

ЧЕГО ХОЧЕТ ТИГР?

«КОГДА МЕБЕЛЬЩИКАМ УДАВАЛОСЬ УБЕДИТЬ ВЛАСТИ В РЕАЛЬНОЙ ВЫГОДЕ СОБСТВЕННЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ВСЕЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ, ДАЖЕ САМЫЕ ЗЛОВЕЩИЕ ТИГРЫ БЫСТРО РАССАЖИВАЛИСЬ ПО КЛЕТКАМ ПРОШЛОГОДНЕЙ СТАТИСТИКИ. НО ТАМ, ГДЕ БИЗНЕС И ВЛАСТЬ РАБОТАЛИ САМИ ПО СЕБЕ, ТИГРЫ НАБИРАЛИ ВЕС, СВИРЕПЕЛИ И РАЗМНОЖАЛИСЬ В НЕСЛЫХАННЫХ КОЛИЧЕСТВАХ».

В принципе, спорить о том, чего именно хочет тигр, не приходится. С тигром всё ясно: о тигриных предпочтениях (применительно к тиграм, порождённым кризисом, само собой) наша рубрика писала ещё позапрошлым летом в обзоре «Битва дракона с тигром». Своим названием статья была обязана заголовку «Дракон выдерживает натиск», под которым журнал Furniture & Furnishings поместил анализ успешного противостояния китайской мебельной индустрии тигру надвигающегося кризиса. Автор анализа, известный сингапурский обозреватель Кейзи Лу, очень доходчиво объяснял, что всегда и везде тигры хотели только одного: жрать. Настоящие тигры, понятно, хотели жрать добычу, а символические кризисные – рабочие места, продажи и вообще всё экономическое жирное. Вопреки столь ясному разъяснению, количество отраслевых экспертов, продолжающих выяснять, чего же всё-таки хочет тигр, с тех пор отнюдь не уменьшилось. Скорее даже возросло. Вряд ли это происходит по причине вступления человечества в год Тигра по восточному календарю. У популярности тигриной темы иные корни. На пороге новой весны отраслевое внимание к восточным символам определяется прежде всего тем, что за кризисный прошлый год Китай ухитрился опередить Японию, став второй по силе экономической державой мира. А заодно и отобрал у Германии титул чемпиона по экспорту. Тем самым китайцы наглядно продемонст-

ровали, что не так уж страшен тигр, как нам его малюют: если использовать правильную тактику, то впечатляющих успехов можно добиться даже при самых внезапных тигриных прыжках, вроде дубайского «почти-дефолта» или копенгагенского «почти-провала» экономического переустройства планеты.

Казалось бы, дело только за тем, чтобы всем мебельным миром освоить ту же, совершенно общедоступную китайскую тактику.

ТИГРОВ В ЭКСПЕРТНОМ ОБИХОДЕ ТЕПЕРЬ СТАЛИ ПОМИНАТЬ УЖЕ НЕ СТОЛЬКО В СВЯЗИ С КРИЗИСОМ, СКОЛЬКО С МЕТОДАМИ ВЫХОДА ИЗ НЕГО.

После чего изображения хищной усатой морды непременно должны будут уступить место мирным эмблемам нормальной отраслевой жизни. Тактику освоили. Но тигров в экспертном обиходе теперь стали помянуть уже не столько в связи с кризисом, сколько с методами выхода из него. На целом ряде региональных рынков обозначилась тревожная тенденция: едва почуввав улучшение конъюнктуры, тамошние экономисты взяли рьяно возвращать казне «кризисные долги потребителя». Понять, чего новые тигры хотят от задолжавшего потребителя, было и впрямь трудно: ведь именно его кровными интересами объяснялись все новые расценки, новые банковские ставки и новые налоги, направленные на скорейшее создание стартовой площадки для мощного рывка экономики. О том, чтобы сожрать несчастного должника, нигде даже речи не заходит. Тем не менее состояние его уже близко к обморочному: продажи вновь стагнируют точь-в-точь, как в предкризисный период. Жадно горящие

в финансовых чашах тигриные глаза выглядят особенно контрастно по сравнению с теми странами, где категорически отказываются вспоминать о прежних «долгах потребителю» – налоговых льготах, кредитных рассрочках и прочих мерах оживления спроса. Не то чтобы эти просторы были для отраслевого развития совсем уж безмятежными, но мебельщики уверенно справляются с оставшимися в рыночных чашах мелкими хищниками. А крупных отпугивает риск очутиться в клетке. Которых опытными охотниками на тигров запасено там более чем достаточно.

