



ДЕНЬ ПОСЛЕДНЕЙ СОЛОМИНКИ

Анализируя ситуацию на мировом мебельном рынке, комментаторы обычно не выходят за его рамки. Что бы ни творилось «снаружи», мебельная индустрия всегда находила достаточно сил и ресурсов, чтобы нивелировать любые негативные влияния извне. Ни войны, ни глобальное перераспределение производственных мощностей, ни угроза терроризма, ни природные катаклизмы не мешали мебельщикам уверенно сохранять курс на развитие. Их уверенность опиралась на неколебимый фундамент: постоянство массового спроса. Даже в разгар лондонской чумы 1618 года мастерская краснодеревщика Джона Бирна была завалена заказами и прекратила работу лишь потому, что умерли все её мастера и подмастерья до последнего.

Нынешним летом привычный характер аналитики начал меняться буквально на глазах: с каждым

новым месяцем «внутримебельные» проблемы рассматриваются экспертами во всё более тесной связи с тенденциями мировой экономики в целом. Анализ работы мебельщиков в тех или иных странах, секторах рынка и сферах торговли, конечно, из обзоров не исчез, но его изрядно потеснили прогнозы цен на нефть, состояние мирового рынка металлов и прочие темы, ранее никогда на страницах отраслевой прессы не обсуждавшиеся. Самыми повторяемыми словами обзоров стали уже не «дизайн», «инновации» или «экология», а «сырьё», «себестоимость», «конечная цена». Нетрудно заметить, что частота их упоминания возрастает прямо пропорционально удорожанию барреля нефти.

ЗАМИРАЮЩИЙ СПРОС

«Сдвиг тематики» вызван не столько даже влиянием, оказываемым нефтяными ценами непосредственно на производство и транспортировку мебели, сколько ощутимой эрозией того прочного основания, каким для мебельщиков на протяжении веков был массовый спрос. Наиболее тревожным аспектом компенсации затрат на топливо за счёт внутренних ресурсов стало вынужденное «соучастие» мебельной индустрии в сокращении собственной клиентской базы.

Так, например, августовский отчёт Европейской мебельной ассоциации UEA отметил в качестве положительной тенденции 10-процентное снижение затрат при производстве мебели в 15 странах ЕС. Увы – для подавляющего большинства фабрик основным источником этой экономии было замораживание зарплат и сокращение числа сотрудников. Учитывая, что те же процессы происходят сейчас практически во всех отраслях европейской промышленности, подобное «затягивание поясов» напрямую сказывается на количестве покупателей.

Диаграмма из августовского номера журнала немецких мебельщиков VM свидетельствует: число рабочих мест в отрасли неумолимо сокращается





И на числе социальных заказов. «Мы вынуждены отказаться от идеи провести тендер на новую мебель для нашего детского приюта, – говорит австрийский священник Эрнст Вибель, – иначе зимой не хватит денег на отопление. Не исключено, что при таком росте цен мне даже придётся сдвигать пониже регулятор термостата».

Судя по стремящимся ввысь графикам американского ВВП, за океаном не должно быть и тени европейской озабоченности: экономика растёт, продолжается строительный бум, на летней мебельной выставке в Лас-Вегасе многомиллионные контракты были скорее правилом, чем исключением. Тем не менее, настроения мебельной прессы США весьма далеки от ликующих. Точно так же, как в европейских изданиях, там всё чаще отмечают снижающийся покупательский спрос. При нормальном развитии экономики такого быть не может: в США темпы её роста по-прежнему опережают темпы роста мировых цен на энергоносители, так что растущих доходов американцев, казалось бы, вполне должно хватать и на бензин, и на мебель.

Должно – но не хватает. Извиняясь за свой отказ от прежнего намерения приобрести столовый гарнитур из вишни для своего нового дома под Бостоном, учительница Линда Стрейчи объясняет мебельному магазину: «Когда год назад я подписывала банковский договор на кредитование покупки дома, галлон бензина стоил доллар с четвертью. Сегодня он стоит ровно вдвое больше. Если бы я знала об этом – осталась бы в старой квартире. Мои заработки выросли на 350 долларов, а счета за отопление – на тысячу. Отцу пришлось отказаться от рыбалки с подвесным мотором, мне приходится отказываться от вашей замечательной мебели. Поверьте: я просто не могу!» Таких, как Линда, становится всё больше. Компании, напуганные разгоняющейся инерцией сырьевых цен, не спешат повышать зарплаты; впервые за много лет Департамент труда констатировал, что покупательная способность среднего рабочего упала за год на полтора процента.

