



В.М.: Говорить о каких-то глобальных переменах не приходится. Экономия средств по-прежнему останется потребительским трендом, а потому новое строительство продолжит сокращаться, как и маржинальность участников строительного рынка, что будет повышать их закредитованность.

Если говорить об общих трендах отрасли на 2020 год, то основным, на мой взгляд, станет тренд на цифровизацию. Весь мир шаг за шагом уходит в «цифру», поэтому и будущее любой компании – в переходе на новые стандарты. Большая часть нашей деятельности сосредоточена на этом направлении:

мы разрабатываем BIM-решения, семейства и библиотеки, для того чтобы с материалами компании было удобно работать в самых популярных BIM-программах. Отдельной строкой идет создание единой цифровой платформы нашей компании, которая позволит сделать более удобным взаимодействие потребителей и компании «ТЕХНОНИКОЛЬ». Безусловно, продолжим наращивать темпы в части развития интернет-сервисов: интернет-магазин, онлайн-программы расчета, базы знаний.

«КИ»: *Поделитесь, пожалуйста, Вашими планами на 2020 год и на*

2021-2022 годы. Планируется ли вывод на рынок новых видов продукции, и если «да», то каких?

В.М.: На ближайшие три года Европа станет центром наших инвестиций. Мы делаем акцент на развитии европейских направлений: строим завод каменной ваты в Польше, строим завод по производству полимерных мембран, развиваем каналы объектных и корпоративных продаж в странах Европейского союза. Наша продукция поставляется в более чем 116 стран мира, в следующем году мы также сосредоточимся на расширении географии поставок и номенклатуры материалов.

На вопросы редакции отвечает Лопатин Максим Валерьевич, коммерческий директор «Компании Металл Профиль»



«КИ»: *Максим Валерьевич, оценки прошедшего 2019 года неоднозначны. В экономике – слабый рост; в строительстве – минимальный рост объемов работ в финансовых показателях, но существенный рост объемов ввода жилья (после трехлетнего спада). Оправдал ли прошедший год Ваши ожидания? Какова Ваша оценка результатов 2019 года для строительной отрасли?*

М.Л.: Промышленность стройматериалов переживает не самые простые

времена. С 2014-го по 2017-й год в отрасли наблюдался спад. Однако уже в 2018 году Росстат отчитался о подъеме строительного сектора в денежном эквиваленте. 2019 год поддержал тренд, но большинство экспертов сходятся во мнении, что в ближайший год строительный рынок России останется инерционным и нисходящим. В первую очередь, это обусловлено кризисной ситуацией на рынке жилищного строительства. В 2018 году рост общих показателей обеспечило, прежде всего, промышленное строительство, возведение соцобъектов и т.д. И хотя мы понимаем, что этот рост происходит неравномерно и в основном за счет эконом-сегмента, определенный оптимизм цифры внушают. Стоит отметить и еще один важный для промышленности факт: по нацпроектам наращивается объем возведения социальных объектов. Таким образом, можно говорить, что, несмотря на рост отпускных цен на материалы и стоимость работ, возможности для роста и развития у предприятий по выпуску стройматериалов есть – нужно лишь их грамотно использовать.

Производители строительных материалов научились использовать свои конкурентные преимущества, выходят на смежные рынки и повышают доход-

ность компаний, даже если не получается расти в объемах. Один из рецептов работы в новых условиях – уход от ценовых войн, углубление в развитие продукта, предложение комплексных решений. Серьезные поставщики развивают на своей базе, так называемые бэк-офисы – штат конструкторов и инженеров, которые помогают сформировать индивидуальное предложение для каждого конкретного клиента, каким бы сложным ни была задача. Благодаря этому, на рынке появляются интересные с технической точки зрения объекты.

Рынок сейчас модернизируется, мы живем в ситуации постоянного вызова. Подход к стройке изменился, люди хотят получать гарантированное качество за свои деньги. Покупатели стали внимательнее подходить к выбору, поэтому качественная продукция востребована. Доступность информации делает потребителя не только более требовательным, но и более информированным. Если раньше толщина стали, качество покраски, оцинковки были важны только для специалистов, то сегодня и конечный потребитель знает, что такое толщина покрытия, он читает специализированные форумы, блоги и часто теоретически подкован не хуже монтажника. И он заинтересован в том, чтобы



приобрести качественный продукт, который прослужит долго. Мы видим в этом плюсы – есть надежда, что в этой сложной ситуации рынок сам себя очистит и оздоровит, избавившись от продавцов, которые необоснованно завышают цены, и от кустарных производств.

