



ИСПЫТАНИЕ НА МОБИЛЬНОСТЬ

Наш заключительный обзор международного мебельного рынка за 2006 год был озаглавлен «К спаду готовы!». Это название могло показаться данью неоправданному катастрофизму: ведь о возможности общеэкономического спада тогда говорилось только на уровне МВФ, с вероятностью в 15–18%, без упоминаний о конкретных странах и отраслях. Однако на миланском семинаре участников мирового рынка мебели (почти сто специалистов из 35 стран), проходившем в апреле этого года, такая возможность впервые была признана в качестве вполне реальной и для мебельной индустрии. Правда, в докладе старшего советника CSIL Milano Уго Финци спад спроса прогнозируется лишь для США, да и то на 2008 год, но, судя по тому, что доклад Финци сегодня оживлённо комментируется от Сингапура до Варшавы, мебельный

рынок окончательно глобализировался, и угроза одному сегменту заслуженно признаётся угрозой для всех – особенно если речь идёт о таком «камертоне» мировой мебельной торговли, как Штаты. Подтверждается ли перед лицом этой угрозы прошлогодний вердикт «К спаду готовы»?

СВЕРХСКОРОСТНАЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ

Внешне ничего такого уж драматичного на миланском семинаре не было. Напротив, большинство его докладов напоминало знаменитое «Всё хорошо, прекрасная маркиза!», причём с полным на то основанием. Открывая семинар директор отдела аналитических прогнозов CSIL Алессандра Траконья отметила, что общий объём мирового производства мебели вырос до \$265 млрд. Примерно треть выпускаемых изделий идёт на экспорт. 70% всей мебели делается в промышленно развитых странах, остальное – в развивающихся (главным образом – в Китае). Неуклонно возрастает и открытость национальных мебельных рынков, определяемая как соотношение между импортом и потреблением: в среднем оно уже превысило на сегодняшний день 30%. Поэтому международная конкуренция на этих рынках обостряется, делая импортную мебель доступной для всё новых групп населения в Азии, Южной Америке и Восточной Европе (включая Россию). Таким образом, повсюду, кроме США, спрос либо и впредь останется на вполне приемлемом уровне, либо, скорее всего, будет стабильно расти.

Казалось бы, беспокоиться в такой ситуации следует только американцам. Они и беспокоятся. Но масштабы их беспокойства понемногу начинают озадачивать отраслевых экономистов даже в столь благополучных «мебельных странах», как, скажем,

«В эпоху глобализации выигрывает тот, кто реагирует первым» – закономерная реакция мебельного сообщества на спад спроса в США





Дания или Тайвань. Апрель и май открыли период такой кардинальной реструктуризации мебельной индустрии США, какой не было даже на заре аутсорсинга, – японская «Кагу Синбун» называет эти темпы сверхскоростными. Едва ли не каждая неделя приносит новости о закрытии «лишних» фабрик, сокращении сотен «лишних» рабочих мест, продаже «лишних» центров фирменной торговли. Наблюдателей поражает то, что занимаются всем этим не какие-нибудь провинциальные неудачники, а всемирно известные чемпионы продаж, вроде United Sleep, La-Z-Boy, Bombay Furniture. Что ни статья в Furniture Today, то сенсация: «Bercline сокращает на производстве в Теннесси 250 человек!», «FBI уменьшает годовые оклады директоров до \$45.000», «La-Z-Boy закрыл две фабрики мягкой мебели в Миссисипи!», «United Sleep Products остановила работу цехов в Денвере и Форт-Уэйне! Президент концерна Лиза Кауфман недоступна для комментариев».

Лиза Кауфман может оставаться недоступной сколь угодно долго, но это ничуть не мешает прессе делать вполне определённые выводы: крупная мебельная индустрия США выводит из страны существенную часть активов, переключая освободившиеся средства на усиление инвестиций в свои зарубежные производства – как в прежние, так и в заново создаваемые. Куда они будут нацелены, понять нетрудно: туда, где спрос на мебель продолжает расти. И Вьетнам, и КНР, и Малайзия, и Таиланд за последние месяцы резко активизировали свои продажи в странах ЕС, арабского востока и Восточной Европы. Вот это-то обстоятельство и вызывает сильнейшее беспокойство многих экспертов: если азиатский натиск будет подкреплён новыми американскими капиталовложениями (а он, несомненно, будет!), то не случится ли так, что плоды прогнозируемого роста европейского спроса в основном достанутся тем самым мебельщикам США, которых у себя дома ничего хорошего не ждёт?

