



ВЫСТАВОЧНЫЙ МАЙ –

ОТ МОСКВЫ ДО САМЫХ ЭМИРАТОВ

В отраслевых календарях май можно по праву отнести к наиболее насыщенным периодам года: в отличие от «азиатского» марта, последний месяц весны одаривает нас выставками с поистине глобальным размахом, от Москвы до Нью-Йорка, от Дубаи до Познани, от Джакарты до Копенгагена. «Украин» в майской выставочной мозаике мира не существует: любое из её событий, будь то наши ЕЕМ/Интеркомплект/Интерцум, китайская Export Antique или бахрейнская GulfBID, притягивает – каждое по-своему – внимание обозревателей задолго до того, как объективы запечатлеют очередную торжественно перерезанную ленточку.

«А ГЕШЕФТЫ НАДО ДЕЛАТЬ В МОСКВЕ»

Свою передовую статью, посвящённую меняющимся перспективам Кёльн-мессе, главный редактор журнала Möbelmarkt Хельмут Меркель начал так: «Хай-Пойнт, Милан и Шанхай – больше кёльнской выставки, за инновациями лучше ехать в Париж или Милан, а гешефты надо делать в Москве». Любопытно, что немецкая оценка доминирующей деловой роли московских выставок не слишком отличается от российской: в обзоре «“Мебельную музыку” заказывает Россия» журнал «Бизнес и выставки» с видимым удовольствием цитирует создателя столичной сети мебельных магазинов Григория Бальцера: «До недавнего времени законодательницей моды была Италия, сегодня ею является Россия, по одной простой причине – у нас в стране есть деньги, поэтому стили, которые в России были популярны год назад, сейчас получают развитие на Западе».

Насчёт «законодательницы моды», конечно, можно бы и поспорить – хоть год назад, хоть сейчас погоду в российской моде по-прежнему делает всё тот же гламур, пришедший к нам отнюдь не с волжских просторов или с Урала. Других популярных

здесь стилей, которые «сейчас получают развитие на Западе», пока не просматривается. Но в главном Бальцер с Меркелем правы: западные бизнесмены действительно видят, что «у нас в стране есть деньги» и поэтому отправляются в Москву не за инновациями или за продвижением европейского стиля, а преимущественно за «гешефтами». Впрочем, с той же сугубо утилитарной целью сюда едут уже не с одного только Запада: год от года в «Крокус» становится всё больше китайских, турецких, малайзийских, сингапурских, тайландских стендов (в 2008 году свои изделия россиянам предлагало на «ЕЕМ/Интеркомплект/Интерцуме» уже свыше тысячи компаний из 25 стран). Верно и то, что навязывать нам собственные вкусы ни на Западе, ни на Востоке более не пытаются, будучи готовыми предоставить импортёрам всё, что душе потребителя угодно. Хотя окончательной ясности с тем, что же всё-таки угодно этой душе, нет.

Не прояснил этого и торжественный «эпиграф», каким всегда считаются выступления официальных лиц на открытии той или иной выставки. Например, перерезая 11 мая ленточку саудовской Saudi Furniture, министр экономики Ибрахим Аль Ассаф призвал мебельщиков «беречь здоровье арабов, которые хотят видеть в своих домах только стопроцентно безопасные изделия», – и общую экологическую направленность выставки отметила вся отраслевая пресса. А на открытии майской выставки деревообрабатывающего оборудования в американском Коннектикуте настойчиво утверждался императив скорейшего перехода к созданию станков «сберегающих каждый энергоцент клиента», – и актуальность этого «эпиграфа» была сразу засвидетельствована успешными продажами того оборудования, где использовались высокоэкономичные электродвигатели. Если же судить по речам на открытии ЕЕМ/Интеркомплект/Интерцума, то столич-



ных VIP-докладчиков тревожило ровно то же самое, что и год, два или три назад: отставание предлагаемого мебельщиками ассортимента от растущей требовательности московской клиентуры, а также дефицит комплектов мебели, которые устроили бы жителей малогабаритных московских квартир.

