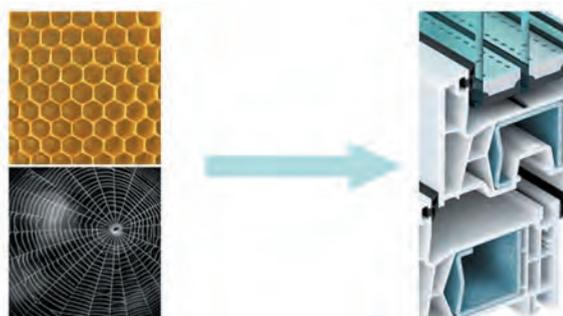
«интеллект вместо массы»



Какой покупатель автомобиля сегодня оценит толщину листового металла как критерий качества по сравнению с экономичностью, комфортом и безопасностью?

- Также современные разработчики используют природные конструкции. Будь то соты или паутина – интеллектуальные конструкции более стабильны, чем просто массивные.

Природа подсказывает - технология реализует!

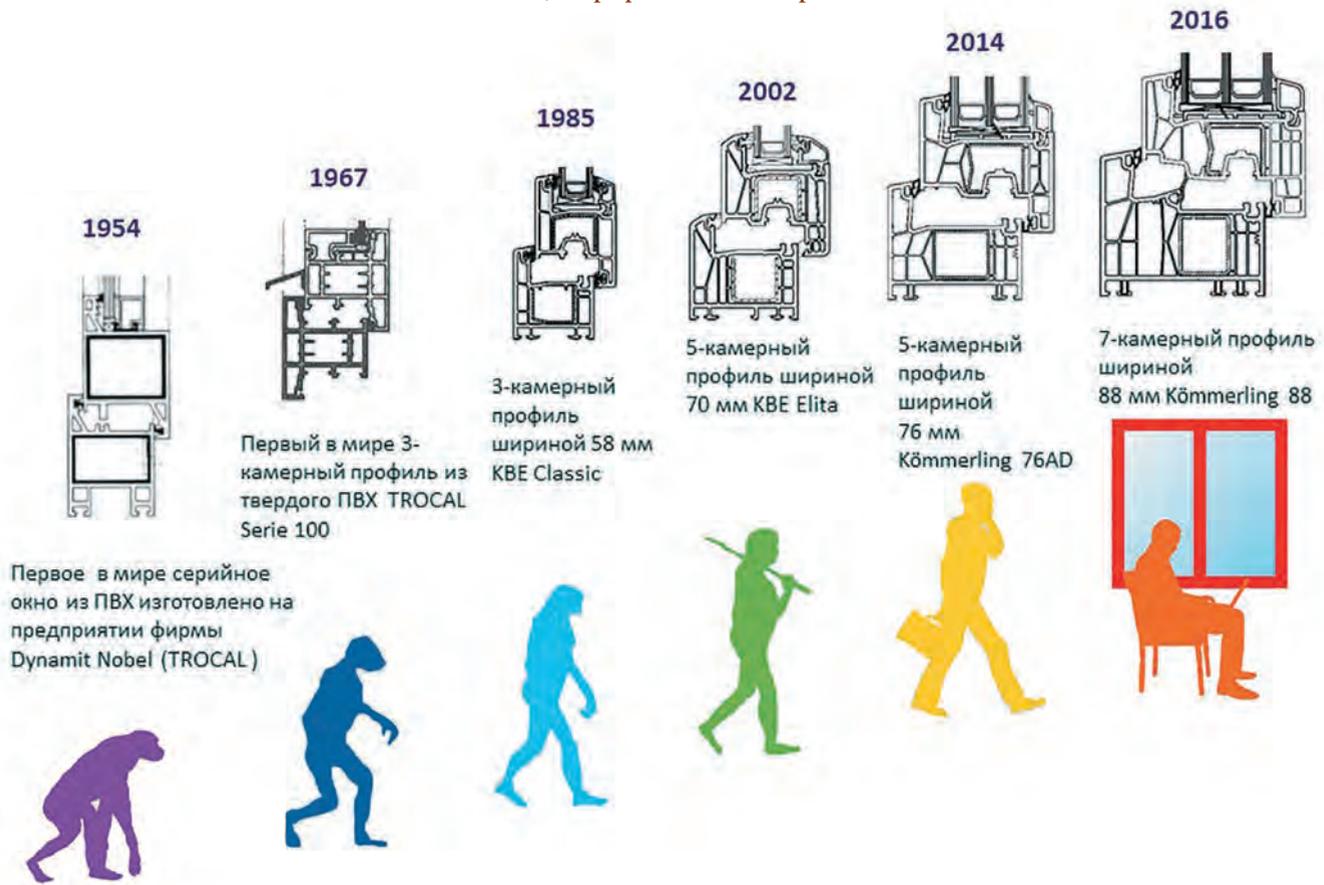


Давайте рассмотрим эволюцию профильных систем из ПВХ на примере концерна profine:

Первое в мире серийное окно из ПВХ было изготовлено в 1954 году на предприятии фирмы Dynamit Nobel (современное название TROCAL). Профиль из мягкого ПВХ представлял собой однокамерную конструкцию с толщиной стенки около 5 мм. Все воздействия воспринимались стальным усилителем коробчатого сечения, плотно заполняющим единственную камеру. Светопрозрачная часть заполнялась одним стеклом. Два контура уплотнения обеспечивали более высокую, по сравнению с деревянными окнами, герметичность.

Фирма TROCAL продолжала быть лидером инновационных решений и в 1967 году первая в мире разработала и запустила в серию трехкамерную профильную систему из твердого ПВХ.