АПЛОДИСМЕНТЫ ВМЕСТО УПРЁКОВ

Можно предположить, что вид закрывающихся «перед штормом» фабрик заставит осиротевшую американскую клиентуру горестно причитать «На кого ж ты меня покидаешь?», адресуя своему мебельному бизнесу упрёки в отсутствии патриотизма. Но – нет таких упрёков! Пока что бизнесмены слышат только аплодисменты по поводу опережающей реакции на предстоящий спад. Все понимают, что даже сократившийся объём американского спроса осчастливит не один десяток экспортёров – свято место пусто не бывает. Однако же, говоря о грядущем нашествии импорта, отраслевые издания не делают секрета из того, что за доброй третью мебельного производства КНР, Вьетнама, Таиланда стоит американский капитал. Ещё половина принадлежит тайваньским и сингапурским фирмам. Которые в трёх случаях из пяти опять-таки контролируются американцами. Поэтому причин усматривать трагедию в ускоряющейся смене родных мебельных этикеток на импортные не видит почти никто. «Почти» – это рабочие закрытых ме-



бельных фабрик. Плюс европейские мебельщики, которым (исключая ИКЕА и поляков) в Штатах вряд ли что-то светит: солидные зарплаты в сочетании с растущим курсом евро свели к минимуму «старосветский» мебельный экспорт в США ещё тогда, когда спрос там был на пике.

Смена этикеток выглядит тем более формальной, что ввозимая в Штаты азиатская мебель всё чаще изготавливается из... американской же древесины. Всемирная кампания за спасение джунглей планеты внезапно (а может, и совсем не внезапно) обернулась таким ужесточением правил сертификации, что впору перефразировать древнюю библейскую истину: «Легче верблюду пройти сквозь игольное ушко, чем мебели из тропических пород сквозь таможенный контроль». Эту истину отлично усвоили в Американском совете по экспорту твёрдых пород (АНЕС), у стендов которого мебельщики сегодня толпятся практически на всех азиатских выставках. Кстати сказать, и на европейских тоже.

В Европе защитники джунглей ничуть не уступали американцам по части энтузиазма. Но не по части дальновидности: ведь европейские леса, поредевшие за столетия бесчисленных войн, смотрелись по сравнению с заокеанскими ресурсами в лучшем

Вступление Вьетнама в ВТО мгновенно устроило американские инвестиции в его мебельную индустрию

Легче верблюду пройти сквозь игольное ушко, чем этому великолепному лесу из Саравака оказаться на европейском рынке...





случае, как пригородный парк. Правда, американские леса напоминают тот же парк в сравнении с российскими, но основная часть наших экспортёров решительно предпочла возне с сертификатами ЕС упрощённые методы поставок восточным соседям. Европейцам не осталось ничего другого, как восполнять свой дефицит сырья закупками в США, утешаясь при этом мыслью, что для спасения тропических лесов ими сделано всё.

Глобальное ужесточение сертификации привело к доселе небывалому расцвету американского лесного хозяйства и деревообработки, которые охотно «абсорбируют» рабочие руки, оказавшиеся не у дел при реструктуризации мебельной индустрии. Отплывающие в 2007 году из портов США лесовозы стали загружаться крупными партиями даже таких дорогих пород, как виргинский орех или орегонская вишня, – ранее они поставлялись только краснодеревщикам и узкому элитному сектору промышленности. Сегодня ведущим азиатским потребителем американских пиломатериалов считается Китай, сразу за ним следуют Вьетнам, Таиланд, Малайзия и Индонезия. По закупкам клёна и красной ольхи азиатские мебельщики оставили позади даже Европу, которая в остальном уверенно опережает их всех вместе взятых: прошлогодние поставки одного лишь американского светлого дуба обошлись странам ЕС ровно в треть миллиарда долларов!

Итог ясен: растущий спрос европейского региона будет в значительной степени удовлетворяться за счёт американского сырья и американских производственных мощностей в Азии. А слабеющий спрос Штатов будет поддержан притоком более доступной мебели – тоже из американского сырья, обработанного на американских мощностях, но уже с приемлемыми для трудного периода «азиатскими» ценами. Индустрия, укрепившая свои позиции на мировом рынке и в то же время облегчившая бремя расходов национального потребителя, действительно «к спаду готова» и действительно заслуживает аплодисментов!