ИСКУССТВО ТИГРОВОЙ ОХОТЫ

Бразильские мебельщики относятся к числу тех счастливцев, которые возвращаются к динамичному развитию без оглядки на тигров. Хотя североамериканские рынки сбыта бразильцев изрядно «просели», внутренние продажи продолжают ежемесячно расти на 3–5 процентов. Чуда здесь нет: на протяжении минувшего года налоги на промышленное производство потребительских товаров (автомашин, бытовой техники и пр.) снижались правительством шесть раз. Предновогоднее снижение от 25 ноября, адресованное «персонально» мебельщикам, снизило доходы налоговиков на 217 млн реалов. Это был ощутимый удар по казне, но деньги почти полностью вернулись обратно в виде возросших на 216 млн поступлений от дохода с продаж. Тут можно бы разочарованно констатировать, что казна ничего не выиграла, однако министр финансов Бразилии Гвидо Мантега далёк от разочарования: весомый выигрыш отрасли и рядового покупателя для него так же очевиден, как и общий рост внутреннего потребительского рынка. Отраслевой подъём сказался, в частности, на декабрьских закупках нового оборудования, подскочивших сразу на 14%. Бразильским мебельщикам можно будет и далее заниматься своим прямым делом, не отвлекаясь на отражение тигриных атак: как сообщил Мантега на своей январской пресс-конференции, срок действия 10-процентного снижения налога продлён до конца марта, а министерство намерено руководствоваться текущей рыночной обстановкой и во все остальные месяцы года. Политика министра в точности соответствует трём принципам прославленного индийского трактата «Искусство тигровой охоты»: «Соблюдай хладнокровие, ни на мгновение не позволяй себе расслабиться и действуй только исходя из обстоятельств».

Филиппины не принадлежат к тому же мощному экономическому блоку BRIC, что Бразилия. Поэтому там опасаются упустить хотя бы один процент своих скромных налоговых сборов. Одновременно считая недопустимой и перспективу ослабления национальной мебельной отрасли. После тщательного сентябрьского анализа вариантов компенсации 27-процентного спада доходов от мебельного экспорта правительством было принято решение идти «по китайскому пути», стимулируя экспортёров на разворот к внутреннему рынку. Но не через

методы предоставления налоговых льгот, показавшихся филиппинцам слишком рискованными, а с помощью интенсификации госзаказов в социальной сфере (образование, здравоохранение, спорт и т.д.), заодно обеспечив государственной гарантией долгосрочные банковские кредиты для покупателей мебели. Курировавший эту программу Эммануэль Падейрос, вице-президент Палаты мебельной индустрии Филиппин, отметил в январе, что «Переориентировка оказалась своевременной: нам удалось сохранить все рабочие места, дав отрасли надёжную опору в виде стабильного внутреннего спроса. Стали возвращаться из-за рубежа наши ценнейшие кадры – дизайнеры. Падение объёмов производства сократилось до минимума и уже к весне обязательно будут первые свидетельства динамичного роста. Свидетельства оживления мы наблюдаем и на наших традиционных экспортных рынках, но, вне зависимости от хода событий в Канаде, Европе или Австралии, мы совершенно уверены, что внимание к национальному покупателю оправдывает себя в любом случае».