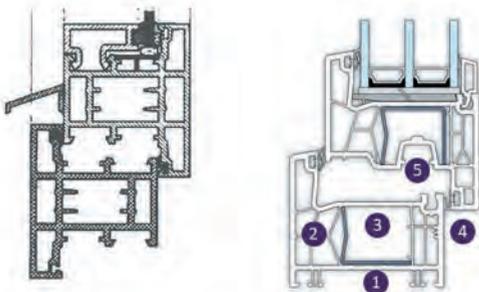
Эволюция профильных систем profile



Дальнейшее развитие профильных систем хорошо видно на представленной диаграмме: увеличивалась строительная ширина профиля при одновременном возрастании количества камер. Чем шире становился профиль и чем большее количество внутренних перегородок в нем появлялось, тем более высокой становилась жесткость профиля (особенно крутильная) и тем все меньшее влияние на нее оказывала толщина стенок профиля.

Преимущество интеллектуальных решений перед массой стало неоспоримым.

Ранее (1967): «Масса равна классу»
Сегодня: «интеллект вместо массы»



Технические характеристики профиля зависят от множества различных факторов:

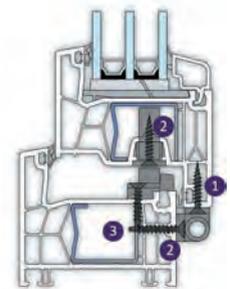
- общей строительной ширины профиля ①, позволяющей установить широкий стеклопакет, эффективно разместить систему внутренних перегородок;
- значительного количества внутренних камер ②, обеспечивающих повышенную жесткость и теплоизоляцию профиля;
- камеры для усилителя ③, расположенной в наиболее эффективном для восприятия усилителем действующих нагрузок месте;

- утолщений, наплавов, выступов (④, ⑤) расположенных в местах установки фурнитурных элементов для обеспечения надежности крепления этих элементов к профилю.

Толщина стенок – не главное!

Рассмотрим несколько вариантов современных интеллектуальных решений крепления фурнитуры, обеспечивающих надежность соединения при любой толщине стенок профиля:

- Винтовое соединение в многокамерных системах ① через несколько ПВХ-стенок, что в сумме больше толщины одной стенки RAL-A.
- Интеллектуальное расположение резьбовых выступов и утолщений ②. Толщина наружных стенок в месте крепления явно выше RAL-A.
- Дополнительное ввинчивание в сталь ③. Полную нагрузку от петли несет сталь, а не стенки из ПВХ.



Толщина стенок не имеет значения!

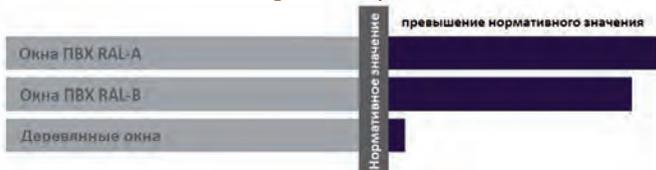
И вот мы подошли к, пожалуй, единственной характеристике, на которую влияет изменение толщины стенок профиля, а именно, к прочности сварного угла.

Так что же влияет на прочность сварного угла?

Соображение 1:

Современные пластиковые окна RAL-A и RAL-B имеют большой запас прочности по сравнению с нормативным значением и намного превосходят по этому показателю деревянные окна.

Прочность угла:



Соображение 2:

Критически влияющими факторами на надежность сварного угла в оконной конструкции являются:

- температурные деформации при слишком длинном остеклении,
- нарушение требований крепления к проему,
- эффект разрыва из-за неправильного нанесения штукатурки,
а не толщина стенок профилей!

Соображение 3:

Уменьшение толщины стенки приводит к уменьшению площади его поперечного сечения и, как следствие, к уменьшению прочности углового соединения.

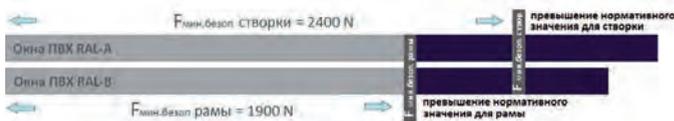
Однако!

Соображение 4:

Даже для 3-камерной системы шириной 58 мм расчетное значение минимальной разрушающей силы $F_{soll}(RAL-B)$ всего на 8% меньше $F_{soll}(RAL-A)$;

F_{soll} для створки больше $F_{min}/\text{безопасности}$ на 18%, а для рамы – на 49%, где для створки $F_{min}/\text{безопасности} = 2400 \text{ Н}$, а для рамы = 1900 Н (см. ДСТУ Б В.2-15, п. 8.2).

Запасы прочности сварного угла RAL-A и RAL-B



Для более широких систем этот запас прочности будет только увеличиваться.

Вывод:

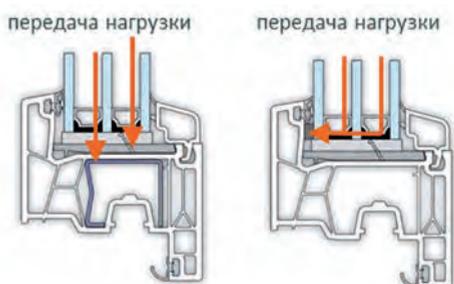
Снижение прочности сварного угла при переводе профильной системы из класса «А» по толщине стенки в класс «В» не является критическим и не приводит к снижению показателей качества профиля, что гарантируется существенными запасами прочности сварного угла.

Рассмотрим еще несколько вопросов и попытаемся на них ответить.

Как распределяется нагрузка от стеклопакета?

Существует два способа передачи нагрузки от веса стеклопакета на профиль:

- Стандартный способ, при котором вес стеклопакета передается на армировку.
- Приклеивание профиля (армировка отсутствует), при котором вес стеклопакета передается на створку по ее контуру.



В обоих случаях толщина стенок не имеет значения!

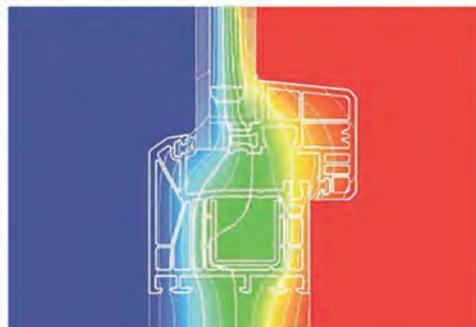
От чего зависит сопротивление теплопередаче профиля?

