

# ОТЕЧЕСТВЕННЫМ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ ЛКМ ПРЕДСТОИТ МНОГОЛЕТНЯЯ БОРЬБА ЗА СВОИ ЖЕ РЫНКИ

Интервью организовано при поддержке Ассоциации «Центрлак» и ее директора Г.В. АВЕРЬЯНОВА



НЕПРОСТЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ, В КОТОРЫХ ОКАЗАЛИСЬ РОССИЙСКИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ, ДИКТУЮТ НОВЫЕ ПРАВИЛА. ОДНО ИЗ НИХ – ОБЪЕДИНЕНИЕ ПЕРЕД ЛИЦОМ ОБЩЕЙ ПРОБЛЕМЫ. СЕГОДНЯ В РУБРИКЕ «ИНТЕРВЬЮ» МЫ РАССМАТРИВАЕМ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, КАСАЮЩИЕСЯ НЕРАЗРЫВНО СВЯЗАННЫХ ОТРАСЛЕЙ: МЕБЕЛЬНОЙ, ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ И ЛАКОКРАСОЧНОЙ. НАШИ СОБЕСЕДНИКИ – ОЛЕГ НИКОЛАЕВИЧ НУМЕРОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АССОЦИАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ, И ОЛЬГА МИХАЙЛОВНА СЕМЕНОВА, РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА УФ, ООО «МАЛЯРНЫЙ ДВОР», ОДНА ИЗ ОПЫТНЕЙШИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ТЕХНОЛОГИИ ОТДЕЛКИ МЕБЕЛИ И ИЗДЕЛИЙ ДЕРЕВООБРАБОТКИ.

**О**лег Николаевич, Ольга Михайловна, какие времена сегодня переживает мебельная отрасль в России, легко ли нашим предприятиям балансировать в новых экономических условиях, особенно в период кризиса?

**О.Н.:** Как ни странно, российская мебельная и деревообрабатывающая промышленность оказалась наиболее подготовлена как к рынку, так и к кризису, по сравнению с остальными отраслями. Многие предприятия реконструированы и модернизированы, в эксплуатацию введены технологическое оборудование и процессы, которые ничем не уступают европейским, американским, китайским и другим,

а многие предприятия даже превосходят их. Нам часто задают вопрос: «Если у вас есть технологии и качественные расходные материалы, почему вся российская мебель из опилок, а зарубежная – из настоящей древесины?». Честно говоря, мы усматриваем в этом некую акцию (и довольно продолжительную!), дискредитирующую отечественную мебельную промышленность в глазах потребителей.

Так же, как итальянские, немецкие и польские производители, российские мебельщики при производстве продукции используют аналогичный конструкционный материал: древесно-стружечные и древесно-волоконистые плиты (ДСП и МДФ), и это вовсе не опил-

ки, а специально произведенные материалы, которые применяют во всем мире. Вы можете спросить: а где же массив? В России изготавливают и такую мебель, но эта продукция более высокого ценового сегмента.

К сожалению, есть производители, особенно небольшие предприятия, их иногда еще называют «гаражниками», которые действительно применяют древесные плиты низкого качества по прочности и экологической безопасности. На первый план для таких производителей выходит улучшение собственного благосостояния, а не качество изготавливаемой мебели. И купленный у таких «мастеров» товар рассыпается на глазах – отсюда и опилки.



**Олег Николаевич Нумеров**, генеральный директор Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России



**Ольга Михайловна Семенова**, руководитель проекта УФ, ООО «Малярный двор»

Вместе с этим необходимо признать, что российские мебельщики, как и иностранные коллеги, в последние годы в массовом производстве отдают предпочтение пленкам, ламинату и уходят от той культуры отделки мебели и работы с натуральными материалами, которая существовала ранее.

По большому счету, это прискорбно, так как в России существовала очень сильная школа производства мебели из массива древесины с «мокрой» отделкой как одно из направлений прикладного искусства. В настоящее время еще сохранены отдельные островки, но в массовом производстве в приоритете использование плитных материалов.

Во многом такому процессу способствовало практически полное отсутствие материалов высокого качества. Оценивая реальную ситуацию, мы можем констатировать, что 90% всех отделочных материалов для мебельной и деревообрабатывающей промышленности составляют импортные поставки.

