



Л.М.: В силу особенностей ценового сегмента Schüco в первую очередь для нас интересны крупные города.

При этом мы ожидаем развития во всех федеральных округах России. Планы на 2018–2020 годы – увеличение доли

в сегменте «средний+» и выше благодаря постоянному развитию продуктов и росту числа партнеров компании.

На вопросы редакции отвечает Кшиштоф Якимович, коммерческий директор представительства Winkhaus в России

«ОД»: *Спад на российском оконном рынке продолжается. Какова Ваша оценка результатов 2016 года для отрасли в целом? Каковы результаты прошедшего года для Вашей компании?*

К.Я.: 2016 год был периодом напряженного труда. Не только фирмы-производители оконной фурнитуры, но и все остальные участники оконного рынка почувствовали последствия снижения спроса. Фирма Winkhaus, как и многие другие компании, отметила снижение продаж на уровне нескольких процентов в сравнении с 2015 годом.

Оценить однозначно размер этого сокращения довольно тяжело, прежде всего по причине сложности ситуации. Здесь я имею в виду сокращение доли в продажи фурнитуры aktivPilot (ведущей фурнитурной системы фирмы Winkhaus) в пользу более упрощенной системы proPilot. На снижение объема продаж повлияли также ценовые изменения, а точнее, разного вида бонусы. Поэтому снижение количества проданных комплектов было квалифицировано как снижение продажи в целом.

Радует, однако, то, что слабые результаты были у нас только в России, на всех остальных рынках произошел заметный рост продаж, в некоторых случаях – даже двузначный.

«ОД»: *Как Вы оцениваете перспективы наступившего 2017 года, прекратится ли спад в отрасли? Можно ли рассчитывать на оживление спроса в каких-либо секторах рынка? Каковы планы Вашей компании на этот год и на 2018–2020 годы, какие региональные рынки для Вас наиболее интересны?*

К.Я.: После подведения итогов продаж 2 месяцев 2017 года мы полны оптимизма, хотя опыт подсказывает, что прогнозирование объема продаж на основе результатов продаж первых месяцев не достоверно. Мы в своих планах на 2017 год не предполагаем так называемого «существенного оживления», но считаем, что сокращения продаж уже не будут такими высокими, и ситуация по товарообороту будет похожа на 2016 год.

Полагаем так же, что значительный позитивный вклад в эти планы внесут наши новые торговые партнеры – фирмы «ТБМ» и VBN («ФауБеХа»). Это – что касается логистики и торговли. С производственной стороны, кроме классических фурнитурных систем aktiv- и proPilot, мы будем активно продвигать такие новаторские решения, как aktivPilot Comfort или Select (скрытолежащие петли). Прошлый год показал так же высокую заинтересованность темой окон из алюминия с применением нашей фурнитуры.

Как новинку от фирмы Winkhaus в этом году хотим предло-

жить российскому рынку электронные системы контроля доступа blueCompact и blueSmart. Мы уверены, что так, как и в других странах, наши передовые разработки интересуют многих российских клиентов.

«ОД»: *Раньше было модно рассуждать о драйверах роста. Сейчас, очевидно, можно говорить о «драйверах спада». Какие факторы обусловили длительный спад? Что, на Ваш взгляд, может способствовать стабилизации оконного рынка, и его восстановлению, хотя бы в отдаленной перспективе?*

К.Я.: Многие эксперты, участники рынка, а также политики высказывали свое мнение на тему непростой ситуации, сложившейся на российском рынке, хотя это и не касалось только оконного рынка. По этому вопросу уже было представлено и оговорено большое число различных теорий и всевозможных гипотез, поэтому я не буду очередным участником, ищущим объяснения вышеупомянутой ситуации.

Мы со своей стороны предпринимаем меры и действия, которые имеют реальное влияние на изменение ситуации, руководствуясь тем, на что мы в состоянии повлиять, а также словами владельца нашей фирмы, который говорил, что если мы ведем бизнес во многих странах, то всегда бывает так, что где-то есть кризис, в большей или меньшей степени, и наоборот – всегда где-то есть супер-климат для бизнеса, чего желаем сегодня в России себе и всем нашим клиентам и торговым партнерам.