И уж вовсе малыми затратами отделались от всевозможных «тигров» в Тибете, чьё автономное правительство сумело прошлой осенью добиться от Пекина разработки и внедрения первого в стране ремесленного брэнда «Тибетская мебель». Его стандарты полностью соответствуют международным. Поскольку никакой мебельной индустрии в этом высокогорном регионе не существует, то последствия инициативы местных властей буквально открыли тибетских краснодеревщиков, которые до этого, что называется, перебивались с хлеба на воду. Всемирный спрос на «Тибетскую мебель» с экзотичной гравировкой по цветному лаку ежемесячно возрастает едва ли не в геометрической прогрессии – отныне она, как и положено всякому авторитетному брэндру, снабжена наглядными инструкциями по сборке, сертификатами соответствия стандартам и должной упаковкой с RFID. Надёжную логистику новому проекту обеспечила прокладка современной транспортной магистрали, открывшей регион для бизнесменов и туристов

Благодаря инициативам региональных властей искусство тибетских мастеров перестало быть достоянием узкого круга состоятельных коллекционеров





Спрос на столешницы с экранами, вмонтированными под прочным покрытием, доказал, что изобретательность выручает мебельщиков даже в самые трудные времена

со всего света. Взрывной рост популярности региональной новинки сопровождается взрывным же ростом притока подмастерьев не только из Тибета, но и из «нижних» китайских провинций: при таком росте спроса актуальной проблемой тибетских мастеров стал уже не избыток учеников, а их постоянный дефицит.

А вот аналогичные индонезийские попытки внедрения сертификации успехом не увенчались. Наиболее грозным «тигром» 2009 года тамошние мебельные экспортёры единодушно считали невозможность доказать легитимное происхождение древесины, из которой изготовлена их мебель: противозаконные вырубki тропических лесов на Суматре, Борнео и Яве превращали в разъярённых тигров даже самых миролюбивых «зелёных». Год назад президенту страны Сусило Бамбалу Йудхойоно удалось добиться от Всемирного Банка финансирования крупного проекта по всеобъемлющей сертификации лесов, с которым мебельщики связывали массу надежд.

УСПЕХ ИЛИ ПРОВАЛ «ИСКУССТВА ТИГРОВОЙ ОХОТЫ» ВО ВСЕХ ЭТИХ (И ОЧЕНЬ МНОГИХ СХОЖИХ) СЛУЧАЯХ В НЕМАЛОЙ СТЕПЕНИ ЗАВИСЕЛ ОТ ПЛОТНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА С МЕБЕЛЬНЫМ БИЗНЕСОМ.

Увы, видимой пользы деньги Всемирного Банка пока что не принесли. За минувший год экспорт мебели обрушился ещё на треть, внутренний рынок близок к прострации, а эксперт Financial Times по глобальным лесным ресурсам Эмили Харуэлл сообщила 1 декабря, что «ежегодные потери Индонезии от санкционированных чиновниками нелегальных вырубok составляют, по самым скромным подсчётам, 2 миллиарда долларов. Более чем солидная сумма, если вспомнить, что весь годовой бюджет страны на 2010 год равен 91-му миллиарду!».

В индексе мировой коррупции огромная (240 миллионов населения) республика Индонезия делит своё позорное 111-е место с такими полуфеодалными карликами, как Того, Мали и Соломоновы острова. Поэтому не будет большой ошибки в предположении, что самым опасным тигром, подстерегающим индонезийских мебельщиков, является всё-таки не отсутствие всеобъемлющей сертификации, а наличие всеобъемлющей коррупции.

Успех или провал «искусства тигровой охоты» во всех этих (и очень многих схожих) случаях в немалой степени зависел от плотности взаимодействия правительства с мебельным бизнесом. В тех случаях, когда мебельщикам удавалось убедить власти в реальной выгоде собственных предложений для всей национальной экономики, даже самые зловещие тигры быстро рассаживались по клеткам прошлогодней статистики. Но там, где бизнес и власть работали сами по себе, тигры стремительно набирали вес, свирепели и размножались в совершенно неслыханных количествах. Ярчайшим примером подобных джунглей внезапно оказалась страна, всегда считавшаяся образцовым мебельным рынком планеты, – Соединённые Штаты Америки.