Если пройтись по цифрам производства мебели, то на 1 апреля 2016 года мы имеем минус 12% в целом по России. Емкость рынка составляет 10 млрд долларов. Соответственно, 49% приходится на отечественных произво-

дителей и 51% на импорт. Как видите, ситуация не самая простая. Российским мебельщикам есть, где отвоевывать свои позиции.

Мы давно заинтересованы в увеличении экспорта и подталкиваем к этому руководителей предприятий мебельной отрасли, тем более что компании – члены ассоциации к этому готовы: изготавливают качественную продукцию по конкурентным ценам и с современным дизайном. Особенно это ярко прослеживается на международных выставках, где встречаются российские и иностранные производители. Со стороны ассоциации мы делаем все возможное для решения этой задачи. На современном этапе первой нашей ласточкой станет участие в выставке в Объединенных Арабских Эмиратах, в городе Дубае, в конце мая. Выставляемся национальным стендом «Сделано в России», где будут представлены шесть крупных отечественных предприятий, среди них мебельная фабрика «Алмаз», «Дятьково ДОЗ», «Интердизайн» и другие.

Современность такова, что на наших предприятиях работает много дизайнеров, причем не только россиян, но и иностранцев. На многих предприятиях в качестве vip-менеджеров трудятся англичане, итальянцы, немцы, поэтому

нельзя сказать, что мебельная отрасль отстает от общемировых тенденций и выпускает мебель вчерашнего дня и тем более из «копилок». На последнем собрании ассоциации в конце февраля мы приняли решение о создании Фонда по информационной поддержке российского производителя. Стараемся расширять контакты с федеральными и региональными



#### СПРАВКА «ПО»

Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) – добровольная общественная некоммерческая организация – учреждена в 1997 году с целью консолидации усилий по развитию мебельной, плитной, фанерной и деревообрабатывающей отраслей и созданию необходимых условий для их подъема в рыночных условиях, в том числе по преодолению кризисных ситуаций.



## ГЛАВНАЯ ПРОБЛЕМА В ТОМ, ЧТО МНОГИЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МЕБЕЛИ ПОТЕРЯЛИ ВЕРУ В ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ЛКМ. ПОСМОТРИТЕ, КАК ПРИХОДИТ СО СВОЕЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИЕ ЗАРУБЕЖНАЯ КОМПАНИЯ: ЗДЕСЬ НЕ ПРОСТО МАРКЕТИНГ, А ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД, НАЧИНАЯ ОТ СУЩЕСТВУЮЩЕГО ОБОРУДОВАНИЯ И ЗАКАНЧИВАЯ НЕОБХОДИМЫМ ТИПОМ ПОВЕРХНОСТИ.

СМИ, а в минувшем году активно выступали на телевидении, радио, в печатных изданиях, и поняли, что это работает, — очень много откликов получили.

Одна из главных проблема сегодня — отсутствие доступного кредитного ресурса с точки зрения стоимости. Любая промышленность в мире работает на кредитных ресурсах: это оборотные средства, инвестиционные программы. В России это пока не доступно, особенно для предприятий малого и среднего бизнеса, к которым относится большинство мебельных и деревообрабатывающих предприятий.

**— Общеизвестно, что мебельная и деревообрабатывающая отрасль России не может существовать без тесного взаимодействия с лакокрасочной промышленностью...**

**О.М.:** К сожалению, в России практически не осталось производств лакокрасочных материалов для деревообрабатывающей и мебельной промышленности. Во времена Советского Союза в стране была централизованная система, существовали институты деревообработки, химии, которые помогали развитию отрасли: выдавали технические задания на производство, разрабатывали новые материалы, проводили исследования и эксперименты. Раньше существовал Всесоюзный проектно-конструкторский и технологический институт мебели (ВПКТИМ), разрабатывающий научно-исследовательскую, технологическую, проектную и управленческую документацию по производству мебели. Сегодня почти ничего не осталось.

**О.Н.:** Отдельные островки науки все же есть. Нельзя сказать, что совсем ничего не осталось. Недавно в инициативном порядке был у ярославских коллег. Увидел, что специалисты, наука есть, а главное — есть желание изменить ситуацию. Например, мне известно,

что сегодня начали заниматься водорастворимыми системами для деревообработки. Главная проблема в том, что многие отечественные производители мебели потеряли веру в отечественные ЛКМ. Посмотрите, как приходит со своей продукцией на предприятие зарубежная компания: здесь не просто маркетинг, а технологический подход, начиная от существующего оборудования и заканчивая необходимым типом поверхности.

