ИНДУСТРИЯ МЕБЕЛИ

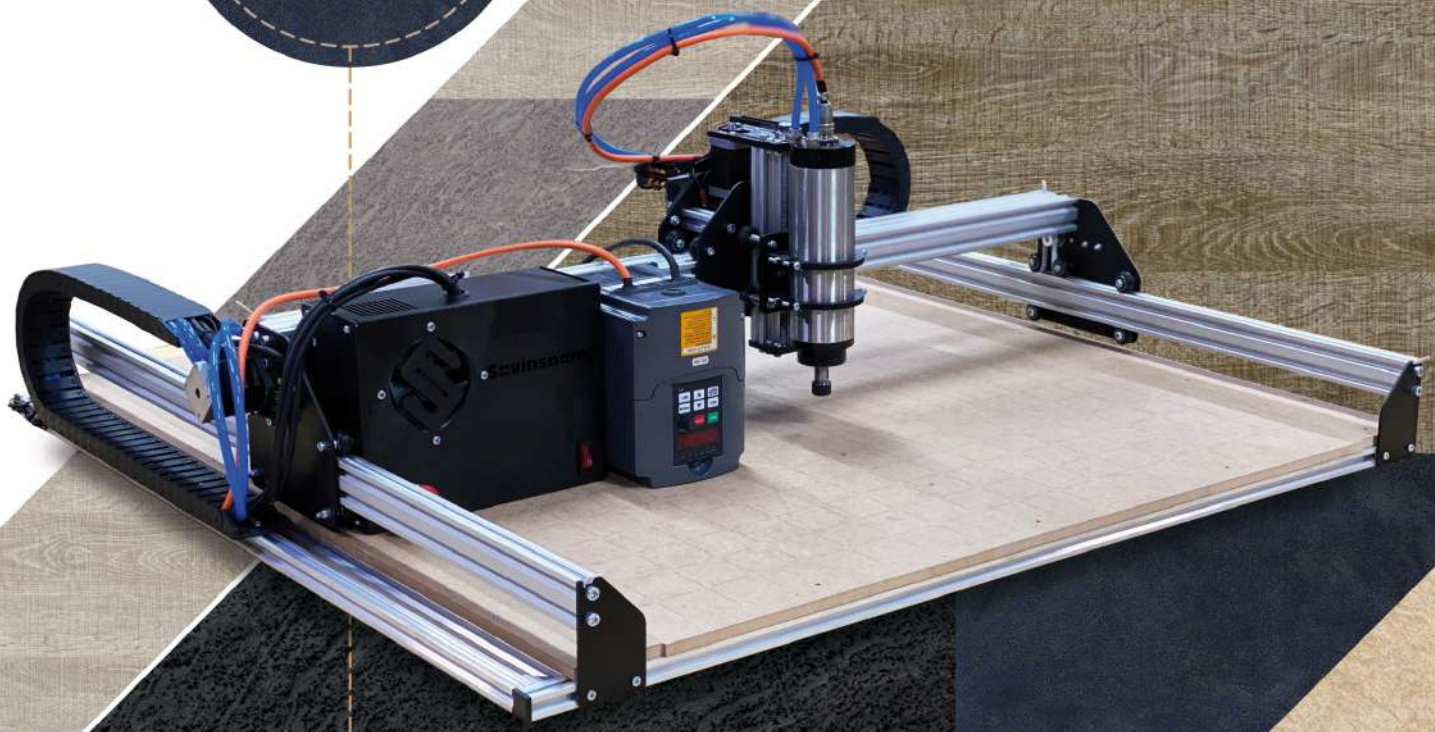
• ЖУРНАЛ О МЕБЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ •

№2 (39) март-апрель 2022 industrymebel.ru

Новости и события, полезные бизнес-кейсы, обзор оборудования и технологий для мебельщиков России.

Читайте на портале industrymebel.ru

СТАНОК ЛИНЕЙКИ **START**



реклама

ФРЕЗЕРНЫЕ СТАНКИ С ЧПУ

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

8 800 600 59 98

savinsname.ru
savinsname@yandex.ru
savinsname

Savinsname

ЛАКОКРАСОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДЕРЕВУ
ПРЕМИУМ КЛАССА ИЗ ТУРЦИИ

POLCHEM

Искусство в каждом оттенке

Компания POLCHEM — это один из лидирующих производителей премиальных лакокрасочных материалов в Турции. Мы экспортируем продукцию более чем в 20 стран мира и активно развиваемся в России и СНГ.