АППЕТИТ ПРИХОДИТ ВО ВРЕМЯ ЕДЫ

По скромным масштабам влияния коррупции США если и не впереди планеты всей, то устроилось на вполне почтенном 19-м месте, сразу после Японии с Великобританией. В таких чихлых коррумпированных зарослях явно не приходилось опасаться появления тигров. Они там и не появились. Предпочтя зайти с иной стороны.

Прежде чем её назвать, стоит отметить, что вялой конъюнктуре и соперничеству дешёвого импорта американские мебельщики на протяжении всего 2009 года противостояли упорно и без невозможных потерь в продажах или рабочих местах. Отчасти это достигалось за счёт развитых аутсорсинговых «тылов», отчасти за счёт неутомимых инноваций, но в подавляющем большинстве случаев – за счёт предельного внимания к малейшим переменам



Рост производительности в США составил за прошлый год 3,5%. Это облегчает американцам конкуренцию с мебелью из ЕС, где производительность упала на 1%



Малый мебельный бизнес, ориентированный на местных покупателей, преодолевает период кризиса с завидной стойкостью: ни одного банкротства за весь год!

в настроениях покупателей. Мебельщики в полной мере использовали и такие постоянные факторы продаж, как предпочтение женской частью клиентуры безопасных для здоровья рециклируемых материалов, и такой сравнительно новый фактор, как досрочный выход на пенсию специалистов из «проважных» секторов (автостроение, стройиндустрия, банковское дело) – всем очутившимся «на воле, в пампасах» был оперативно предложен богатейший выбор рекреационной мебели. На осенних выставках искренние восторги обозревателей вызвала непривычная для американцев тенденция дизайнеров сочетать оригинальность и комфорт с доступной ценой. О том, как удаётся соответствовать ужесточившимся критериям послекризисной гонки, рассказала декабрьская редакционная статья «Нью-Йорк Таймс», посвящённая реорганизации мебельной компании «Этан Аллен».

Её управляющий, директор Фарук Катвари, перебросил наиболее трудоёмкие цеха в Мексику, консолидировал всего на двух фабриках работу многих разбросанных по стране производств, отказался от услуг рекламных агентств, сосредоточившись преимущественно на сетевой рекламе, выполняемой, включая остроумные рекламные клипы, собственными специалистами, и т.п. В итоге производительность цехов увеличилась без малого на 40%, себестоимость снизилась на 24%, осенние продажи стали ежемесячно возрастать по 8–12%. «Если раньше мы затрачивали на создание каждого нашего высококачественного дивана порядка 20 часов, то теперь на это уходит не более трёх. Производство стало не просто эффективным, но гиперэффективным», – с гордостью говорит менеджер.

Компания «Этан Аллен» – одна из звёзд американской мебельной индустрии. Но с не меньшей гордостью правнучка основателя маленькой мебельной фирмы «Баер» Джин Баер говорит о достижениях провинциального семейного бизнеса: «Карл Баер переехал из Висконсина в Небраску ровно 131 год тому назад, в январе 1879 года, и открыл здесь в Йорке столярную мастерскую.

При моём деде Уолтере Баере она уже превратилась в фабрику, снабжавшую мебелью и город Йорк, и соседний Линкольн. А при отце Чарлзе Баере нашу мебель знали уже во всём штате, и доверие к ней не смогли поколебать ни войны, ни Великая депрессия тридцатых, ни прошлогодний кризис». Вручая Джин Баер высшую в штате почётную премию «Легенда Небраски», председатель городской Торгово-промышленной палаты Крэг Винсент отметил, что «Не так уж много в стране предприятий, которые могли бы похвастаться верным служением своим клиентам на протяжении века с лишним, а клиенты – столь же долгой взаимной верностью. Наш маленький город иногда зовут самой глубокой из американских глубинок, но взгляните: эта мебель не уступит изделиям самых именитых участников Хай-Пойнта ни в части экологии, ни в части комфорта, а оригинальность всех моделей «Баера» постоянно подтверждается Патентным офисом США. Хочу назвать и ещё одно важное достоинство сегодняшних героев «Легенды Небраски»: без их постоянных инициатив в политической жизни штата представить себе работу его правительства уже почти невозможно».