**О.М.:** Действительно, по импорту предложение большое, но и новые отечественные материалы появляются. Например, российские предприятия из Дзержинска уже наступают на пятки зарубежным производителям. На мой взгляд, нужна централизация. Не захочет крупный лакокрасочный завод разрабатывать или дорабатывать что-то для небольшого мебельного предприятия. И мы с вами должны позаботиться о том, чтобы такие небольшие заказы в России кто-то исполнял, чтобы они не утекали в иностранные фирмы, которые берутся за любое дело. Эту функцию централизации должна на себя взять либо химическая, либо деревообрабатывающая промышленность.

**О.Н.:** Это очень важный момент: как уже было сказано, у российских деревообработчиков и мебельщиков должна появиться вера в отечественные ЛКМ, уверенность, что от партии к партии эти ЛКМ будут неизменными. Многие просто не хотят пробовать российские материалы, думая, что это повлияет на качество мебели, боясь рисковать. Поэтому отечественным производителям ЛКМ сегодня трудно — им предстоит тяжелая многолетняя борьба за свои же рынки.

В этой ситуации я бы посоветовал коллегам из ассоциации химической промышленности поработать не только с производителями — потребителями ЛКМ, а прежде всего со сбыто-

выми компаниями, которые консолидированно закупают у западных фирм ЛКМ для российских производителей. Именно эти структуры занимаются обеспечением мебельных и деревообрабатывающих предприятий всех форм собственности и, соответственно, располагают всей необходимой информацией.

**— А как же политика импортозамещения? Неужели российские материалы настолько уступают зарубежным аналогам?**

**О.М.:** Многие отечественные материалы действительно не дотягивают до требований, существующих в отрасли. Даже нитролак закупают за рубежом, поскольку наш хуже. Казалось бы, уж нитролак-то можно доработать, но у нас предпочитают выпускать «проверенное временем» НЦ. Вот это и является материалом для «гаражников».

А есть материалы, которые наши предприятия просто не могут предложить, например красители для древесины, акриловые покрытия, водорастворимые покрытия УФ-отверждения и другие.

**О.Н.:** На мой взгляд, здесь нужно найти точки роста совместно с нашими коллегами из химико-технологического комплекса и системно решать эту задачу. Ведь это не просто — сломать стереотипы, убедить производителей перейти на другие материалы. Сложившаяся ситуация — результат «нефтяной иглы». Получается, мы продаем нефть и газ, а потом сами же покупаем материалы, изготовленные из этого сырья. Вот откуда начинать нужно.

Необходимо создать условия, которые бы позволяли с интересом относиться к российской продукции на постоянной основе: качество, стоимость и ассортимент.

**О.М.:** Согласна. Если привезти производителю мебели или дверей качественный отечественный материал по доступной цене,

может быть, он и не сразу, но, попробовав, купить его будет. Только качество должно быть стабильным: и сегодня, и завтра, и послезавтра.

**— Прокомментируйте, пожалуйста, фразу директора одного из отечественных мебельных предприятий: «Начинающим деревообрабатчикам легче организовать сотрудничество с лакокрасочными фирмами, которые давно и успешно работают на российском рынке (а далее перечислены известные иностранные компании)». Как вы полагаете, такие «рекомендации» наших специалистов влияют на отношения между деревообрабатчиками и лакокрасочниками?**

**О.М.:** Иностранные лакокрасочные фирмы — это не только поставщики ЛКМ, но, во многом, и технологий, поставщики знаний и опыта. Во всех подобных зарубежных компаниях, связанных с деревообработкой, есть технологи, которые в разных странах занимаются внедрением материалов фирм. Они знают оборудование и технологии и охотно делятся ими с потенциальными покупателями. Причем, как правило, зарубежные фирмы работают с опережением и знают,

**— АМДПР способствует налаживанию и укреплению связей между предприятиями отрасли и заводами лакокрасочных материалов России?**

**О.Н.:** Нужно отметить, что в нашей ассоциации уже сегодня есть несколько предприятий лакокрасочной промышленности — это «Хелмос», «ХОМА». Мы консолидируем усилия с Ассоциацией «Центрлак». 12 мая в «Экспоцентре» будем проводить совместный круглый стол, на который приглашены не только промышленные, но и сбытовые компании. И делаем это с конкретной целью: чтобы деревообрабатывающие и мебельные предприятия услышали, что отечественные производители ЛКМ им могут дать и в каком формате. От последних зависит, насколько они смогут удовлетворить потребности избалованных западными коллегами отечественных производителей мебели, дверей и других изделий деревообработки, что довольно сложно. Но мы надежды не теряем.