«КИ»: *А какими были итоги прошедшего года для Вашей компании? Удалось ли сохранить объемы производства, улучшить финансовые показатели?*

М.Л.: Объемы производства ООО «Компания Металл Профиль» стабильны благодаря разветвленной сети представительств и эффективному ценовому предложению в рынок. Мы видим четкую корреляцию качества продукции с качественным производством, поэтому для нашей компании 2019 год прошел под знаком инвестиций. Ежегодно мы инвестируем в оборудование и производство не менее 250-300 млн. руб. В последние два года был серьезный всплеск в связи с запуском металлургического производства в Подмосковье и открытием завода в Ростовской области. План на ближайшее время – дальнейшее развитие действующего производства. Вся наша продукция пользуется стабильным спросом: нет ни одного продукта, который бы показал отрицательную динамику в прошлом году. Особое внимание, конечно, уделяли популяризации новых профилей металлочерепицы. Сегодня можно уверенно говорить, что новые профили «Монтекристо», «Трамонтана», «Монтерроса» серьезно вошли в рынок. Мы постоянно получаем обратную связь от наших клиентов и партнеров, им нравится геометрия, качество материалов, покрытия – новые профили мы выпускаем только в премиум-покрытиях.

Что касается финансовых показателей, то выручка ООО «Компания Металл Профиль» на протяжении трех лет стабильно растет. За прошедший год прирост составил почти 2 млрд. Мы внимательно следим за потребностями клиентов всех категорий, меняемся, максимально адаптируясь под интересы покупателей. За последние пару лет серьезно реорганизовали коммерческую службу, перестроили модель ве-

дения бизнеса, большое внимание уделяем развитию маркетинга и сервисных услуг. Запустили новые сервисы, незаметные для клиента, но важные в общем процессе. Они позволяют сократить сроки выполнения заказа, повысить скорость обратной связи, удобство взаимодействия с компанией.

«КИ»: *Насколько выросли в 2019 году цены на сырье (материалы), комплектующие, готовую продукцию, в каких секторах он оказался наиболее ощутимым? Как рост цен сказался на финансовом состоянии компаний отрасли?*

М.Л.: Сырье в нашей отрасли – это биржевой продукт, и цены на него подвержены сезонным колебаниям. В конце года они всегда падают, в середине года с тем же постоянством растут. Ярко выраженный сезонный спрос на продукцию делает колебания цен на сырье процессом прогнозируемым и постоянным.

Тем не менее, экономика, конечно, сказывается на финансовом состоянии компаний производителей – им становится все сложнее транслировать повышение цен в рынок. Понятно, что мы не можем поднимать цены бесконечно, наша продукция не является товаром повседневного спроса. Мы работаем на потребителя, и на нас влияют общие экономические тенденции – отсутствие роста реально располагаемых доходов, закредитованность населения и, как следствие, сильное падение покупательской способности. Помочь рынку, обеспечить рост в данной ситуации может только изменение экономической политики государства. Динамичный рост начнется тогда, когда государство начнет заниматься увеличением покупательской способности граждан.

«КИ»: *Перспективы наступившего года «20-20» оцениваются неоднозначно: говорят о проблемах в мировой экономике, военно-политических рисках и т.д. Дополнительный риск – эпидемия коронавируса. Чего Вы ждете от 2020 года? Можно ли рассчитывать на рост и в каких секторах (сегментах) рынка, или же мы входим в новый мировой кризис?*

М.Л.: Без сомнения, пандемия коронавируса стала темой номер один

во всем мире. Она действительно оказала огромное влияние на китайскую экономику и китайский рынок стали, но на нас существенно пока не сказалась. Конечно, если эпидемия продолжит распространяться, это скажется и на строительной отрасли. Если будут заблокированы поставки материалов из Китая (сейчас они, хоть и с задержками, продолжают поступать), это грозит усилением кризиса. Люди просто не смогут строить, есть риск, что вырастут цены на старые запасы материалов. Распространение заболевания за пределы Китая создает угрозу глобального кризиса. Однако сейчас какого-то существенного воздействия мы не ощущаем. Большее влияние на строительство оказала теплая зима в России – строительный сезон стартовал существенно раньше. Для нас, как производителя, это хорошо.

«КИ»: *Поделитесь, пожалуйста, Вашими планами на 2020 год и на 2021-2022 годы. Планируется ли вывод на рынок новых видов продукции, и если «да», то каких?*

М.Л.: Кардинально новых, прорывных продуктов не будет, в целом заметных изменений мы не планируем. Сейчас много производств со стандартными рабочими технологиями, и потребности в новых материалах у потребителя нет. Более того, потребление будет снижаться, но насколько активно – посмотрим. Сейчас есть некоторая стабилизация, мы ее видим по себе.

Основная наша задача сегодня – создать систему бесшовной коммуникации с клиентом при обращении в компанию. Сегодня клиенты могут размещать заказы в омниканальном режиме, удобным для себя способом. Развиваем сервисы электронных личных кабинетов для различных категорий клиентов, дизайн-конструкторы для подбора цвета и материала. Для дилеров и партнеров мы наращиваем сервисные услуги: программы обучения, информационной и технической поддержки, помощь в расчетах. Для конечных потребителей совершенствуем интернет-магазин и дополнительные сервисы, такие как онлайн-калькуляторы продукции, сервис подбора рекомендованных нами монтажных бригад.