Московская область, г. Люберцы,
ул. Поселок ВУГИ, 1, стр. 3
8 (903) 151 60 06
polchem.rf@mail.ru
www.polchem.ru

реклама

КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ
МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
20 ЛЕТ
БАЗИС
+7 (496) 623-09-90
www.bazissoft.ru
реклама

От первого лица

Выставки выгодно стр. 16

Вопрос участия в отраслевых выставках, особенно сейчас, вызывает много споров. Стоит ли рисковать такими суммами, особенно в сегодняшней ситуации, если нет гарантии отдачи? Ответ прост — всегда можно попробовать сэкономить. Полезными лайфхаками поделился крупный эксперт и активный участник профильных мероприятий.

Новая реальность

стр. 18 Новая реальность: проясняем ситуацию

Игроки рынка сейчас поделились на несколько лагерей. Одни активно продают остатки или забивают склады. Другие замерли, уповая на урегулирование ситуации. Некоторые оказались где-то посередине, продолжив вести деятельность как обычно, пытаясь разобраться, какова ситуация и чего стоит ждать. Мы также постарались прояснить ряд самых актуальных вопросов вместе с представителем профильной ассоциации.

Новая реальность

стр. 22 Разговор начистоту: к чему санкции приведут отрасль?

Так как истина всегда находится где-то посередине, мы собрали мнения от специалистов, занятых в самых разнообразных нишах мебельной индустрии: от поставщиков и производителей фурнитуры и материалов до изготовителей мебели всех мастей. Из этих разных ответов на один вопрос мы попробуем сложить максимально объективную картину.

Мебельный бизнес

Новые инструменты найма и обучения персонала в эпоху кадрового коллапса (часть 2) стр. 32

В прошлом номере мы изучили тему нехватки кадров с точки зрения ретейлеров. Казалось бы, этот максимально свежий и актуальный взгляд на проблему университетам, что выступали на следующий день, будет нечего противопоставить. Однако и сфера образования значительно подготовилась за годы нарастания кадрового коллапса и представила дельные и проработанные предложения.

Производство

Мебельная промышленность на пути к бережливому производству стр. 54

Любой бизнес стремится повысить свою эффективность. Вариантов, как достичь искомой цели, может быть несколько, но в последние годы в России и в мире всё большую популярность приобретают принципы бережливого производства. Насколько распространились эти веяния в мебельной индустрии? Узнаем об этом от наших экспертов.

Производство

стр. 58 Резать по-новому

Стандартные требования к любому промышленному инструменту просты и понятны: он должен быть разработан с учётом нормативов по безопасности, удобен и работоспособен. Однако помимо этого базового набора мебельщики обращают внимание на множество других характеристик. Вместе с экспертами посмотрим, как сегодня выглядит рынок профильного инструмента.

№ 2 (39) март-апрель 2022

стр. 6 Информ

От первого лица

стр. 10 Реставрация: от антиквариата до современной мебели

стр. 14 Мебель безграничных возможностей

стр. 16 Выставки выгодно

Новая реальность

стр. 18 Новая реальность: проясняем ситуацию

стр. 22 Разговор начистоту: к чему санкции приведут отрасль?

Мебельный бизнес

стр. 32 Новые инструменты найма и обучения персонала в эпоху кадрового коллапса (часть 2)

стр. 40 Мебельное ПО: хождение по вузам

стр. 42 Обучение на производстве: «хочешь сделать хорошо — сделай сам»

стр. 46 Домашние офисы: выиграть на популярных мебельных тенденциях

стр. 50 Стабильное качество по разумным ценам

стр. 52 Есть ли замена импортным клеям?

Производство

стр. 54 Мебельная промышленность на пути к бережливому производству

стр. 58 Резать по-новому

Уникально

стр. 62 Больше, выше, дороже: официальные мебельные рекорды

реклама

K3 МЕБЕЛЬ

ПРОГРАММА ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖИ МЕБЕЛИ

В ПОМОЩЬ

КОНСТРУКТОРУ
ПРОИЗВОДИТЕЛЮ
ДИЗАЙНЕРУ

- удобный приём заказов
- быстрое проектирование корпусной мебели любой степени сложности
- автоматическая подготовка чертежей и отчётной документации
- стыковка со станками с ЧПУ

www.k3-mebel.ru

(800) 350-42-48

(831) 435-25-39

Отечественные предприятия занялись импортозамещением мебельной фурнитуры

Администрация Курской области сообщила о том, что расположенный в регионе производитель мебельной фурнитуры «Комплект» перейдёт на круглосуточную работу.

