



«КОСКО» НАЦЕЛИЛАСЬ НА ЕВРОПУ



Компания «Коско» начала свою деятельность в 2012 году как поставщик высокотехнологичного оборудования, режущего инструмента и расходных материалов для оснащения заготовительных участков металлообрабатывающих производств. Поставляемое компанией оборудование используется в автомобилестроении, судостроении, на машиностроительных предприятиях и в производстве летательных аппаратов. Компания реализует оригинальные ленточнопильные станки ведущих американских и европейских брендов. Поставляемое оборудование отличается высокой производительностью, позволяет минимизировать количество производственных отходов и снизить затраты в заготовительном производстве.

В 2014 году компания запустила в производство сваренные в кольцо пилы для оснащения ленточнопильных станков любых марок. Накопленный опыт позволил вывести на рынок собственную серию ленточнопильных станков под брендом МСК. На выставке ЕМО-2017 корреспондент журнала побеседовал с генеральным директором компании «Коско» Сергеем Вячеславовичем Матвеевым.

— Сергей Вячеславович, какие цели вы ставили перед собой, принимая решение об участии в выставке?

— От выставки мы всегда ожидаем только одного — чтобы как можно больше потенциальных клиентов узнало о нас, при этом совершенно не важно — российские это компании или нет. Круг потребителей нашего оборудования все же достаточно узок.

— Какие новинки вы представляете на своем стенде?

— К сожалению, нам не удалось привезти с собой станки, поскольку свое участие в этой выставке мы спланировали достаточно поздно, тем не менее мы представляем ленточнопильное оборудование, которое производим в Москве. Это наша основная продукция.

— Насколько важен для вас экспортный рынок? Есть ли на выставке ваши клиенты из Европы или других регионов мира?

— До начала 2017 года мы об экспортном рынке не задумывались. Но выставка «Металлообработка-2017» показала, что интерес к нашим станкам существует не только в России, но и за ее пределами, потому что мир начал считать деньги и строже оценивать качество. Соответственно, то, что производится сегодня в России, имеет вполне комфортную цену, и по качеству мы постепенно подтягиваем

ся к основным производителям, поэтому внешний рынок стал для нас интересен.

— Есть ли уже какие-то партнеры, договоренности?

— На этой выставке мы только начали обсуждать возможные экспортные поставки, сказать что мы продвинулись достаточно далеко пока нельзя, но времени прошло очень мало, я полагаю, что в течение 2017–2018 годов мы изменим ситуацию.

— Но интерес вы ощущаете?

— Интерес присутствует, на нашем стенде были представители Сербии, интересовались как можно купить наше оборудование, были встречи с индийскими представителями.

— Как вы оцениваете конкурентную среду в своем сегменте рынка?

— Конкурентная среда – понятие весьма растяжимое, потому что наши станки – продукт нишевый, он имеет достаточно узкую сферу применения. Поэтому решающее значение приобретает соотношение цена / качество. По тем коммерческим и технологическим параметрам, которые мы готовы сегодня предлагать, я считаю, что у нас есть возможность занять определенную часть рынка. Она, возможно, не будет большой, но она должна быть.

— Расскажите о тех новинках, которые вы уже включили или планируете включить в свою продуктовую линейку?

— Наша компания существует только с 2012 года, то есть практически все, что мы производим – это новинки. Мы начинали работать как компания, которая торговала станками, то есть покупала их в Европе, Америке и продавала на внутреннем рынке. Но постепенно, особенно после кризиса 2014–2015 годов, мы поняли, что нужно не только продавать. Дополнительную роль сыграли санкции, которые очень сильно осложнили процесс продажи импортируемого оборудования.

Поэтому в 2015 году мы приняли решение начать собственное производство. И его постепенно продвигаем и развиваем. Первые станки появились в 2016 году, процесс запуска производства не самый быстрый, но мы движемся в выбранном направлении. Так что все наше оборудование – новинки.

— Что на выставке привлекло ваше внимание, а может быть вы планируете внедрить это у себя?

— Конечно, мы всегда готовы перенять какую-либо хорошую идею, но существует только два способа это сделать. Во-первых, копировать – разобрать и постараться сделать так же, но это не наш путь, потому что копирование не дает развития, тормозит творческую мысль, не позволяет создавать собственный продукт.

Идя по этому пути остаешься вечным копирующим. И во-вторых, постараться подсмотреть те идеи, которые закладываются в станки, оценить направление развития и пытаться внедрить у себя, но не заниматься копированием, а начать с идеологического уровня, с проектирования. Тогда появляется возможность создания собственного уникального продукта. Мы стараемся идти этим путем.

Если же говорить о том, что здесь представлено, то нужно отметить, что наша отрасль очень традиционалистская, мало изменяющаяся. По сути, мы пилим металлом металл, и тут возможны только два варианта результата – либо распилит, либо нет. Поэтому конструктивные изменения, которые происходят, они не столь быстрые, не столь значительные, как в других областях станкостроения. Принципиально нового способа никто пока не придумал, а существующий – известен с начала прошлого столетия.

Тем не менее мы видим дизайнерские изменения, которые используют наши конкуренты, и стараемся учитывать это в своей работе.

— Как в целом вы оцениваете состояние российского рынка станкоинструментальной продукции?

— Оценивать состояние рынка – это работа таких продвинутых людей, как маркетологи. Они готовы рассказать про рынок все – и что они знают, и чего не знают. Как бизнесмен я вижу, что, во-первых, с рынка ушли многие китайские производители. Если два-три года назад их было много, то сейчас их стало значительно меньше. В какой-то степени, для нас это плюс, потому что сократился рынок дешевой продукции не очень высокого качества. Во-вторых, и это безусловный минус, с рынка уходят малые компании. Если три-четыре года назад на выставке «Металлообработка» в первом павильоне под балконами было просто столпотворение малых компаний, то в этом году мы видим, что их практически нет. На выставке в основном представлены только крупные компании. Это не очень хорошая тенденция, поскольку в любой стране, включая Европу и Японию, рынок двигают малые компании, которые создают свой уникальный продукт и пытаются его продать. Поэтому, я полагаю, серьезная тема для обсуждения – как вернуть малые компании на рынок.

— Чего в итоге вы ожидаете от выставки, с чем приедете в Россию?

— В Россию мы однозначно приедем с идеями, а также с клиентами и партнерами. У нас уже прошел ряд очень интересных переговоров по поставкам комплектующих и сырья, была весьма полезная встреча с торговым представителем России, на которой мы обсудили возможные условия сотрудничества и замены одних производителей комплектующих, которые нас не очень устраивают, на других. Так что, вернемся не с пустыми руками.