Сопротивление теплопередаче профиля во многом зависит от правильности составления комбинации элементов конструктивного решения.

Таковыми элементами являются: строительная ширина профиля, количество камер профиля, прочие конструктивные элементы (количество контуров уплотнения, расположение камеры для армировки, глубина стекольного фальца, тип применяемой дистанции и т.п.).

Усредненно можно обозначить следующие значения сопротивления теплопередаче для профильных систем при соотношении «строительная ширина/количество камер»:

- «60 мм/3» – 0,63 м²С°/Вт;
- «70 мм/5» - 0,77 м²С°/Вт;
- «80 мм/6» - 0,9 м²С°/Вт;
- «90 мм/7» - 1,05 м²С°/Вт.



Толщина стенок не имеет значения!

И, наконец, последний вопрос, на который хотелось бы получить ответ:

Является ли RAL-A синонимом RAL-B?

В 2008 году в стандарт RAL GZ 716/1 была введена норма, разрешающая применять профиль класса В по толщине стенки (RAL-B).

После успешной проверки в соответствии с новым руководством IFT FE 13/1 профильные системы profine RAL-B были включены в систему обеспечения качества RAL GZ 695 (ассоциация качества предприятий, перерабатывающих искусственные материалы).

Эта сертификация с 2011 года приравнивает продукты концерна profine класса В к продуктам класса А!

Нет разницы между RAL-A и RAL-B!



Семен Файбушевич
руководитель отдела информационно-технической и рекламной поддержки ООО «ПРОФАЙН Украина»



ООО «ПРОФАЙН Украина»
69065, г. Запорожье,
ул. Электрозаводская, 3
Тел./факс: +38 (061) 284 13 04
E-mail: info.ua@profine-group.com
www.profine.ua




ОГЛЯД РИНКУ СПК В УКРАЇНІ ЗА I ПІВРІЧЧЯ 2019 РОКУ ВІД AXOR INDUSTRY

Огляд ринку складено на основі опитування керівників найбільших виробничих підприємств світлопрозорих конструкцій України.

Вступ

Віконний ринок України зараз переживає перехідний період.

З одного боку, помітно певний спад ринку, який був відчутний ще торік і

продовжився у 1-му півріччі поточного року.

З іншого боку, активна конкуренція на ринку змушує основних гравців ринку більш активно приділяти

увагу своєму розвитку. Ми бачимо, що провідні виробничі компанії галузі все активніше займаються своїм просуванням і щороку приділяють все більше уваги розвитку свого продукту, бренду, сервісу, а також розширенню дилерської мережі.

У такій ситуації, зрештою, виграє покупець, який вже зараз диктує попит на якісні вікна, додатковий сервіс і гарантії.

Усе впевненіше в обсягах продажу компаній превалює продукція стандарт-класу, економічний сегмент все помітніше відстає від лідера. Щороку дедалі більше зростає попит на енергозберігаючі та багатофункціональні вікна та двері.

Безумовно, віконний ринок України розвивається, але не такими темпами, як би хотілося, з урахуванням політичної та економічної ситуації в країні.

Тим не менш, ведучі компанії галузі прогнозують утримання обсягів ринку на рівні минулого року чи навіть бачать невелике зростання показників у 2-му півріччі 2019 року.

50%

опитуваних компаній відмітили зниження обсягу ринку у 1-му півріччі 2019 року, в середньому - на 10%.

45%

компаній обрали для себе стратегію розвитку продукту та сервісу, 40% компаній - стратегію розвитку дилерської мережі і 45% опитаних - стратегію оптимізації затрат.

60%

респондентів відзначили, що у звітний період не змінювали склад свого продукту, тільки деякі компанії провели часткову зміну комплектуючих.

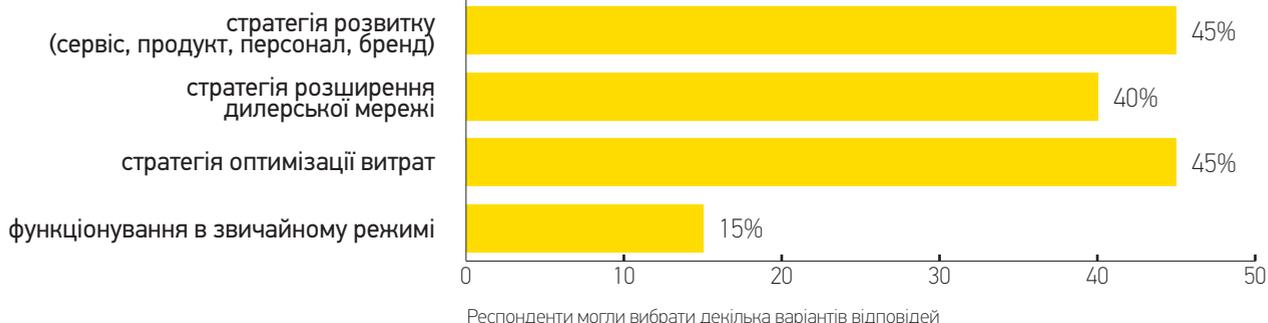
80%

компаній відмітили, що у їх сумарному обсязі продажів переважала продукція з енергозберігаючими властивостями.

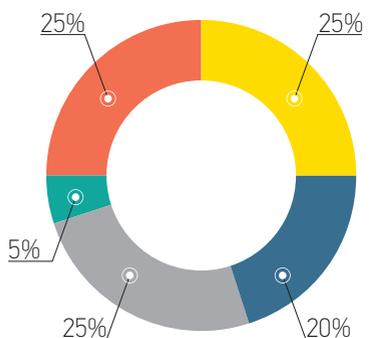
35%

компаній прогнозують у 2-му півріччі покращення ситуації в галузі та невелике збільшення обсягу ринку у порівнянні з показниками минулого року, 30% очікують, що ринок залишиться на рівні минулого року.

2. Що найбільш повно відображає діяльність вашої компанії в 1-му півріччі 2019 року?