Судя по данным журнала M belmarkt, российские затраты на мебель относятся к минимальным, но, учитывая общий объём спроса, наша страна явно становится Меккой для мебельщиков всего мира



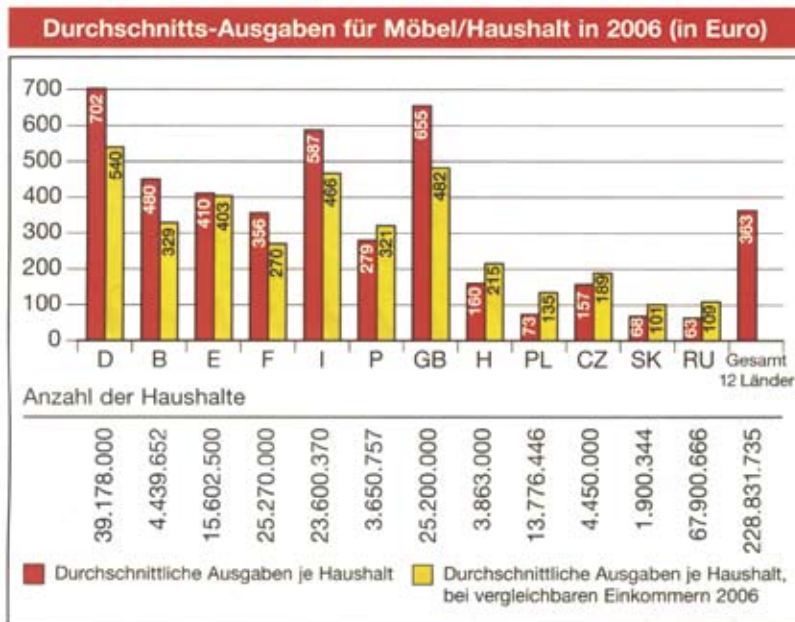
... зато пиломатериалам из штата Орегон спрос обеспечен от Дублина до Манилы

ОТКУДА ВЗЯЛСЯ СПАД ?

Интересной особенностью большинства недавних отраслевых симпозиумов и семинаров (в том числе и того, что проходил в Милане) было заметное преобладание «финансовой» темы над «производственной». Если говорить о финансовой тактике, то мебельщикам настоятельно рекомендовалось с предельным вниманием учитывать разницу курсов при работе над выбором наиболее выгодной цепочки зарубежных поставок, диверсифицировать кредитную политику, унифицировать бухгалтерскую документацию в соответствии со стандартом УСР-600, позволяющим практически мгновенно проводить все операции через интернет, словом, обсуждались наиболее актуальные требования, выдвигаемые эпохой глобализации.

Что до стратегии, то здесь в центре дискуссий оказались способы предупреждения спадов, подобных американскому. Есть все основания полагать, что рано или поздно его первопричины могут привести к аналогичной, а то и худшей, рецессии в других регионах. Первопричина американского кризиса, что называется, лежит на поверхности: это сокращение жилищного строительства, вызванное лавиной неплатежей по кредитным обязательствам. В разряд несостоятельных должников многим домовладельцам пришлось перейти после того, как обещанная Бушем дешёвая нефтяная Ниагара, которая вот-вот должна была хлынуть из «демократизированного» Ирака, обернулась прямым противоположным явлением – беспримерным взлётом цен на энергоносители.

В Европе никто население не дезориентировал, а жилищное строительство, радуя мебельщиков, продолжает шириться от Афин до Цюриха. Тем не менее, растущие невыплаты кредитов начинают тревожить экономистов и здесь. По их мнению, об элементарной осторожности европейцев заставляют позабыть сказочно лёгкие условия предоставления банковских кредитов, помноженные на вездесущую рекламную истерику: «Приобретайте, приобретайте, приобретайте!». Чем дороже





мебель, тем соблазнительнее сроки выплат, кажущиеся в момент покупки немыслимо далёкими. К чему приводят подобного рода соблазны, говорят участвовавшие случаи закрытия малых и средних европейских предприятий, где рекордные продажи мебели обернулись рекордными невыплатами кредитов. А грозная тень банкротства, нависшая в канун лета над немецким холдингом Schieder Möbel, показала, что от «кредитной эйфории» не застрахованы и гиганты.