НА КОГО РАБОТАЕТ ЭКОНОМИКА?

Значит ли это, что рост американской экономики следует считать мифом? Нет, статистика не лжёт: «колёса» индустрии и сервиса действительно крутятся в США с максимальной отдачей. «Вы можете спросить, куда же девался рост, если мы не ощущаем его в наших зарплатах? – пишет в «Нью-Йорк Таймс» видный экономист Пол Кругман. – Ответ прост: он уходит в доходы руководства корпораций. За минувший год щедрый прилив премий, окладов и компенсаций топ-менеджменту 500 крупнейших компаний Америки вырос на 54%. Достижения экономики не просачиваются из корпораций вниз, они не работают на всю страну в целом».

Такого рода «экономика несообщающихся сосудов» заставляет мебельщиков преуспевающей Америки прибегать к тактике стагнирующей Европы: снижать себестоимость продукции вопреки постоянному росту цен на сырьё. «За последние полгода пенополиуретан вздорожал на 18%, сталь на 12%, – говорит Бен Ниллсен, президент калифор-



нийской фирмы «Кембридж», – даже мел, нужный нам при раскрое, за месяц подскочил на 10%. Про энергию я просто молчу. Но мне некому передать ценовую эстафету. Цепочка заканчивается на нас. Стоит мне поднять цену своих диванов хотя бы на 20 долларов, и оптовики моментально уйдут к китайцам». Понятно, что рано или поздно цены поднимать всё равно придётся, но, по образному выражению газеты Furniture Today, при нынешних обстоятельствах «передавать ценовую эстафету от производства в торговлю для любого мебельщика равносильно передаче собственных отрезанных ног».

Вряд ли ожидание этого неприятного момента слишком затянется. Темпы роста китайской экономики уверенно гарантируют повышенный спрос на металл любой стоимости, а темпы роста упомянутых Кругманом корпоративных доходов уверенно гарантируют аналогичный спрос на любой стоимости нефть. Причём генерируется этот рост не только в США, но повсюду, где баснословные прибыли корпораций герметически изолированы от национальной экономики. Отец бостонской учительницы может сколько угодно отказывать-

Почти отпускное настроение сохранял летом только малый бизнес, всегда умевший «протягивать ножи по одежке» любых сырьевых цен

Негорючие материалы стали хорошим средством борьбы за покупателя, но и здесь спрос сдерживается растущими ценами на «химию»





К мебельным контейнеровозам из Азии этим летом добавились ещё и суда с мебелью из Южной Америки



ся от своего подвесного мотора, австрийский священник может вообще отключить приютский термостат – бережливость рядовых потребителей бессильна затормозить ценовой маховик, ибо безудержный рост спроса на нефть формируется вовсе не ими. Британская «Таймс» от 29 августа приводит достаточно яркий пример иного подхода к энергосбережению: «Одна заправка подобной яхты обходится в 200 тыс. фунтов. В прошлом месяце расходы оказались даже выше, поскольку во время стоянки на Мальте в топливную цистерну «Пелоруса» попала морская вода. Возникшая задержка продемонстрировала преимущество наличия одной-двух запасных мега-яхт: Абрамович просто изменил планы и на личном «Боинге 767» отправился на другое судно своего флота».