Причиной тому — возросшее количество заявок от отечественных производителей мебели.

Фото: ru.freepik.com

На курской фабрике изготавливают больше 100 видов различных изделий, в числе которых роликовые направляющие, комплектующие для выдвижных ящиков, кухонные выдвижные сетчатые элементы. В рамках программы импортозамещения фабрика освоила производство винтов-кофирматов и эксцентриковых стяжек.

В планах компании проработать возможность запуска производства линейки мебельных петель.

По словам представителей администрации, для обеспечения круглосуточного режима работы на завод закупят всё необходимое рабочее оборудование, а также увеличат количество рабочих мест.

Выпуском ранее поставляемой из-за рубежа продукции занялась и фабрика фабрика «Санфлор» из Орловской области, сообщает ГТРК «Орёл». Предприятие развернуло производство эксцентриковой стяжки, которую раньше только импортировали.

В настоящий момент компания укомплектована заявками на 3 месяца вперёд.

По словам региональных властей, фабрика уже обеспечивает новоиспечённой продукцией около 7% рынка и в ближайшее время собирается направить запрос о расширении производства в Фонд развития промышленности.

Кроме того, «Санфлор» теперь выпускает и другую разновидность метизной продукции, а именно — мебельные направляющие, предназначенные для выдвижных ящиков.

Первый профильный филиал Центра комплектации мебели заработал в столице

Точка на улице Маковского, д. 21 в Одинцово (Москва) первая будет осуществлять заказы на мебельную фурнитуру. Компания также располагает рядом филиалов, работающих по направлениям мебели и товаров для сна.

«От многих наших клиентов поступали просьбы, чтобы мы организовали такую профильную точку в столице — ведь Москва большой логистический центр, откуда грузятся другие регионы. Удовлетворяя просьбы наших партнёров, мы организовали этот филиал», — уточнил генеральный директор ООО «ЦКМ» Максим Мухаметов.

Фото: ООО «ЦКМ»

В компании отметили, что в шоуруме будут делать акцент на ходовых импортных позициях из Турции и Китая, а также на разработках собственного производства. Также филиал представит большой выбор мебельных тканей. В связи с последними событиями филиал оказался очень своевременным.

«В Москве очень высокий спрос на комплектующие, но производители берут далеко не всё — здесь нужно больше разнообразия. Мы учли эти особенности и максимально выверили ассортимент. От некоторых позиций из-за их высокой себестоимости мы отказались в пользу наиболее востребованных решений. Однако подобрали и ряд эксклюзивных новинок, которые мы можем предложить самым искушённым потребителям. Более того, мы уделили большое внимание дизайну торговой точки, а потому можем с уверенностью сказать, что это один из самых красивых шоурумов в Москве. Мы будем рады видеть там наших действующих и потенциальных клиентов», — добавил Максим Мухаметов.

Новые библиотеки для «КЗ-МЕБЕЛЬ»

Задачи импортозамещения, которые сейчас пытается решить экономика нашей страны, в полной мере стоят и перед её мебельным сектором. Если с фурнитурой и комплектующими пока, к сожалению, больше вопросов, чем ответов, то ситуация со специализированным мебельным ПО достаточно оптимистичная, в частности, это касается софта для проектирования и производства корпусной мебели.

Созданный нижегородскими разработчиками комплекс программ «КЗ-Мебель» уже на протяжении четверти века успешно решает все задачи, стоящие перед мебельными предприятиями любого масштаба. У комплекса хорошая репутация и много пользователей.

«КЗ-Мебель» постоянно эволюционирует, а в последние годы, несмотря на нестабильную обстановку в мебельной отрасли и экономике в целом, развивается даже более эффективно, чем раньше. Сейчас особое внимание уделяется развитию инструментов работы с материалами, используемыми в проектировании. Разработан новый модуль «КЗ-Справочники», в котором удобно добавлять новые и редактировать уже имеющиеся материалы и комплектующие. Более того, идя навстречу мебельщикам, разработчики взяли на себя труд по подготовке подключаемых к справочникам библиотек готовых к использованию материалов. Пользователям «КЗ-Мебель» уже сейчас доступны бесплатные библиотеки Egger, Kronospan, Lamarty и «Скиф» с полным ассортиментом листовых материалов и кромок. Также совсем недавно стала возможной стыковка программы с конфигуратором корпусов электронных сервисов Blum.