ИЗГОЛОДАВШИЕСЯ ТИГРЫ ИЗБРАЛИ ДЛЯ СВОИХ ПРОГУЛОК СОВСЕМ ИНУЮ СРЕДУ: ФЕДЕРАЛЬНУЮ.

Казалось бы, о чём ещё мечтать: даже провинциальные мебельщики преодолевают кризис, наращивают продажи, успешно взаимодействуют с властями – где в такой «окружающей среде» разгуляться тиграм? В такой – негде. Её надёжно охраняет могучий страж: Десятая поправка к Конституции США, которая гарантирует экономическим законам штатов полную независимость от любых покушений центра. Поэтому изголодавшиеся тигры избрали для своих прогулок совсем иную

Гораздо тяжелее пришлось филиалам крупных торговых сетей, где анонсы «Полная распродажа» стали скорее правилом, чем исключением



среду: федеральную. Как сообщалось в предыдущих обзорах, либеральное парламентское большинство позволило социалистически настроенному президенту Обаме приступить к осуществлению реформ, призванных наделить социальными благами всех членов общества до единого, включая даже нелегальных иммигрантов и хронических неплательщиков налогов. Затраты на обеспечение этой утопии нужным количеством новых чиновников и новых фондов оказались настолько астрономическими, что уже в декабре законодателям пришлось повысить и без того заоблачный потолок государственного долга США до совершеннейшей фантастики в 14,3 триллиона долларов. Профинансировать весь спектр всеобщих благ было возможно единственно с помощью печатного станка, заставив его выбрасывать на рынок либо удвоенный объём ничем не обеспеченных казначейских ценных бумаг, либо удвоенную массу инфляционных долларов.

Перспектива массированных инвестиций в американскую казну не вызвала у заместителя главы китайского Народного банка Жу Миня и тени энтузиазма. «Сейчас очень сложно побудить зарубежные правительства даже немного увеличить их запасы ценных бумаг казначейства, – сухо заметил крупнейший кредитор США. – Заставить их удвоить эти запасы просто нереально. Ни у кого таких денег нет».

А на перспективу инфляции ответили сами американцы: цены на драгоценные металлы и недвижимость ринулись к небесам с такой быстротой, что уже к Рождеству оставили позади все рекорды банковской «чёрной пятницы». Отраслевая пресса мрачно перепечатывала январскую историю с нью-орлеанской старушкой, пришедшей купить кресло-качалку. При расчёте она аккуратно выложила кассиру несколько золотых лундуров тех времён, когда Луизиана ещё была французской колонией. В ответ на улыбку кассира: «По правде сказать,



Вопрос «Какие деньги реальны?» сопровождается подсказкой продавцов золота: сегодняшний бумажный доллар, по меркам 1933 года, стоит всего лишь 2 цента

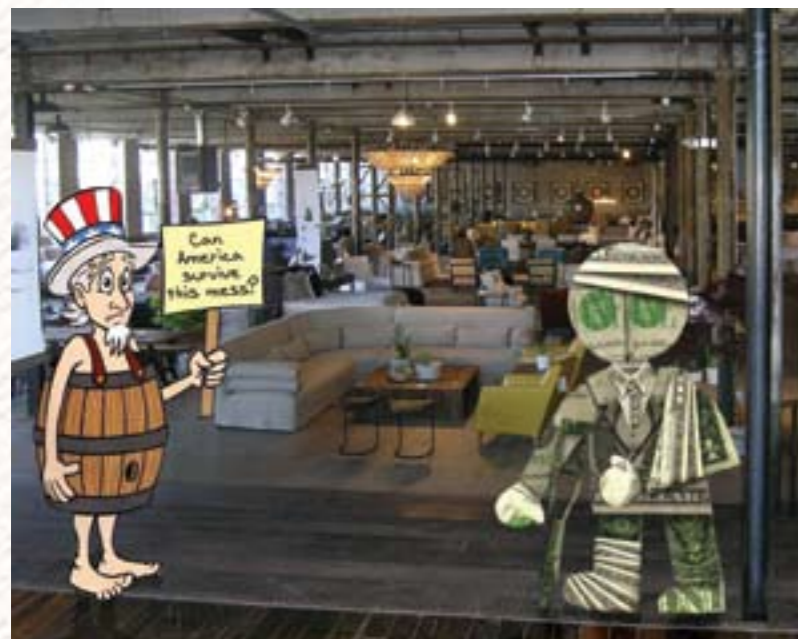
мэм, я бы предпочёл доллары», – покупательница устала на него с искренним изумлением: «А я-то думала, что теперь их принимают только в газетных киосках!».

