



«ОД»: В отличие от «жирных» 2000-х, когда оконный рынок стремительно рос, в последние четыре года приходилось говорить не о драйверах роста, а о «драйверах спада» (насыщение рынка, снижение платежеспособности населения, сокращение объемов строительства и т.д.). Что, на Ваш взгляд, может способствовать стабилизации рынка, и его восстановлению, хотя бы частично?

С.И.: Драйвером роста мы по-прежнему видим жилищное строительство. В этой связи надеемся на реализацию планов по строительству, заявленных в послании президента России Федеральному собранию. А также призыву строить «современное жилье, которое отвечает всем

стандартам комфорта и безопасности». Тогда можно будет говорить о стабильном росте отрасли в ближайшие годы.

«ОД»: Поделитесь планами на 2018 год и на 2019–2020 годы? Будет ли «ИВАПЕР» осваивать новые, в том числе зарубежные, рынки? Планируется ли вывод на рынок новых видов продукции, и если «да», то каких?

С.И.: В сентябре 2017 года мы торжественно провели церемонию закладки первого камня на нашем новом будущем объекте – производственно-логистическом центре. Именно с ним мы связываем планы по модернизации производственных и бизнес-процессов, улучшение логистики компании.

Глобальные новые виды продукции, например, новые оконные системы не планируются, однако мы постоянно работаем над изменениями и оптимизации предложений в рамках существующих систем IVAPER 62, IVAPER 70, IVAPER 74 и IVAPER 82.

Зарубежные рынки? Если мы имеем в виду рынки государств Таможенного союза, то да, мы открыты к сотрудничеству. Более того, мы уже присутствуем на некоторых из них. Если же речь идет о европейских государствах, то говорить об этом, однозначно, преждевременно, но мы не зарекаемся. Мы начали и развиваем совершенно новый вид деятельности – производство окон и дверей из деревянных профилей. Этот вид продукции вполне может быть востребованным на рынках Европы.

На вопросы редакции «ОД» отвечает Фолькер Гут, генеральный директор ООО «Декенинк Рус»



«ОД»: Господин Гут, имеющиеся данные об итогах 2017 года неоднозначны. Большинство респондентов сходятся в том, что спад на оконном рынке продолжился, но некоторые говорят о проявлении позитивных тенденций, начале восстановления рынка, увеличении объемов сбыта продукции. Какова Ваша оценка результатов 2017 года для отрасли в целом?

Ф.Г.: С нашей точки зрения, рынок продолжал сокращаться на протяжении всего 2017 года. Однако, общее сокращение уже определенно не такое сильное, как в предыдущие годы, и это хорошая новость. Также нужно отметить, что ситуация в разных регионах России развивается по-разному, поэтому, даже если мы возьмем среднюю цифру по России, а это, на наш взгляд, около минус 5%, то это будет лишь «средняя температура по больнице».

По нашим данным, мы можем сказать, что доля систем 60 мм снова увеличилась по отношению к системам 70+ мм. И наиболее печальную тенденцию я вижу в том, что наша индустрия продолжает ориентироваться на дешевизну: профиль дешевле, фурнитура дешевле, сотрудники дешевле, все дешевле!

Я часто слышу от производителей окон: «Нам нужно предлагать потребителям более дешевые продукты, потому что этого требует рынок». Однако, я считаю, что пришло время осознать те риски, которые мы (про-

изводители окон, поставщики фурнитуры и компонентов, дилеры) сами же создаем. Стремлением стать дешевле мы наносим урон положительному имиджу пластиковых окон, который формировался годами. Нам необходимо остановить эту тенденцию, иначе через несколько лет другие материалы могут занять наш сегмент и получить нашу долю на рынке. Действительно ли мы этого хотим?

«ОД»: А какими были результаты прошедшего года для компании «Декенинк»? Удалось ли сохранить объемы производства и клиентскую базу, удержать заводские позиции на региональных рынках?

Ф.Г.: Для «Декенинк Рус» 2017-й был переходным годом на пути к достижению целей в рамках нашей стратегии 2020. Мы идем по намеченному пути и достигли основных показателей, которые были поставлены на 2017 год, несмотря на то, что наши продажи в тоннаже в 2017 г. ниже, чем средний показатель по рын-



ку. Объем продаж является важным индикатором в нашей отрасли, но далеко не решающим. Основную роль играет итоговая прибыль и денежные средства, которыми мы оперируем. Именно эти показатели дают возможность вкладывать средства в развитие бизнеса и исполнять обязательства компании в долгосрочной перспективе. И в этом отношении мы, компания Десеупінск («Декенинк»), развиваемся в соответствии с нашими целями.