Общеизвестную заикленность Москвы на себе, любимой, обычно поясняют концентрацией там львиной доли российских денег, и всё же трудно представить, чтобы, скажем, на «Ксилэкспо» заговорили о недостаточном внимании мебельщиков к жилищным проблемам миланцев или в Лас-Вегасе – о мебельных предпочтениях граждан Невады. Но самым примечательным в VIP-речах оказалась даже не их «столичность», а их редкостная отстранённость: все они были обращены к профессиональной аудитории и тем не менее не затронули ни единой темы, реально волнующей отраслевое сообщество. Да, за первый квартал года наш мебельный рынок возрос на 50 %. Да, 5000 предприятий отрасли дают 12 % от всего объёма продукции российского ЛПК. Да, мебельные продажи принесли уже целых 75 миллиардов рублей, и с «гешефтами», таким образом, всё обстоит именно так, как пишет Меркель: за ними следует ехать в Москву. Но значит ли это, что у нас наконец-то воцарилась идеальная рыночная ситуация, где нет никаких проблем, кроме застарелого дефицита комплектов для мебелировки малогабаритных московских квартир?

РАБОТА НА ГРАНИ ГЕРОИЗМА

С тем, что «в стране есть деньги», не спорили ни на отечественных, ни на зарубежных стендах. Но эта безусловно приятная истина ничуть не отменяла истин куда менее приятных, типа «в стране есть инфляция». Соглашаясь с необходимостью постоянного расширения своего ассортимента, участники выставки говорили, что их волнуют не столько растущие запросы москвичей, сколько растущие цены сырья, комплектующих, энергоносителей, и не столько дефицит мебели для столичных малогабариток, сколько дефицит древесины для мебельного производства. Последнее казалось особенно странным: свои прошлогодние решения перенаправить на внутренний рынок существенную часть экспортируемого кругляка правительства России и Малайзии приняли почти одновременно, но если лица малайзийских мебельщиков при одном упоминании об этом решении буквально расцветали улыбками, то у нас наблюдалась совершенно иная реакция.

Ни в одной из опрошенных мной на выставке ростовских, уральских и сибирских фирм после правительственного постановления не было отмечено ни малейшего оживления конкуренции среди поставщиков древесины, той самой конкуренции, которая столь благотворно сказывается сейчас на снижении сырьевых затрат малайзийских мебельщиков. В столичном регионе ситуация даже ухудшилась, о чём без обиняков сказал глава «Шатур» В.И. Зверев: «Нам ужесточение экспортного режима на кругляк ничего не дало. С предложением древесины становится всё сложнее. В Московской области сосредоточено 25 % от всего производства российской мебели, плюс выпуск

большого объёма плит. Промышленность создала, а теперь все думают: где сырьё-то брать? Лес в области есть, но кто им распоряжается – непонятно. Всякая шантрапа этим занимается, никакой действительной организации дела нет. Попытки усовершенствовать Лесной кодекс закончились ничем. Приходится искать сырьё в других местах, благо Шатура находится по соседству с Владимирской и Рязанской областями».

Брать сырьё по соседству – это ещё не худший случай. Всё больше мебельщиков вынуждено обращаться за сырьём к поставщикам из отдалённых регионов, с соответственным увеличением затрат на транспорт. Его монопольные тарифы тоже на месте не стоят. И уж вовсе знаменательно выглядела на московской выставке популярность стенда чилийских лесозэкспортёров: где Чили, где Россия? Характер задававшихся на стенде вопросов (стабильность договорных цен при заключении долгосрочных контрактов, гарантии своевременных поставок и т. п.) позволял предположить, что российскую клиентуру притягивала к южноамериканским поставкам не столько экзотика, сколько «действительная организация дела», отсутствие которой справедливо возмущает президента нашей АПМДПР...

