



ГОСУДАРСТВЕННОЕ МЕБЕЛЬНОЕ ЛОББИ

«Не претендуя на оригинальность, хочу вам напомнить, что из всех возможных лоббистов мебельной промышленности государство всегда будет самым мощным», – заметил почти два десятка лет тому назад сингапурский премьер Ли Кван Ю, выступая на открытии первой национальной выставки мебели, – но чтобы оно стало таким лоббистом, должны существовать определённые предпосылки. В первую очередь я имею в виду заслуживающие лоббирования масштабы развития отрасли». Отмеченная премьером взаимосвязь между масштабами отраслевого развития и масштабами государственного лоббирования неоднократно подтверждалась с тех пор в самых разных странах, от Бразилии до Литвы. Но, пожалуй, нигде она не проявляется с такой эффективностью, как в Малайзии, где благодаря активности мебельщиков на правительственном уровне был создан в 2003 году Совет продвижения малайзийской мебели, неумоимо снабжающий отрасль разносторонними внешнеторговыми консультациями, свежей информацией по патентам и стандартам, аналитическими рыночными прогнозами, а также льготами и грантами на освоение различных экспортных направлений. Кроме того, Совет обеспечивает мебельщиков содействием государства при создании малайзийских аутсорсинговых пред-



приятий в других странах. «Благодаря постоянной поддержке Совета мы нигде не ощущаем себя в одиночестве», – удовлетворённо констатирует глава Federal Furniture Чой Вай Хин, только что открывший первую малайзийскую фабрику в китайском Циньдао. «Мы бы и рады немного побыть в одиночестве, – не остаются в долгу улыбающиеся сотрудницы Совета, – но мебельщики никогда нам этого не позволяют».



Опубликованный в начале апреля выпуск ежемесячного обзора рыночной мебельной конъюнктуры американская газета Furniture Today сопровождает самоочевидным кратким комментарием: «все индексы устремились вниз», – хотя и отмечает, что на этом пути вниз мебельщики США, совершая чудеса деловой предприимчивости, сумели обеспечить своей отрасли заметно меньшее ускорение, нежели чем у любых других ориентированных на массовый спрос отраслей. И всё же потери мебельщиков весьма серьёзны: после многолетнего роста мебельных продаж (пусть даже и не слишком динамичного) они впер-

ПОЛНЫЙ ВНИЗ!

вые обернулись внушительным минусом в 4,1 %. О многомиллионных потерях и вынужденном сокращении рабочих мест сообщили в апреле даже такие гиганты мебельного бизнеса, как La-Z-Boy и Leggett & Platt. По данным «Монитора потребительских трат», резкий спад расходов на мебель и прочие покупки объясняется в первую очередь неуклонным ростом затрат на счета за энергию, оплату кредитов и квартплату. Те же причины начинают сказываться и на сокращении объёмов импорта мебели в США – из «большой десятки» экспортёров сохранить прежний темп удалось только Индонезии и Вьетнаму, остальные заняты интенсивным поиском новых зарубежных партнёров либо переключением на собственных потребителей. На этом фоне наша страна выглядит островом уверенной стабильности: российский мебельный рынок продолжает ежегодно прирастать по 15–25 %, и это при том, что, как недавно отметил в программе телеканала РБК директор маркетинга компании «Дяtkово» Игорь Подстольный, «Реальные данные превышают официальные в 1,5 раза. Исходя из официальных данных, ёмкость рынка – около 7 миллиардов долларов, но реальная, по нашим оценкам, около 10 миллиардов».