«ОД»: Как Вы оцениваете перспективы наступившего 2018 года? Начнется ли восстановительный рост в отрасли? В каких секторах (сегментах) рынка можно рассчитывать на оживление спроса?

Ф.Г.: 2018-й будет еще одним простым годом для нас. Пока на горизонте я не вижу признаков кардинальных улучшений. Если по итогам этого года объем рынка останется на уровне 2017 года, это будет положительный результат для нас. Боюсь, что эконом-сегмент в оконной отрасли (см. мои комментарии выше) будет продолжать расти просто потому, что большинство участников рынка не хочет или не умеет продавать качественный и дорогой продукт.

Несмотря на общую негативную тенденцию, я ожидаю, что «Декенинк Рус» продолжит курс 2017 года, а именно: работу по увеличению доли продуктов премиум класса и систем 70+ мм. Более 60% наших продаж составляют системы шириной 70+ мм, и мы с нашими клиентами уверены, что сможем увеличить их долю в 2018 году. Этот путь более сложный, однако, я убежден, что он абсолютно верный.

Я также считаю, что нашему рынку необходимо дальнейшее укрепление. Общая прибыльность нашей отрасли слишком мала, чтобы продолжать ее развивать в здоровом русле. Многие игроки рынка недостаточно профессиональны и до сих пор используют в работе методы 10–15-летней давности, а игроков гораздо больше, чем должно быть для здоровой конкуренции на рынке. Предполагаю, что в ближайшие годы на рын-

ке произойдут некоторые значительные изменения.

Еще один вопрос, на который я бы хотел обратить внимание. По моему мнению, мы не должны рассматривать классификацию окон ПВХ только в разрезе таких характеристик, как конструктивные особенности профиля, толщина стенки класса «А» или «В» и т. д. Я убежден, что главные объективные параметры качества окна – это коэффициент сопротивления теплопередаче и степень шумоизоляции. Именно эти свойства определяют эффективность конечного продукта и тот положительный эффект, который получает потребитель от установки окна в своем доме. Поэтому я призываю рынок двигаться именно в этом направлении.

«ОД»: В отличие от «жирных» 2000-х, когда оконный рынок стремительно рос, в последние четыре года приходилось говорить не о драйверах роста, а о «драйверах спада» (насыщение рынка, снижение платежеспособности населения, сокращение объемов строительства и т. д.). Что, на Ваш взгляд, может способствовать стабилизации рынка, и его восстановлению, хотя бы частичному?

Ф.Г.: Прежде всего, невзирая на сильное падение рынка в последние годы, мы должны понимать, что российский рынок остается одним из самых крупных не только в Европе, но и во всем мире. Поэтому, с одной стороны, мы можем сожалеть о том, что наша отрасль понесла огромные потери с 2012 года, а с другой стороны, мы осознаем тот факт, что все еще владеем огромным рынком с огромным потенциалом. Те старые добрые времена, когда рынок ежегодно рос на 20–30% и более, мы уже вряд ли увидим в ближайшие несколько десятилетий (я этого явления, скорее всего, не застану, хотя себя считаю еще молодым). К тому же, доля окон ПВХ уже составляет 80%, и потенциала для роста не так много.

К сожалению, мы пока не наблюдаем общепризнанных драйверов роста рынка: улучшение экономической

ситуации, рост цен на нефть, рост платежеспособности населения. Поэтому я вижу потенциал для развития рынка именно в повышении потребности энергосбережения, т. к. ресурсы России не бесконечны, и цены на эти ресурсы уже выросли и продолжают расти в будущем. Это заставит владельцев недвижимости вкладывать средства в теплоизоляцию и энергосбережение. Также мы ожидаем, что окна ПВХ первого поколения (первый бум пришелся на 1996–1997 гг.), в скором времени потребуют замены, и это тоже даст положительный толчок для нашей отрасли. Хотя, если добавить немного сарказма, то относительно сегодняшних дешевых окон встает следующий вопрос: а действительно ли такое новое окно лучше, чем окно, установленное 20 лет назад, когда еще не было такого стремления некоторых производителей сэкономить на материалах?

Тем не менее, по западным стандартам показатель количества квадратных метров жилья в расчете на одного гражданина России достаточно невысокий, поэтому дальнейший рост жилищного строительства просто необходим, и это тоже может стать двигателем развития нашей отрасли за счет повышения спроса на окна.

«ОД»: Поделитесь планами на 2018 год и на 2019–2020 годы? Будет ли «Декенинк Рус» осваивать новые, в том числе зарубежные, рынки? Планируется ли вывод на рынок новых видов продукции, и если «да», то каких?