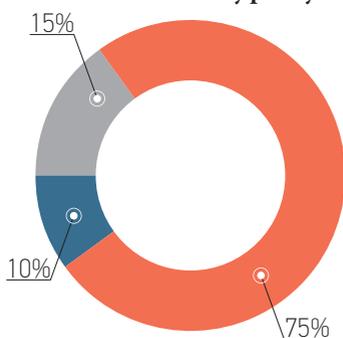


1. Як ви оцінюєте обсяг ринку СПК в 1-му півріччі 2019 року щодо 1-го півріччя 2018 року?



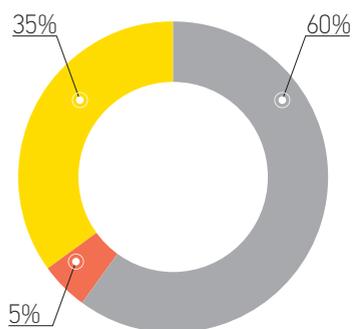
- 5% |** збільшився більш ніж на 10%
- 25% |** збільшився до 10%
- 20% |** залишився без змін
- 25% |** знизився до 10%
- 25% |** знизився більш ніж на 10%

3. На вашу думку, якою була частка скління нового будівництва в 1-му півріччі 2019 року в розрізі загального обсягу ринку?



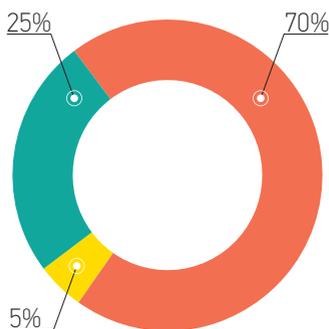
- 75% |** до 20% скління нового будівництва
- 15% |** 20-30% скління нового будівництва
- 10% |** 30-40% скління нового будівництва
- 0% |** більше 40% скління нового будівництва

4. Як змінилася ваша продуктова лінійка в 1-му півріччі 2019 року?



- 60% |** без змін
- 35% |** провели часткову заміну комплектуючих
- 5% |** ввели в асортимент новий профіль
- 0% |** ввели в асортимент нову фурнітуру

5. Продукція якого цінового сегмента переважала у вашому обсязі продажів в 1-му півріччі 2019 року?



- 25% |** економ-сегмент
- 70% |** стандарт-сегмент
- 5% |** преміум-сегмент

Стан справ у галузі

Половина ведучих компаній галузі відзначили, що об'єм ринку СПК України у 1-му півріччі 2019 року знизився, у середньому – на 10%. Проте третина опитаних компаній вказали на деякий ріст показників, а п'ята частина респондентів відзначили, що обсяг ринку, в цілому, залишився на рівні минулого року.

Певну розбіжність в оцінках ринку ми вже не раз зустрічали впродовж своїх досліджень. (Тільки вкрай негативні ситуації у галузі (2014, 2015 роки) чи, навпаки, дуже позитивні оцінки (2017 рік) були охарактеризовані респондентами майже одноставно).

Це говорить про те, що зараз ринок продовжує розвиватися, але не рівномірними темпами для його учасників, з урахуванням різних можливостей і попиту у регіонах, а також враховуючи активність окремих учасників ринку.

Тим не менш, за оцінками експертів та аналітичними висновками нашої компанії у 1-му півріччі 2019 року, все ж таки, відзначився спад ринку – у діапазоні від 5% до 10% у порівнянні з аналогічними показниками 2018 року.

Причинами цього, безумовно, є пройдеши вибори та мінлива політична, а з нею й економічна ситуації в країні у цей період. Звісно, у час політичних змін істотно знижується обсяг будівельного сектора, особливо страждає бюджетний сегмент цього ринку. Усі ці фактори суттєво впливають на розвиток віконної галузі.

Проте, забігаючи наперед, скажемо, що більшість опитуваних нами компаній, незважаючи на спад ринку у першому півріччі, сподіваються на поліпшення ситуації в галузі та очікують, що до кінця поточного року ринок вирівняє свої показники або навіть покаже невелике зростання.

Розвиток продукції

Згідно з результатами опитування, у 1-му півріччі 2019 року в продажах провідних виробничих компаній СПК

Україні переважала продукція стандарт-класу. Причому, частка продукції цього сегмента помітно зростає в порівнянні з показниками аналогічного періоду минулого року і з показниками річного опитування 2018 року.

У першому півріччі 2018 року продукція середнього цінового сегмента лідувала у продажах 60% опитаних компаній, за підсумком 2018 року – у 62% компаній. У першому півріччі 2019 року вже 70% опитаних компаній вказали на те, що в їх обсягах продажів переважав саме стандарт-сегмент.

У зв'язку з цим, в обсягах продажів у компаній зменшилася частка преміум-сегмента, що зрозуміло в умовах економічного фону країни. Але також компанії вказали на зменшення частки економного продукту. Навіть у непростих для галузі умовах, компанії не переключили свій вектор розвитку на здешевлення продукції, а обрали оптимальний варіант «ціна-якість».

Крім того, компанії відзначили, що майже не змінювали постачальників комплектуючих у вказаний період. Лише третина опитаних провели часткову заміну комплектуючих.

Що стосується асортименту реалізованої продукції, то у 1-му півріччі 2019 року компанії відзначили наступні результати своїх продажів.

По-перше, істотно зріс попит і, відповідно, реалізація енергозберігаючих вікон.

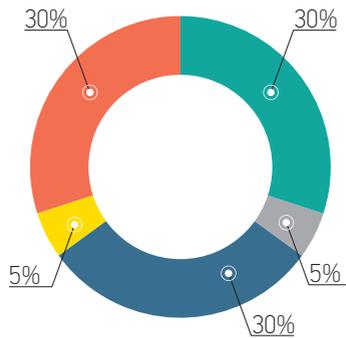
Якщо в минулому році 67% опитаних компаній вказали, що в їх обсягах продажів переважали «теплі» вікна, то у звітному періоді це відзначили вже 80% компаній.