Вместе с Ассоциацией «Центрлак» мы должны двойной тягой выходить в Минпромторг РФ по вопросам импортозамещения, тем более что нами занимается один и тот же департамент. Безусловно, импортозамеще-

рудовании в Германии производительность в 3–4 раза выше, чем у нас, поэтому нужно менять отношение к человеку, экономике, финансово-банковской системе и, конечно, занимать протекционистскую позицию к отечественному товаропроизводителю. Например, 2 года назад ассоциация подготовила и отдала на рассмотрение в Правительство РФ проект о запрете на приобретение мебели и изделий деревообработки по импорту для государственных и муниципальных нужд, подчеркиваю, — только за бюджетные средства. Федеральная антимонопольная служба вернула нам его с формулировкой, что таким запретом мы якобы снизим конкурентоспособность российского производителя. Очень сложно отстаивать интересы отрасли в таких условиях, приходится обращаться к общественности, выносить эти проблемы в Совет Федерации, ТПП и к руководству Правительства РФ, прежде чем дело сдвинется с мертвой точки.

Еще одним важным аспектом, на мой взгляд, является развитие экспорта, а он во многом связан с лакокрасочной промышленностью и возможен только в том случае, если мы сами организуем отраслевой центр по поддержке



## БЕЗУСЛОВНО, ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ НЕОБХОДИМО, НО НЕ НА СЛОВАХ, И В НАШЕМ СЛУЧАЕ ОНО ДОЛЖНО ЗАКЛЮЧАТЬСЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ И МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ ЛКМ, КОТОРЫЕ МЫ СЕЙЧАС НЕ ВЫПУСКАЕМ.

что будет завтра: новые тенденции в цвете, качестве отделки и многое другое. Если бы не иностранные фирмы с их знаниями, мы бы так и сидели с ручными пистолетами. Еще в 1974 году советское правительство закупило первые высокотехнологические линии для окраски деталей, и уже тогда западные технологи приезжали и обучали наших специалистов, поднимали технический уровень нашего производства. Вот почему сегодня можно услышать подобные советы начинающим деревообрабатчикам.

**— Расскажите, какова в процентном соотношении доля потребления ЛКМ по секторам деревообрабатывающей и мебельной промышленности?**

**О.Н.:** В процентном соотношении доля потребления ЛКМ в деревообрабатывающей и мебельной промышленности составляет 50 на 50. В деревообработке это прежде всего производители дверей, деревянное домостроение.

ние необходимо, но не на словах, и в нашем случае оно должно заключаться в обеспечении предприятий деревообрабатывающей и мебельной промышленности отечественными ЛКМ, которые мы сейчас не выпускаем. Почему наша отрасль отдает свои валютные ресурсы иностранным производителям, а отечественные химики сидят без работы?

**— На ваш взгляд, что мешает нашей промышленности (деревообрабатывающей, мебельной, лакокрасочной) развиваться?**

**О.Н.:** Если в ближайшее время мы не изменим экономический курс страны, позитивные изменения вряд ли произойдут. Нужны дешевые «длинные» деньги, кроме того, люди не готовы с полной отдачей работать за небольшое вознаграждение, страдает производительность труда. Очень часто на заводы нанимают низкоквалифицированный персонал из стран СНГ. Если сравнивать: на аналогичном деревообрабатывающем обо-

экспорте в мебельной и деревообрабатывающей промышленности, — над этим ассоциация сегодня работает. И здесь институт гражданского общества, в том числе и мы, и Ассоциация «Центрлак», необходимы. В настоящее время создан Экспертно-консультативный совет по лесопромышленному комплексу при Совете Федерации, где я возглавляю направление, связанное с мебелью и деревообработкой. Думаю, и в этом формате мы будем сотрудничать со специалистами отрасли ЛКМ.

**— Как вы считаете, могут ли наши производители рассматривать рынки ближайшего зарубежья?**

**О.Н.:** Безусловно, и не только ближайшего. Надо сразу же взять планку на экспорт российских ЛКМ и за пределы СНГ. Эту работу нужно проводить планомерно, а мы отечественным производителям готовы всячески помогать в этом.

**— Спасибо за интервью.**