Масштабы фантастически расточительного потребления энергоносителей хозяевами бесчисленных корпоративных флотов, эскадрилий и «автономных» архипелагов делают более чем вероятным прогноз инвестиционного банка «Голдман Сакс» о скором взятии нефтяным баррелем планки в 105 долларов. Тяжесть этой «последней соломинки» спина мебельной индустрии вряд ли выдержит. Об отказе от политики сдерживания цен заговорили даже в благополучной Австралии, где интенсивным внедрением новых источников энергии на протяжении последней четверти века занимались практически все отрасли экономики. К исходу лета сиднейская газета *Australien* выразила уверенность, что «День последней соломинки» может наступить в любой момент: «Исследование состояния 730 мебельных компаний показывает, что ценой неминуемых усилий им до сих пор удавалось абсорбировать свыше половины шока от вздорожания сырья, достигшего за полугодие величины в 11,7%. Но главный экономист Индустриальной группы Австралии Крейг Джеймс предупреждает, что бизнес не в состоянии вечно удерживать плотину, защищающую потребителя. Что-то должно рухнуть – либо напор сырьевых цен, либо плотина. Скорее всего рухнет плотина».

КЕМ ВОСХИЩАЮТСЯ ЭКСПЕРТЫ

По соседству с Австралией одна из крупнейших мебельных индустрий мира «празднует» День со-

ломинки уже сегодня, будучи приведена на грань банкротства сентябрьским дефолтом – прямым следствием очередного удорожания нефти. Коль скоро такое случилось в Индонезии, зарабатывающей миллиарды на экспорте собственной нефти и сотни миллионов на собственном лесе, то чего же ожидать мебельщикам из малых стран, обделённых сырьевыми сокровищами?

Но как раз там ожидают только хорошего, и как раз о таких странах авторы летних отраслевых обзоров пишут без намёка на тревогу. Так, немецкий журнал *Euwid* на фоне довольно безотрадной европейской ситуации выделил в августе успехи литовских мебельщиков, чья последовательная ориентация на производство качественных компонентов и общедоступной сборной мебели продолжает обеспечивать литовским изделиям растущий спрос как на собственном рынке, так и за рубежом. Журнал отмечает успехи вильнюсской фирмы *Narbutas & Co*, заработавшей на продаже мебели соотечественникам 26 миллионов лит, а также клайпедчан из групп *Baltijos Baldu* и *Vakaru Medienos*, которым тесное сотрудничество со скандинавскими импортёрами принесло свыше четверти миллиарда лит.

Сентябрьский номер международного обзора *Wood Based Panels International* отмечает достижения плитной индустрии Чили, предопределившие отличную конкурентоспособность местной мебели. Сочетая интенсивное развитие плантаций быстрорастущей сосны с новейшими методиками получения энергоносителей из древесных отходов (пиролиз и газификация), чилийские производители плит сумели противостоять натиску нефтяных цен без сокращения персонала и замораживания зарплат.

Нескрываемое восхищение звучит в оценках экспертов разных стран, как только речь заходит о мебельной индустрии Вьетнама – динамичный драйв её развития возрастает с каждым кварталом. Сингапурский ежеквартальник *Furniture International* цитирует необычные, но явно комплиментарные впечатления местных банкиров от кредитования компании *Scansia Pacific* из провинции Донг Най, которая, начав с работы на отечественном рынке, вкладывала всю получаемую прибыль в закупки совершенного оборудования и в повышение квалификации рабочих: «Мы и дальше намерены поддерживать эту фирму – её уважаемый президент приезжал на работу на велосипеде, когда весь оборот «Скансии» едва достигал десяти тысяч долларов, и продолжает пользоваться тем же личным транспортом сегодня, когда 800 контейнеров с её мебелью экспортируется в Европу и ещё 300 – в США».

Большинство экспертов считает, что превратиться в опасных конкурентов Китая вьетнамским мебельщикам мешает только несовершенство мелководных портов. Как только правительство завершит реконструкцию портовой инфраструктуры, они смогут отправлять свои изделия прямо из дома, отказавшись от дополнительных потерь времени и денег на сингапурскую перегрузку мебели в крупнотоннажные контейнеровозы. Все 800 стенов на предстоящей в октябре ежегодной Международ-

Как только Вьетнам реконструирует свои порты – китайским мебельщикам придётся потесниться





ной выставке мебели и комплектующих в Хо Ши Мине были раскуплены ещё весной, а в сентябре комментаторы не преминули отметить стабильно меняющееся соотношение между вьетнамскими и зарубежными экспонентами: если всего пять лет назад «счёт» был 1:9 в пользу стенов гостей, то сегодняшнее 7:3 красноречиво свидетельствует о темпах совершенствования национальной индустрии СРВ.