Вікна стають більш функціональними, оснащеними додатковими функціями і властивостями. Цьому сприяють, як програми з енергозбереження, так і обізнаність кінцевих споживачів щодо переваг того чи іншого віконного продукту.

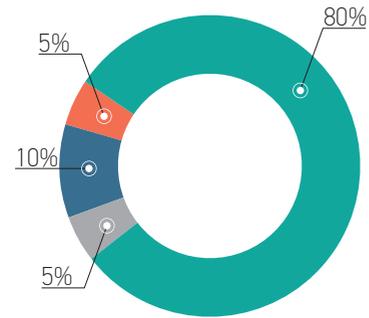
По-друге, в обсягах продажів провідних компаній галузі зростає частка віконних конструкцій, оснащених протизламними елементами. Щороку цей продукт набуває все більшої популярності для скління будівель приватного будівництва, котеджів, таунхаусів, а також такі вікна та двері особливо актуальні для скління квартир 1-го та останніх поверхів висотних будівель. Частка зламостійких віконних конструкцій у звітному періоді у більшості опитаних компаній зростає в середньому на 5% в порівнянні з показниками минулого року.

А ось попит на «глухі» вікна з кожним роком зменшується. Вікна

6. Яку частку в ваших обсягах склали продажі «глухих» вікон у 1-му півріччі 2019 року?



7. Яку частку в ваших обсягах продажів в 1-му півріччі 2019 року склали енергозберігаючі вікна?



без стулок стають менш затребуваними на ринку. Це відповідає європейським тенденціям, де кожне вікно повинно мати можливість відчинятися. Результати поточного опитування показують, що в 90% випадках кількість «глухих» вікон у опитаних компаній не перевищує 20% від загального обсягу реалізованої продукції.

Також помітна тенденція росту популярності міжкімнатних дверних конструкцій з ПВХ з використанням дверних замків.

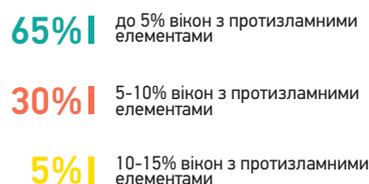
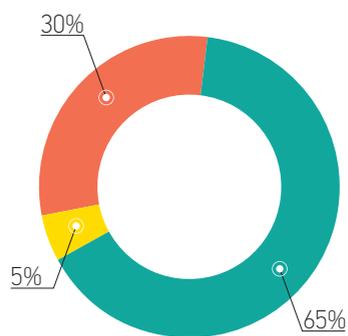
Металопластикові входні та міжкімнатні двері все частіше встановлю-

ються в житлових будинках, офісних, складських приміщеннях і громадських установах. Вони все впевненіше займають вигідну позицію за ціною, якістю та дизайном в порівнянні зі шпонованим і навіть алюмінієвими дверима.

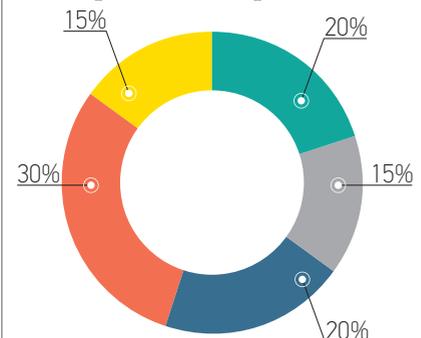
Варто відзначити, що за останні кілька років асортимент металопластикових дверей помітно зріс. Це особливо було помітно на будівельній виставці InterBuildExpo, яка проходила у березні цього року.

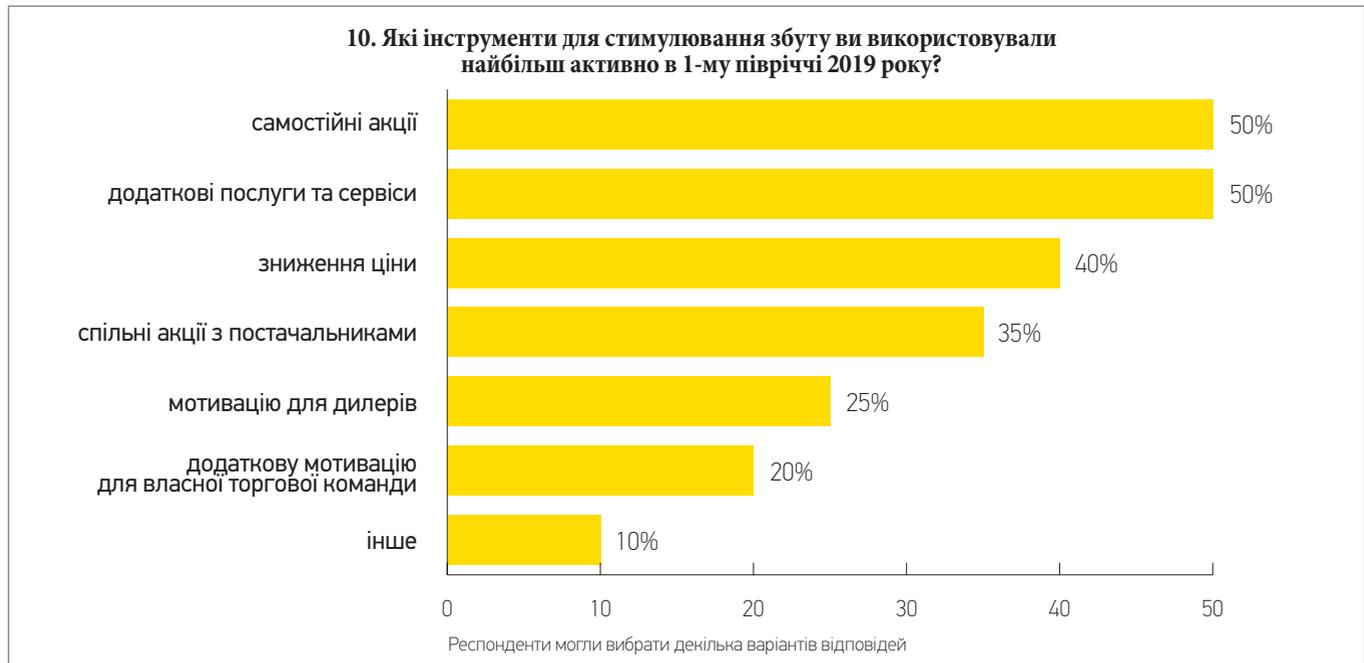
Розвиток цієї тенденції підтверджують і результати наших опитувань. Ми бачимо, що частка понад 15% від

8. Яку частку у ваших обсягах продажів в 1-му півріччі 2019 року склали вікна з протизламними елементами?



