

Рынок ПВХ профилей:

кризис кризисом, а качество страдать не должно

Как ведущие игроки используют кризис для усиления своих позиций

На вопросы журнала отвечает коммерческий директор компании «Алупласт РУС» Денис БОЛЬШАКОВ.

— Денис Вячеславович у вашей компании огромный опыт: группа Aluplast с 1982 года занимается разработкой и производством профильных систем из ПВХ для окон и дверей. Ваша оценка нынешнего состояния российского рынка ПВХ профилей?

— Ситуация на рынке достаточно напряженная, и это относится не только к оконной отрасли. Хотя у нас первые два месяца 2015 года, январь и февраль, прошли по инерции прошлого, когда из-за девальвации рубля наблюдался ажиотажный спрос, и все старались вложить свободные средства в конкретные продукты. Но уже в марте ситуация изменилась кардинально, и первый месяц весны наглядно продемонстрировал реальную ситуацию в экономике в целом и в нашей отрасли в частности. Апрель также пока не радует оптимизмом: стабильность не наступила. Практически никто не строит иллюзий и относительно мая, в первую очередь из-за долгих праздников. В этих условиях рынок занимает выжидательную позицию. Если в предыдущие годы апрель был сигналом к началу сезона, то в этом году подобного и близко нет. Сегодня розница — тот сегмент, который позволяет зарабатывать деньги. Но, к сожалению, спрос на продукцию резко сократился, особенно в моногородах. Это надо понимать так, что сегодня окна не являются товаром первой необходимости. Поэтому мы сейчас активно поддерживаем наших партнеров, для которых «спасательным кругом» стали корпоративные заказы, но при этом мы не идем на компромиссы, если речь заходит о качестве наших профильных систем, даже несмотря на то, что определяющим фактором здесь является цена.

— Сегодня на российском рынке много компаний, которые занимаются изготовлением профилей из ПВХ. Чем в этой ситуации можно заинтересовать потребителя и перетянуть его «на свою сторону»?

— Например, мы не стремимся угнаться за самыми крупными игроками этого рынка, будь то объемы выпуска или годовой оборот. Наша стратегия заключа-



ется в том, что в каждом регионе мы рассматриваем одного, максимум двух серьезных партнеров-переработчиков, которых мы совместными усилиями развиваем. Наша задача — быть представленными во всех ключевых федеральных округах России. Мы работаем преимущественно с солидными компаниями, которые в конкретном регионе «закрывают» рынок целиком и у которых нет конкурентов, работающих на нашем профиле. Предлагаем своего рода «эксклюзив переработчика».

Одно дело, когда переработкой профиля занимается серьезная компания с соблюдением всех необходимых технологий. И совсем другое — когда профиль перерабатывается еще и «гаражными» структурами, у которых качество готовой продукции далеко не безупречно. Тем самым получается, что готовые изделия с профилем одной марки могут кардинально различаться, причем не только по цене, но и по качеству. У потребителя возникают вопросы: почему у кого-то дешевле? Чтобы исключить такие ситуации, мы предоставляем права на выпуск нашего продукта только зарекомендовавшим себя партнерам.

К тому же, помимо профиля, мы предоставляем нашим партнерам и их дилерам сервисный пакет услуг, рекламную и техническую поддержку, обучение. Еще одним нашим неоспоримым преимуществом является то, что при изготовлении готовых изделий из нашего

профиля применяются универсальные комплектующие. То есть, используя аналогичные комплектующие, можно обрабатывать целую гамму наших профилей, что не только удобно, но и экономически выгодно, так как позволяет переработчику экономить на складских артикулах. Мы называем это компатибельностью или взаимозаменяемостью систем.

— Каждый серьезный игрок рынка ПВХ профилей постоянно совершенствует свои конструкции и выводит на рынок новые модели и технологии. А что в этом смысле можете предложить вы?

— У нашей компании есть много новинок, но давайте остановимся на нескольких из них. Например, отмечу систему Energeto. В этой конструкции при соединении рамы и створки окна не применяется металлическое армирование, то есть отсутствует «мостик холода». Все варианты этой системы с любой монтажной глубиной демонстрируют высокие показатели теплоизоляции. А благодаря клеиванию стеклопакета в створку по всему периметру повышена жесткость, взломостойкость и долговечность всей оконной конструкции.

Также хочется сказать и об очень удачной подъемно-сдвижной системе Aluplast HST 85, которую мы активно продвигаем на рынок уже не первый год, и она по-прежнему интересует производителей и потребителей.

Готовые изделия из этой системы без преувеличения можно назвать подвижными прозрачными стенами. Она может применяться как для загородного коттеджа — в зоне выхода на террасу или веранду, так и для интерьера городской квартиры — в качестве перегородки между комнатой и балконом или лоджией. Система может использоваться как прозрачные теплые ворота гаража или как остекление бассейна. При этом она удовлетворяет всем требованиям по размерам, энергосбережению, противодействию ветровым и ливневым нагрузкам. Более того, недавно на HST-85 удалось достичь показателей т.н. «пассивного дома», что является уникальным в своем роде результатом! Максимальный размер одной створки может достигать 2800 мм по высоте и 6700 мм по ширине.

И хотя эта система относится к премиальному сегменту,

она достаточно проста в производстве и эксплуатации. Кстати, мы можем поставлять ее в виде конструктора, который наши специалисты собирают и устанавливают на месте, что экономит и время, и деньги.

Ну и, конечно, вся наша продукция выпускается по сертифицированной, экологически безопасной технологии — без содержания в составе ПВХ профилей соединений свинца. Вместо него мы используем соединения кальция с цинком.

К слову, на сырьевом рынке сложилась интересная ситуация. Основное сырье для ПВХ профилей российского производства стало дороже европейского, даже с учетом логистики и таможни. Российские производители гранулированного ПВХ создали его искусственный дефицит и подняли отпускные цены. Теперь мы возим сырье из Европы.

— В сегодняшней экономической ситуации достаточно сложно что-то прогнозировать. Но давайте попробуем?

— Наша компания разработала и утвердила новый продуктовый портфель, который мы предлагаем нашим партнерам. И даже несмотря на падающий рынок, мы планируем дальнейшее развитие своего бизнеса. Хотя понимаем, что в ближайшей перспективе рынок упадет еще сильнее. Сегодняшняя экономическая ситуация ставит перед нами по-настоящему сложные задачи. Но мы предлагаем нашим старым и новым партнерам те продукты и тот пакет услуг, который серьезно отличает нас от конкурентов. Это касается как эксклюзивного продукта, так и сервиса.

К сожалению, ценовой фактор тоже будет играть определяющую роль, особенно в депрессивных регионах. Сегодня наблюдается тенденция к удешевлению продукции. Однако наша компания не будет изменять свои технологии производства, и качество продукции не пострадает ни в коем случае. Для нас крайне важно сохранить финансовую стабильность. А требования по качеству изделий, сформулированные руководством нашего головного офиса в Германии, распространяются на все дочерние компании группы Aluplast, расположенные в 26 странах мира.

Если обратиться к общеэкономической ситуации на этом рынке, то мы ожидаем продолжения спада, резкого обострения конкурентной борьбы и, конечно, снижения спроса. На наш взгляд, экономическая ситуация не улучшится как минимум до конца этого года, но и ее мы будем использовать как шанс для развития. По нашим прогнозам, очередной массовой волны замены окон можно ожидать не раньше 2020 года

Беседу вел Владимир МОСКВИН

