На вопросы редакции «ОД» отвечает Януш Родски, генеральный директор представительства компании «Винкхаус» в России

«ОД»:Российский оконный рынок находится в глубокой рецессии. Итоги прошедшего 2015 года часто оцениваются как «катастрофичные», ожидания на 2016 год – негативные. Какова Ваша оценка ситуации? Насколько, на Ваш взгляд, сократились объемы продаж / потребления оконной фурнитуры? Насколько снизились объемы оконного рынка в целом?

Я.Р.: Действительно, 2015 год не принадлежал к числу наилучших. Сложившаяся политическая и социально-экономическая ситуация также не была поддержкой для бизнеса, в том числе и строительного. Оконный рынок зависит от многих факторов, и не на все из них мы можем повлиять, курс рубля вообще нам не помогает, но «управлять» им почти невозможно.

Прогнозы представителей деловой среды, к сожалению, неоптимистичны, по-прежнему не просматриваются перспективы роста строительной продукции. Однако нам нельзя сдаваться, мы дальше будем работать, максимально используя наши ресурсы, чтобы 2016 год закончить, по крайней мере, на уровне 2015 года.

«ОД»:«Винкхаус» – транснациональная компания. Каковы были итоги 2015 года для компании в целом, для «Винкхаус» в Германии, «Винкхаус» в Польше, «Винкхаус» в России? Как удалось выстоять в непростых условиях?

Я.Р.: На большинстве наших рынков (в том числе и в Польше) у нас произошло увеличение объема товарооборота на 3–10%. К сожалению, на восточных рынках мы не можем говорить о росте товарооборота, но, наоборот, о его падении, причем наиболее заметном в России – снижение товарооборота составило около 15%. Одной из главных причин этого является, прежде всего, уменьшение маржи, а также изменения структуры реализуемых товаров, т.е. снижение доли продаж более дорогих товаров и повышение продаж дешевых. У всей же группы Winkhaus в 2015 году отмечен рост на уровне почти 5%.

«ОД»:Как Вы считаете, какие факторы оказали на состояние оконного рынка в России наиболее сильное воздействие: насыщение оконного рынка, замедление темпов нового строительства, снижение покупательской способности населения, падение курса рубля, ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры, санкции, обострение военно-политической напряженности или что-то другое?

Я.Р.: Тяжело назвать один или два фактора, все они вместе каким-то образом повлияли на существенное ухудшение экономической ситуации, все те, которые Вы назвали, оказали свое воздействие на общее ухудшение конъюнктуры. Я добавил бы здесь еще более проблематичный доступ к капиталу и более высокие затраты, чтобы его получить, и очень естественную в таких условиях реакцию общества на все происходящее – намного меньшее желание инвестировать и рисковать, а чаще всего – ожидать лучших времен. Это – совершенно рациональная реакция ввиду снижения доходов бизнеса и падения жизненного уровня населения.

«ОД»: Какие Вы видите перспективы для продукции Вашей компании в России? Можно ли рассчитывать на оживление спроса в каких-либо сегментах (секторах рынка)? Или же впереди, как считают многие, только новые проблемы?

Я.Р.: Наши клиенты уже неоднократно подтвердили, что их полностью удовлетворяет качество нашей продукции, и мы им за это, конечно, очень признательны. Вопреки спаду экономики в целом, часть окон придется все таки поменять, часть новых зданий также будет построена. Хотя с уверенностью можно сказать, что все это будет происходить намного медленнее, чем до сих пор.

Поэтому в наших продуктах будут нуждаться – вот только вопрос, кто из производителей сможет удовлетворить требования заказчиков. Мы со своей стороны сделаем все возможное, чтобы клиенты, которые сотрудничают с фирмой Winkhaus, смогли успешно конкурировать на рынке. Можно также утешать себя тем, что после таких длительных кризисов обычно наступает период очень динамичного экономического роста, благодаря которому мы относительно быстро забываем о тяжелых временах.

«ОД»: Инновационная продукция – это красивый лозунг или жизненная необходимость, обеспечивающая устойчивость работы компании, особенно, в условиях кризиса?

Я.Р.: Развитие без инновационных продуктов невозможно, и этой идеи фирма Winkhaus следует уже многие годы. Наши проектировщики все свое время посвящают новым разработкам и внедрениям новых решений, одним из которых является самая новая фурнитурная система на рынке – activPilot

Concept, которую продаем также в России. Это направление деятельности компании является свидетельством нашего постоянного развития.

Следует также упомянуть о новом способе проветривания, подтвержденном независимыми органами по сертификации, как одном из лучших, который при этом соответствует требованиям действующих строительных норм. Естественное проветривание с фурнитурой activPilot Comfort – уникальное предложение Winkhaus, никто другой на рынке такого решения не предлагает. Стоит также подчеркнуть преимущества усовершенствованной фурнитурной системы proPilot (предназначенной прежде всего для крупных производителей окон и дверей, участвующих в муниципальном строительстве, в тендерах на остекление). На фоне непростой рыночной ситуации система приобретет еще больше сторонников среди клиентов.

В этом году мы подготовили дополнительно новые предложения по фурнитуре, предназначенной для алюминиевых окон. Мы будем также активно продвигать новые решения для дверных замков-реек с многоточечным запиранием и новаторские системы защиты – механические и электронные системы контроля доступа. Считаю, что хитом 2016 года и не только, будет самое новое решение в области электронных систем доступа blueCompact, предусматривающее управление со смартфона при помощи специального приложения.

«ОД»: Что, на Ваш взгляд, может способствовать стабилизации российского оконного рынка, и возможен ли новый рост, хотя бы в отдаленной перспективе? Можно ли что-то сделать для этого, в том числе, совместными усилиями? Или же остается только ждать, пока «невидимая рука рынка» резко сократит число его участников, объемы производства снизятся до некоторой минимально необходимой величины, и лишь после этого можно рассчитывать на некоторое восстановление?

Я.Р.: Не в моих силах предлагать конкретные решения по стабилизации российского рынка. Я считаю, что у вас для этого есть специалисты намного лучше меня. Есть такая поговорка, что при хорошем попутном ветре каждый мастер плавать, но только встречный ветер делает моряка умнее.

Я думаю, что стоит критично оценить организацию производственно-торговых процессов на предприятиях. На оконном рынке и не только ситуация изменяется настолько динамично, что нельзя стоять на одном месте, снижение маржи и рентабельности – это все естественно, это составляющие развития. Кризис – хороший период для введения изменений, внедрения оптимизации производства, повышения производительности труда. А в этом направлении, прошу мне поверить на слово, еще у вас многое можно было бы сделать.

Обязательным элементом дальнейшего успешного развития являются также систематические учебные семинары для торговцев и специалистов по продажам, потому что только профессионалы сумеют продать специальные решения, в том числе те инновационные. Опыт показывает, что кризис – хорошая мотивация и самый лучший двигатель для вас к вашему успеху.