Другое событие выставочной жизни, которое вызывает сейчас пристальное внимание международной отраслевой прессы, – намеченное на март «воскресение» некогда знаменитой тайваньской выставки TIFS, ушедшей со сцены в 2000 году (как многим тогда казалось – навсегда). Исчезновение TIFS из выставочных списков было вызвано, во-первых, переездом многих тайваньских мебельных компаний на территорию Китая, а во-вторых, – резко ужесточившейся конкуренцией индонезийских и малайзийских мебельщиков в том самом секторе дешёвой деревянной мебели, где тайваньцы ранее чувствовали себя как рыбы в воде (к концу прошлого века из каждых пяти проданных в США деревянных столов один изготовлялся на Тайване).

Минувшее пятилетие стало для мебельщиков острова периодом тщательно продуманного сосредоточения сил на совершенно новом направлении: производстве малых партий элитной (high-end) дизайнерской мебели из инновационных материалов, стекла и металла, с широким использованием микроэлектроники, новейших светодиодов, уникальных сервомеханических систем. О продуктивности избранной островитянами стратегии убедительно свидетельствуют солидные 9% мирового рынка high-end, отвоеванные тайваньской мебелью за первое полугодие 2005 года. На одних только металлических комплектующих производственники крохотного (по сравнению с гигантским материковым соседом) острова сумели заработать за полгода 134 миллиона долларов! Интерес к экзотичным плодам тайваньской «оперативной перегруппировки сил» огромен во всём мире. Неслучайно предстоящий показ новинок на тайпэйской TIFS-2006 заранее именуют в прессе старинным португальским названием острова, означающим в переводе «прекрасный».



К «воскрешению» своей TIFS на Тайване готовятся обстоятельно, заранее обсуждая с индустрией каждую деталь



ВЫБОР ВСЕГДА ЗА НАМИ

Давящее предчувствие обвала плотины у мебельщиков всех этих стран отсутствует. На первый взгляд, это кажется странным: ведь никаких таких уж особых секретов у Чили, Вьетнама, Литвы, Тайваня и прочих скромных игроков международного мебельного рынка, не без зависти упоминаемых «сильными мира сего», нет. Добираться до работы на велосипедах президентам мебельных фирм случается не только во Вьетнаме, но и в ФРГ. Своевременную перегруппировку сил мебельщики умеют производить не только на Тайване, но и в Штатах. Прецизионным маркетингом могут похвастаться не только в Литве, но и во Франции. Австралийцы ничем не уступают чилийцам в части получения горячего из древесных отходов – и так далее. Почему же призрак нефтяной «последней соломинки» так угнетает одних, но без малейшей тени страха воспринимается другими?

Отличие состоит, конечно же, не в велосипедах мебельных президентов и не в профессионализме мебельных маркетологов. Как уже говорилось в начале этой статьи, первопричину разной реакции на гонку сырьевых цен обозреватели усматривают вне рамок отрасли. Там, где достижения национальной экономики работают преимущественно на изолированный круг корпоративного топ-менеджмента, мебельщики – точно так же, как и любые другие производственники – вынуждены держать удар мировых ценовых тенденций в одиночку. Там, где этому удару противостоит сконцентрированная мощь экономики всей страны, – мебельщики получают желанную возможность не ломать головы над тем, когда же баррель возьмёт стодолларовую высоту, а полностью сконцентрироваться на инновационных технологиях, выборе правильных партнёров, устройстве прекрасных выставок и прочих сугубо профессиональных вещах. Которые, в конечном итоге, опять-таки будут работать на всю экономику в целом, умножая её мощь и защищённость от любых ценовых ударов. Выбор между ожиданием Дня прекрасной выставки и ожиданием Дня последней соломинки всегда остаётся за обществом.

Р. Горчаков

Если бы не «внешне-экономические тормоза» – таких удачных сделок у мебельщиков было бы гораздо больше!