Ф.Г.: Как я уже сказал, мы идем по намеченному пути к достижению стратегических целей 2020. На 2018 год мы поставили цель увеличить KPI не только в количественном, но и в качественном отношении, чтобы еще больше заложить основу для нашего успешного будущего. «Декенинк Рус» продолжит работать в направлении улучшения сервиса для своих постоянных клиентов, будет и дальше поддерживать уже существующих, а также новых партнеров, которые недавно присоединились к «семье Декенинк».



На выставке Fensterbau, которая пройдет с 21 по 24 марта в Нюрнберге, наш концерн представит несколько новых продуктов и разработок, которые еще раз подтвердят наши позиции лидера отрасли в сфере инноваций. Среди линейки новых продуктов есть несколько, которые будут продвигаться на российском рынке, и помогут нам и на-

шим партнерам открыть и завоевать новые сегменты. За последние несколько лет российское подразделение Deseuninck значительно увеличило долю импорта и активно работает на рынках СНГ. В 2018 году мы ожидаем увеличения доли экспорта на существующих экспортных рынках, а также планируем выйти на новые рынки. Нам по-

могает положительный имидж нашей компании в России, а также то, что Deseuninck занимает вторую позицию на мировом рынке. Таким образом, мы используем опыт работы нашего концерна в других странах мира и разрабатываем специальные решения для наших партнеров, исходя из их индивидуальных потребностей.

На вопросы редакции «ОД» отвечает Ян-Герд Фос, генеральный директор ЗАО «профайн РУС»



«ОД»: *Господин Фос, имеющиеся данные об итогах 2017 года неоднозначны. Большинство респондентов сходятся в том, что спад на оконном рынке продолжился, но некоторые говорят о проявлении позитивных тенденций, начале восстановления рынка, увеличении объемов сбыта продукции. Какова Ваша оценка результатов 2017 года для отрасли в целом?*

Я.Ф.: В 2017 году, безусловно, намечился тренд к позитивным изменениям. Несмотря на то, что в первом полугодии рынок по-прежнему падал (от 8 до 10%), во второй половине года ситуация изменилась к лучшему. Также появились явные предпосылки к оздоровлению экономики и постепенному выходу из кри-

зиса. К примеру, сейчас мы можем наблюдать рост продаж в автомобильной отрасли на 11%, расширение мощностей некоторых крупных брендов, а это, как известно, является одним из самых надежных индикаторов улучшения экономической ситуации. Производители оборудования для производства окон также отмечают увеличение количества и объема заказов.

Одним из главных показателей к улучшению ситуации является стабильность рубля по отношению к мировым валютам и даже его небольшое укрепление. Укрепляются и позиции нефти, санкции не задевают нашу отрасль.

Учитывая все это, в целом я могу оценить 2017 год, как неплохой.

«ОД»: *А какими были результаты прошедшего года для компании «профайн РУС»? Удалось ли сохранить объемы производства и клиентскую базу, удержать завоеванные позиции на региональных рынках?*

Я.Ф.: Ситуация развивалась согласно нашим прогнозам. Первое полугодие было закрыто с минусом 8–10%, но во втором ситуация стабилизировалась, мы практически вышли на уровень прошлого года и, таким образом, значительно улучшили показатели первого полугодия. Осенью продажи шли хорошо, к декабрю отставание от прошлого года сильно сократилось, и год мы завершили ожидаемо для себя, то есть прожили

его полностью в запланированных цифрах.

Компания довольна финансовыми итогами уходящего года. Чистая прибыль практически увеличилась, благодаря тому, что мы провели оптимизацию затратной части бюджета. Сыграло роль и то, что средняя цена ПВХ в этом году оказалась несколько ниже прошлогодней.

Для «профайн РУС» решающим является сервис, поэтому большое внимание мы уделяем логистике. На данный момент мы имеем более полусотни складов по всей России: в центральном регионе, в Сибири, на Дальнем Востоке. Я могу с уверенностью заявить, что ни у кого на рынке нет такого обширного, как у нас, числа каналов дистрибуции. В случае резкого роста рынка, российские клиенты «профайн РУС» могут быть быстро обеспечены продукцией компании.

Мы постоянно расширяем свой бизнес в разных направлениях и ведем большую, кропотливую работу.

«ОД»: *Как Вы оцениваете перспективы наступившего 2018 года? Начнется ли восстановительный рост в отрасли? В каких секторах (сегментах) рынка можно рассчитывать на оживление спроса?*

Я.Ф.: Мои прогнозы достаточно оптимистичны. Как я и говорил, есть определенные предпосылки, которые позволяют нам смотреть в будущее в позитивном ключе и предполагать небольшой, умеренный рост на окон-