И дефицит сырья, и рост транспортных затрат нельзя отнести к чисто российским явлениям – их отрицательное влияние на мировой мебельный рынок признавалось всеми участниками выставки, из какой бы страны они в Москву ни прибыли. Но вот что отметил глава экспортного отдела тайваньской фирмы «Чунг Тьен» Джеймс Лянь: «В сложные для экономики периоды важно наличие чёткого взаимодействия индустрии с правительством. В нашей стране такое взаимодействие достигнуто, и это делает для производителей кризисное планирование бизнеса хотя и сложным, но вполне нормальным процессом. Отсутствие взаимодействия сразу превратило бы создание любых планов в работу на грани героизма».





Судя по словам В.И. Зверева, наши мебельщики обречены заниматься именно «работой на грани героизма»: когда стратегические решения – взять ли введение запретительных экспортных тарифов, повышение курса рубля или умножение числа госмонополий – не сопровождаются должной организацией на тактическом уровне, предприятия остаются один на один с массой таких проблем, по сравнению с которыми разноразмерная мебельная продукция московских малогабариток выглядит сущим пустяком (тем более, что своеобразие хрущёвской архитектуры вероятно поставило бы в тупик и самого Миэса ван дер Роэ – занести туда обычных размеров диван тоже вполне можно считать задачей на грани героизма).

Но к героизму нам не привыкать – и лучшим тому свидетельством служили ценники подавляющего числа участников выставки, которые со времени прошлой ЕЕМ сдвинулись (не в пример стали, древесине или топливу) лишь на скромные 7–15 %. Более того: у целого ряда мебельщиков и поставщиков комплектующих расценки ни разу не дрогнули даже в ходе ускоренной инфляционной раскрутки 2008 года! Говорит руководитель отдела маркетинга уральской фурнитурной фирмы «Валмакс» Александр Ермошкин:

«За прошлый год цены на нашу фурнитуру выросли от 7 до 10 %. А в этом году мы вообще цен не меняли. Причина та, что берём металл только у своих местных поставщиков, с которыми давно работаем и хорошо друг друга знаем. Поэтому продукция хорошо реализуется, мы всё время расширяем круг поставок, в который входит уже не только Россия, от Калининграда до Петропавловска, но и Украина, Таджикистан, Белоруссия».

Многие зарубежные конкуренты «Валмакса» тоже наращивают свои продажи вопреки трудным временам, но, по крайней мере, не вопреки политике своих правительств, которые стараются всячески укреплять позиции собственных производителей на внутренних рынках. Так, турецкие экспоненты



«Крокуса» дали единодушно высокую оценку введению заградительных пошлин на явно демпинговый экспорт китайских комплектующих. Отсутствие ценового прессинга со стороны «сверхдешёвки» позволило компаниям направить максимум средств на интенсивное развитие производства, особенно важное при освоении новых, требовательных к качеству рынков. Махмут Эзтюрк, глава отдела продаж турецкого производителя пружинных блоков Metal Matris, с удовлетворением говорит о недавних закупках дорогого, но безупречного европейского сырья, а генеральный директор российского подразделения фурнитурной фирмы «Самет» Александр Меркушев не менее удовлетворённо рассказывает о переводе турецкого производства фирмы на почти целиком (пока – за исключением упаковки) автоматизированное оборудование.

Российским производителям не до инвестиций в роботов: неуклонное удорожание рубля на фоне отсутствия защитных пошлин и «опережающего» роста отечественных сырьевых цен заставляет наши фирмы вкладывать каждую копейку в чисто ценовое соперничество с импортом, который поощряется благоприятствующим валютным курсом. Из года в год на разных московских выставках мебельщики окружают стенд компании «ИнТер» – производителя недорогого отечественного оборудования из Нальчика. Это типичный случай «популярности со слезами на глазах»: «интеровцы» с нескрываемой горечью говорят о том, что доступные цены на свои фрезерные и обрезные станки им удаётся сохранять лишь за счёт прекращения инвестиций в запуск новых перспективных моделей. Удар они, спору нет, держат героически, но как тут не позавидовать туркам и тайваньцам, от которых никакого героизма не требуется?