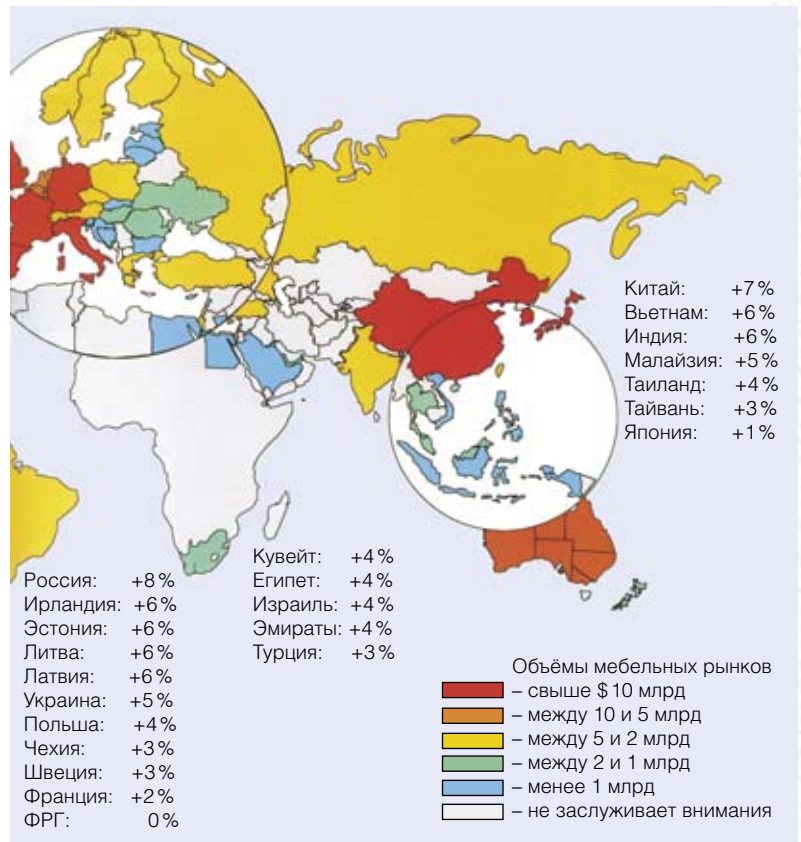
Вывод выступавших на семинарах мебельщиков, торговцев, банкиров, глав строительных ассоциаций единодушен: если за условиями кредитования не будет срочно налажен действенный контроль, то уже через год-другой спад спроса придётся прогнозировать для новых регионов. Которые не располагают ни мобильностью американской индустрии, ни её инвестиционными возможностями. Предложения, выработанные в ходе дискуссий, предстоит теперь рассматривать законодателям и банкирским сообществам как на уровне ЕС, так и на уровне отдельных его членов.

Россияне не выступали ни на одном из международных обсуждений проблемы строительных и мебельных кредитов. Вероятно, они поступили правильно: так уж сложилось, что для России оказываются действенными только те дискуссии, непосредственное участие в которых принимает её президент. Но это совсем не значит, что наша страна представляет собой некий счастливый остров, недостижимый для кредитных, сырьевых и прочих ураганов. Конечно, в сравнении со скромным европейским приростом спроса на мебель и на жильё российский темпы стремятся прямо к небесам, однако кой-какие облачка на этих небесах уже появились.

Объём невозвратов на протяжении всего 2006 года рос в два раза быстрее, чем объём выдачи кредитов. И это при том, что сумма вкладов россиян в банки страны составляет менее 40% от суммы выданных кредитов! В 2007 году просроченные долги физических лиц уже превысили (по официальной статистике ЦБ) 32 млрд рублей. Независимые эксперты считают, что только лишь по беззалоговым кредитам реальный объём просрочки составляет от



Забор из просрочек кредитов на жильё и мебелировку растёт вдвое быстрее самих объёмов кредитования – удастся ли через него перебраться?



100 до 150 млрд рублей. Истинные размеры долгового айсберга – тайна за семью печатями, поскольку отечественные банки абсолютно непрозрачны. Как непрозрачны и мотивы людей, влезавших в заведомо неподъёмные долги. Впрочем, на сей счёт у шефа кредитной службы Нацбизнесбанка Евгения Дроздова есть довольно здравое предположение: «Люди, воспитанные в системе сдерживания своих потребительских вожделений, стремятся больше получить сейчас, нежели думать о будущем». Схожее объяснение даёт и известный психолог Владимир Менделевич: «Россияне психологически не готовы к финансовому планированию и подсознательно воспринимают кредиты, как традиционную русскую халаву». Впрочем, суть проблемы просрочек не в психологии. И не в многомиллиардных суммах. Она в том, что невыплаты воспринимаются только как частное явление. Где-то долги пролонгируют, где-то возвращают через коллекторов надёжным методом утюга, где-то переводят на баланс аффилированных структур. Невозвраты – растут. Проблемы – как не было, так и нет.

На миланском семинаре глава Ассоциации мебельщиков Бразилии Рафаэль Молон подчеркнул, что при всей тщательности подхода к выработке новых стратегий их воплощение в жизнь должно быть безотлагательным: «Замедленная реакция на изменения в рыночной, технологической, финансовой среде несовместима с духом глобализации. Наши индейские знахари советовали никогда не тянуть с лечением, иначе оно превращается в убийство. Этот совет был верен тысячу лет назад. Сегодня он верен тысячекратно».

Журнал m+t прогнозирует, что чемпионами роста спроса в 2007 году станут Россия, КНР, Вьетнам, Индия, Ирландия и прибалтийские республики

Р. Горчаков