9. Яку частку у ваших обсягах продажів в 1-му півріччі 2019 року склали дверні ПВХ конструкції з використанням дверних замків?





сумарного обсягу продажів компанії цього продукту зростає. (Вказали на це 45% компаній у звітному періоді, у 2018 році таку частку відзначили 38% опитуваних).

Усі представлені вище тенденції показують, що попит споживачів віконного ринку України вже досить високий. Більшою мірою саме він стає додатковим стимулом для розвитку галузі та подальшого росту віконних компаній.

Збут та просування продукції

У першому півріччі 2019 року найбільш ефективними інструментами для стимулювання збуту були, перш за все, самостійні акції компаній та

надання додаткових послуг та сервісів клієнтам. Це підтверджує вибір більшості компаній (розвитку свого бренду, продукту, сервісу), який ми бачили у перших графіках цього огляду.

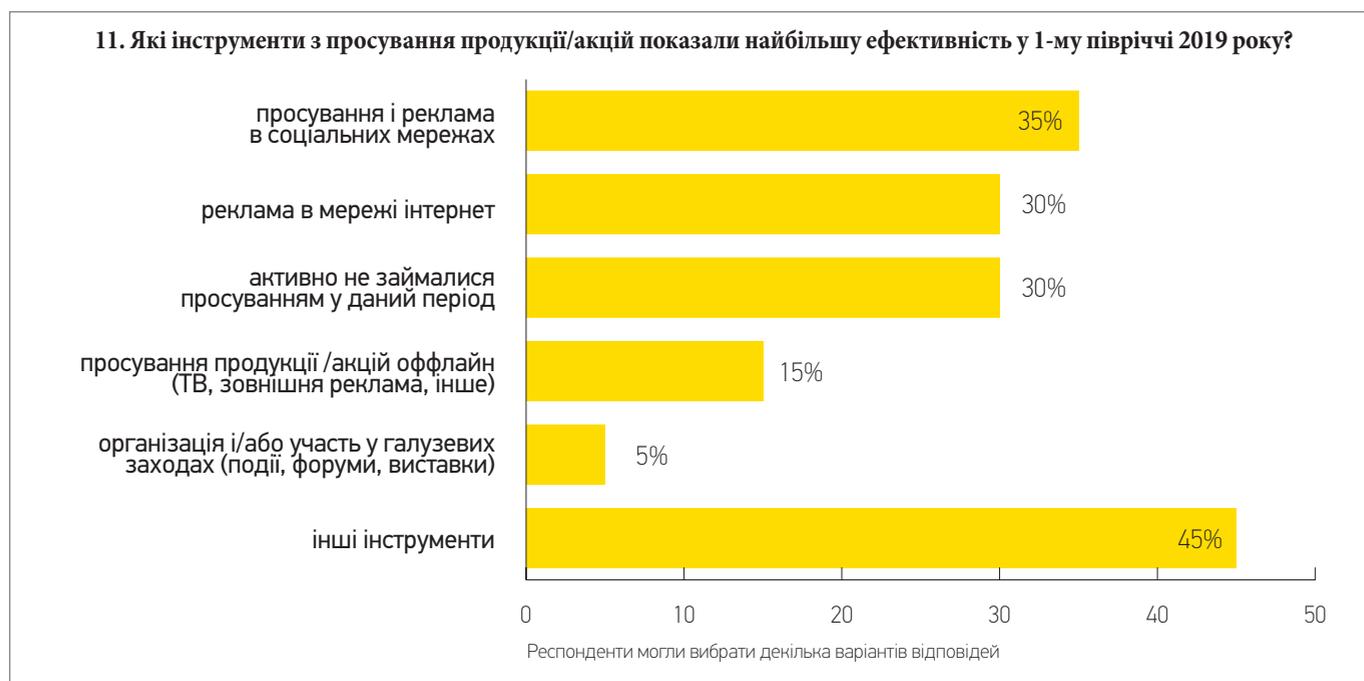
Крім того, компанії розуміють, що саме додаткові сервіси та послуги на сьогоднішній день можуть допомогти отримати позитивні відгуки та рекомендації серед споживачів, що теж сприятливо впливає на розвиток бренду компанії. Безумовно, ціна, як мотивуючий фактор збільшення продажів, завжди є вагомим аргументом.

Варто відзначити, що спільні акції з партнерами теж показали свою ефективність. Це відзначили 35% опитаних компаній.