«ИСКУССТВО БИЗНЕСА ВЫХОДИТ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН»

Отвечая на вопрос «Мебельщика» о способах, с помощью которых удерживает глобальный ценной удар его семейная фирма, президент Всемирной мебельной ассоциации Каликто Валенти сказал: «У «Дома Валенти» очень давние традиции качественной мебельной работы. Мне пришлось отойти от этой работы из-за обязанностей перед Всемирной и Европейской ассоциациями, хотя я и продолжаю оставаться в совете директоров «Дома Валенти». Непосредственное руководство взяли на себя мои братья, и я считаю, что удар сырьевых цен они держат достаточно успешно. Но уже не благодаря тому, что они хорошие мебельщики, а скорее благодаря тому, что у добавок они ещё и хорошие бизнесмены. При сложных экономических ситуациях искусство бизнеса всегда выходит на первый план. С обязательным сохранением надёжности мебельных тылов, конечно».

Сам Каликто Валенти выказывает себя превосходным бизнесменом и в президентской должности: разработанные им в тесном сотрудничестве с экономистами ЕС рекомендации проекта FIRST по антикризисной реструктуризации бизнеса пользуются массовым спросом у мебельщиков Европы, обсуждаясь также в США, Канаде, Австралии, странах Юго-Восточной Азии. Предложенная нашим журналом идея перевода этих документов на русский язык не вызвала принципиальных возражений ни у Каликто Валенти, ни у В.И. Зверева – правда, проект FIRST рассчитан на европейское законодательство и европейскую инфраструктуру, но в любом случае знакомство с рекомендациями UEA будет полезным и нашим мебельщикам. Надо



полагать, что, назло слабому доллару и сильному сырью, хороших бизнесменов у нас не меньше, чем среди читателей FIRST – иначе отечественные предприятия занимали бы не большую часть самых оживлённых стендов «Крокуса», а большую часть газетных перечней самых свежих банкротств.

На открывшейся 17 мая в Нью-Йорке выставке современной мебели ICCF одна из известнейших в США деловых женщин (а заодно и влиятельная за-



конодательница интерьерных мод) Марта Стюарт тоже говорила о вынужденном рецессией приоритете «выверенного дизайна бизнеса перед более привычным для всех нас выверенным дизайном мебели». И тут же, точь-в-точь как Каликто Валенти, она оговорила по поводу сохранения прочности «тылов» бизнеса: «Это не значит, что мебельному дизайну сегодня позволено забыть об инновациях и плестись черепашьям шагом: он по-прежнему обязан активно использовать всякую возможность содействия успеху бизнеса».

Российские мебельщики, участвовавшие в деловой программе московских выставок ЕЕМ/Интеркомплект/Интерцум, естественно, не претендовали на известность Марты Стюарт, но темы их оживлённых дискуссий ни в чём не противоречили её оценкам соотношения кризисных приоритетов: «Инновационные материалы как конкурентное преимущество производителя», «Влияние дизайна мебели на рост потребительского спроса», «Успех на рынке через инновационный подход к разработке мебели». Любой из этих – и многих иных – выставочных семинаров убедительно свидетельствовал, что наша отрасль при всей совокупности негативных для бизнеса внешних факторов продолжает двигаться в едином направлении с мировым мебельным сообществом, отказываясь «плестись черепашьям шагом». И совсем не случайным совпадением смотрятся «синхронные» обсуждения на майском московском семинаре темы «Свет в интерьере торгового пространства», а на майском круглом столе выставки в Дубаи – темы «Световые акценты продаж»: мебельный мир тесен, мебельный мир един!

От Москвы до Эмиратов международные выставки демонстрируют коммерческую, творческую и технологическую зрелость мебельной отрасли, её поразительную способность к деятельному противостоянию любым деструктивным тенденциям. В отражении этой способности наше созвездие ЕЕМ/Интеркомплект/Интерцум несомненно может быть отнесено к числу самых ярких на майском выставочном небосклоне.

Р. Горчаков