Взлёт цен на золото, засвидетельствовавший рождение прожорливого инфляционного тигра, не обескуражил вашингтонских реформаторов. Аппетит, как известно, приходит во время еды, и спикер демократов Нэнси Пелози заявила, что дополнительные деньги на обеспечение социальной справедливости страна легко получит от... экстренного введения НДС. Избиратели выслушали своего парламентария с изумлением, не уступавшим луизианскому: идея Пелози была скомпрометирована ещё при Рузвельте, которому доказали, что такая мера способна принести позитивные плоды лишь при синхронной отмене корпоративного налога. Спикер возразила изумлённым согражданам, что опыт военных лет опровергается опытом послевоенной Европы, где этот налог широко применялся ещё с 1954 года. Не произвёл на Пелози впечатления и тот факт, что широкое применение НДС сегодня не спасает от бюджетного дефицита ни Грецию, ни Ирландию, ни Португалию, ни Италию, вызывая очень серьёзные опасения инвесторов за стабильность евро.

Хищников, таким образом, стало уже двое. Но ненадолго: угроза инфляции и усиленного налогообложения вскоре дополнилась появлением стаи их неизменных спутников, от прогрессирующей безработицы до оживающей на глазах преступности. Они несомненно хотели ровно того же, чего хотят все тигры! Поняв это, избиратели забыли обо всём, кроме жгучего желания избавиться от облизывающегося зверья на ближайших же парламентских выборах. Но выборы состоятся только в ноябре, а индекс покупательского доверия американцев уже катится вниз, растеряв к середине января практически все набранные за минувшую осень пункты. С гуляющими на свободе тиграми шутки плохи: их аппетит тоже всегда приходит во время еды.

Обзор подготовил Р. Горчаков

Усилия отрасли по обеспечению рынка доступной мебелью перечёркиваются ростом налогов. «Сможет ли Америка пережить этот бардак?» – недоумевает обнищавший дядя Сэм



9-12 ИЮНЯ 2010 Казахстанские Международные Выставки

Мебель и Интерьер Архитектура и Дизайн Лес и Деревообработка

Республика Казахстан, Алматы, Выставочный Центр «Атакент»

ОРГАНИЗАТОР: МБК «Атакент-Экспо»
Республика Казахстан
050057 Алматы, ул. Тимирязева, 42

Тел./факс: (727) 2582535, 2751357, 2747926
e-mail: office@exhibitions.kz
www.exhibitions.kz

4-я Международная специализированная выставка ТЕХНОДРЕВ ДАЛЬНИЙ ВОСТОК



ТЕХНОЛОГИИ, МАШИНЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТ
ДЛЯ ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА, ЛЕСОЗАГОТОВКИ,
ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ И МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА:

- Круглый стол «Реализация биоэнергетического потенциала лесного комплекса»
- Семинары, презентации, мастер-классы
- Конкурс «Золотая медаль Хабаровской международной ярмарки»

Генеральный
информационный
партнер сети

ОРГАНИЗАТОРЫ:
20 лет
РЕСТЭК®
ХАБАРОВСКАЯ
ЯРМАРКА®

Выставочное объединение «РЕСТЭК®»
Санкт-Петербург Тел./факс: (812) 320-96-84, 320-96-94 E-mail: tekhnodrev@restec.ru

www.restec.ru/tekhnodrev

ОАО «Хабаровская международная ярмарка»
Хабаровск Тел.: (4212) 567-614, 566-882 E-mail: forest@khabexpo.ru

www.khabexpo.ru

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ СЕТЬ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫХ ВЫСТАВОК