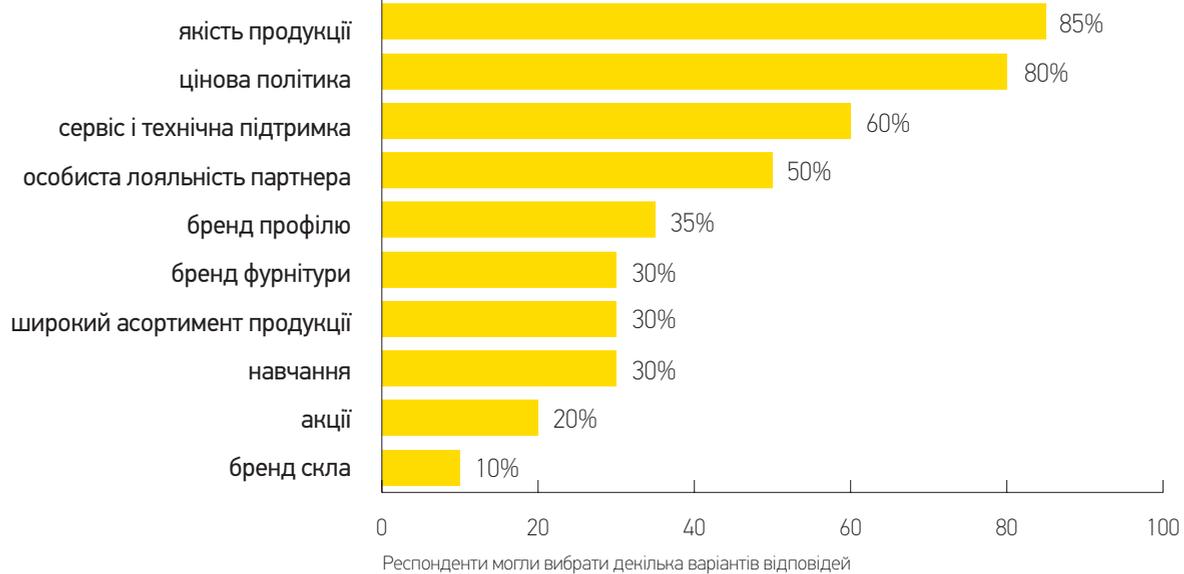
Компанія AXOR INDUSTRY розуміє силу цього інструменту, тому щороку впроваджує піврічні акції для віконних компаній і їх дилерів. Цього року акція «AXOR – код успіху» проходить впродовж 9 місяців, учасниками якої є не тільки віконні дилери, а й фахівці з монтажу. Для чого було спеціально розроблено та впроваджено мобільний додаток AXOR (IOS, Android).

Такі інструменти також показують свою результативність і затребуваність на ринку з метою збільшення обсягів продажу, як компаній-виробників, так і безпосередньо віконних дилерів.

Стосовно інструментів просування продукції та акцій компаній у звітному періоді, можна окремо відзначити



12. Оберіть, будь ласка, декілька найбільш значущих аргументів, які важливі для вашої компанії при виборі постачальників комплектуючих?



рекламу у соцмережі та в пошукових системах, які вже впродовж декількох років показують високу результативність у віконному бізнесі.

Звісно, ведучі компанії галузі також використовують більш масштабне рекламне просування за допомогою телевізійної та зовнішньої реклами, які дають відчутну віддачу та вдало «працюють» на бренд.

Але ці види реклами є дуже грошово витратними, тому більшість віконних компаній віддають перевагу саме просуванню в інтернеті, як більш доступному, але досить ефективному інструменту.

Варто сказати про участь компаній у галузевих заходах (конференціях, виставках, форумах тощо). За остан-

ні 2 роки, у порівнянні з попередніми роками, галузеві форуми та виставки набули більшої розвиненості. І зараз ми бачимо значний розвиток цього напрямку, який, маємо надію, буде розвиватися надалі і стане важливим плацдармом для віконних компаній, як для презентації та демонстрації своїх новинок і технічних розробок, так і для обміну професійними думками щодо розвитку віконної галузі країни, що вкрай важливо.

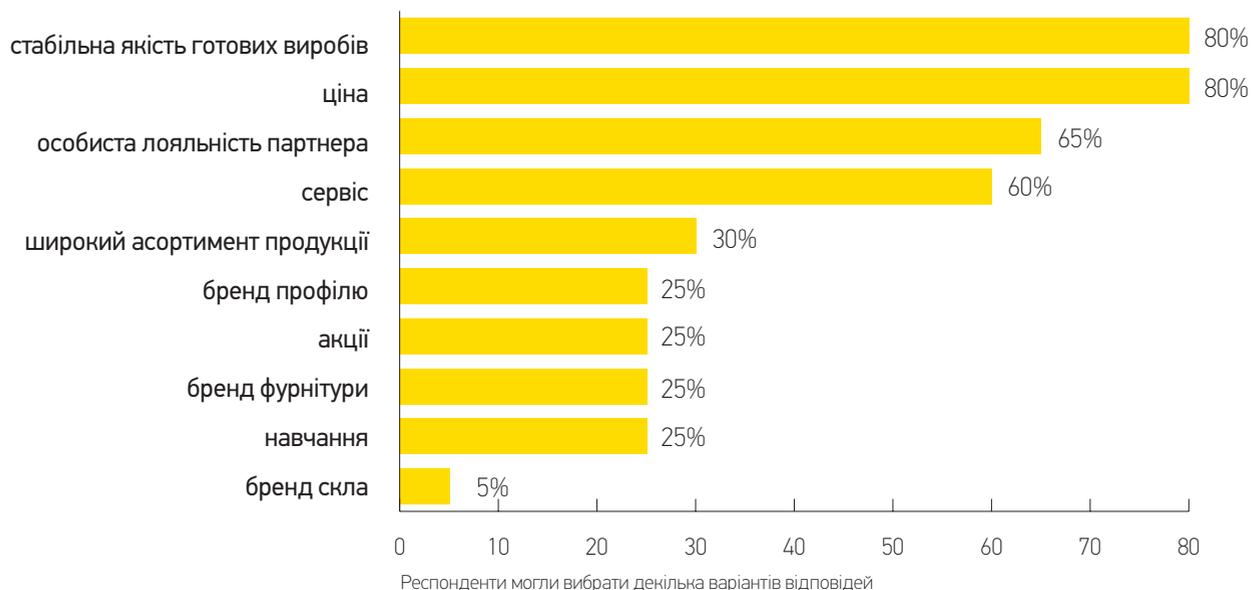
Партнерські відносини

Цікаві дані ми отримали щодо питань про найважливіші критерії та значущі аргументи при виборі партнерів у віконному бізнесі.

Перший графік відображає, які фактори найбільш важливі для компанії-виробників при визначенні партнера-постачальника комплектуючих. Другий графік показує, що на думку опитуваних компаній, найбільш важливе для їх дилерів.

У зв'язку з тим, що більшість виробничих компаній галузі бачать необхідність розвитку власного сильного бренду, вони розуміють, що для досягнення своєї мети важлива співпраця з надійними і сильними партнерами-постачальниками. Робота з партнерами, які в собі поєднують і якість продукції, що поставляють на виробництво, і сервіс з технічною підтримкою, і оптимальну ціну, щоб

13. Як ви вважаєте, які пріоритети в партнерстві найбільш важливі для ваших дилерів?



14. Ваш прогноз ринкової ситуації на 2-е півріччя 2019 року в порівнянні з аналогічним періодом 2018 року?



виробник міг конкурувати з готовим продуктом на ринку. І, звісно, важливо, щоб цей партнер мав професійний колектив, готовий до спільного вирішення важливих завдань.

Тому зрозуміло, що для провідних виробників галузі важлива «золота середина». Вона повинна поєднувати у собі якість, ціну, сервіс, технічну підтримку та високу лояльність партнерів.

Для дилерів, перш за все, важливе розумне співвідношення ціни-якості готової продукції і також лояльність виробників, яка дуже вагома при ви-

рішенні певних питань, які бувають у будь-якому бізнесі.

Безумовно, для багатьох віконних дилерів важливі і бренди, з якими вони працюють, які легше просувають на ринку, а також акції, як інструменти збільшення збуту, що ми бачили у попередніх графіках.

Очікування на II півріччя 2019 року

Більшість аналітичних прогнозів розвитку віконної галузі України говорять про те, що у другому півріччі 2019 року ситуація на ринку повинна певною мірою покращитися. За попередніми оцінками падіння ринку повинно зменшитися до 5-7% або навіть вийти в «0» до кінця року.

Звісно, на розвиток ринку СПК та в цілому на економічний стан справ в країні будуть суттєво впливати результати політичних змін. Маємо надію, що згодом повинні з'явитися і стабілізація політичної ситуації, і певний економічний розвиток.

Зрозуміло, що думки і оцінки компаній щодо результатів другого півріччя розділилися.

Третина компаній виразили думку, що ринок все ж таки покаже скорочення – у середньому до 10%. Інша третина опитаних очікують, що у другому півріччі буде покращення справ та зріст обсягів – у середньому до 10%, розраховуючи в першу чергу на збільшення показників у активний сезон продажу.

Майже третина компаній вважають, що падіння ринку врешті сповільниться і ситуація покращиться до показни-

ків минулого року. (Варто відзначити, що торік були достатньо непогані показники за підсумком року).

Як буде розвиватися ситуація в галузі насправді – покаже час. Але вже зараз зрозуміло, що віконний ринок України, незважаючи на тимчасові зміни, вже достатньо сильний та має великі перспективи. І ведучі компанії галузі у наступному сезоні продовжать приділяти увагу розвитку та укріпленню своїх позицій.

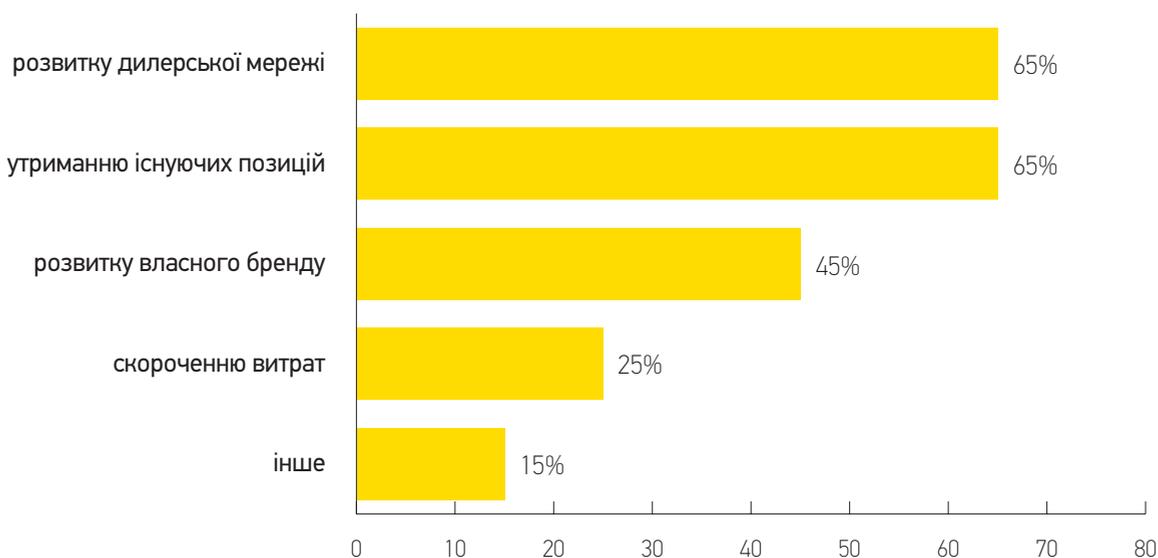
Згідно опитування, переважна більшість провідних компаній-виробників у 2-му півріччі продовжать розвивати свій бренд, дилерські мережі та зміцнювати свої позиції на ринку. Певна річ, у такій ситуації значно посилиться конкуренція.

Підводячи підсумки даного аналізу за 1-ше півріччя 2019 року та очікувань до кінця року, треба відзначити, що тенденція розвитку бренду у провідних компаній галузі проходить «червоною лінією» крізь всі відповіді респондентів. І це зрозуміло, бо саме власний сильний бренд дає можливість подальшого стабільного розвитку компаній та закріплення сильних позицій на ринку.



ТОВ «АКСОР ІНДАСТРІ»
 м. Дніпро, пр. Праці, 32.
 +38 (056) 794 07 66
 email: info@axorindustry.com
 www.axorindustry.com

15. Чому ви будете віддавати пріоритет в своєму розвитку в 2-му півріччі 2019 року?



Респонденти могли вибрати декілька варіантів відповідей