Приглашаем всех присоединиться к использованию программы! Начать можно с полнофункциональной онлайн-версии с бесплатным пробным периодом работы.

На правах рекламы

реклама

В 2022 году с разрешительными документами будет проще

Фото: ru.freepik.com

Правительство России сообщило, что на днях утвердило постановление, согласно которому лицензии и другие разрешительные документы будут либо автоматически продлены на 12 месяцев, либо получат упрощённый порядок переоформления и получения.

По замыслу властей, принятая мера, во-первых, снизит нагрузку на бизнес, а во-вторых, сократит временные и не только временные издержки, связанные с прохождением всех необходимых процедур и инстанций.

Кроме того, согласно новому документу, на год вперёд переносится и необходимость подтверждать соответствие выпускаемой продукции установленным нормам.

Причина отказа от обязательной сертификации — вставшая перед большинством предприятий перспектива серьёзного переоборудования в связи с санкциями.

На этом грядущая трансформация не заканчивается. Власти также наделили госорганы полномочиями самостоятельно сокращать перечни документов, нужных для лицензирования, в меньшую сторону изменять сроки оказания соответствующих услуг или вовсе отменять необходимость сертификации.

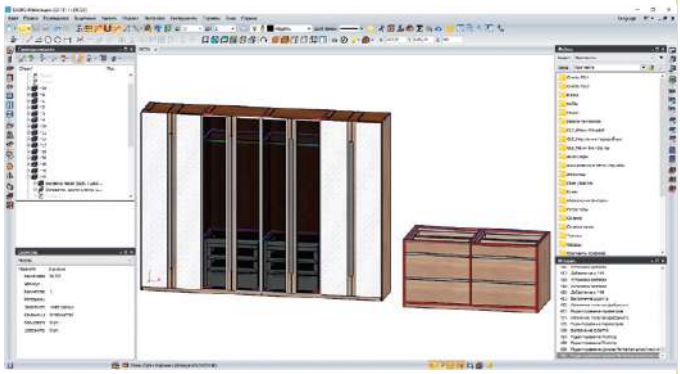
Коснулись нововведения и экспортной сферы.

Теперь в РФ можно без сложных разрешающих документов ввозить:

- запчасти, необходимые для ремонта или обслуживания уже выпущенной в стране продукции;
- комплектующие, компоненты, сырьё и материалы для её производства.

Такой подход решает возникшую в результате санкций проблему отсутствия необходимых материалов и компонентов и делает законным их реэкспорт.

Бренд GIULIA NOVARS автоматизировал производство на платформе «БАЗИС» и повысил число обрабатываемых заказов



Бренд Giulia Novars специализируется на производстве классической и современной кухонной мебели, гардеробных комнат, а также мебели для гостиных и ванных комнат и насчитывает 50 салонов по всей стране.

Недавно компания отчиталась о рекордном увеличении производства мебели для гардеробов и о повышении объёмов обрабатываемых заказов. Такого результата удалось достичь благодаря внедрению комплексной системы автоматизации их приёма, проектирования и изготовления, реализованной на платформе системы «БАЗИС».

Такой выбор обусловлен следующими основными факторами:

- возможности работы со сложными эксклюзивными моделями (вся без исключения мебель проектируется в «БАЗИСе»);
- широкий набор команд для редактирования моделей, что позволяет изменять их буквально до неузнаваемости;
- уникальная технология эластичной параметризации — инструмент для визуального (без программирования) определения любых алгоритмов перестроения модели или отдельных её частей;
- понятный интерфейс, продуманные команды, естественность действий с точки зрения конструирования;
- уровень клиентского сервиса и оперативная реакция на запросы и предложения пользователей.

Также компания смогла своими силами разработать целый ряд приложений для автоматизации рутинных операций замены и проверки проектов благодаря инструментарию скриптового программирования.

Дополнительно в компании разработали модуль для интеграции системы «БАЗИС» с существующей производственной программой. В результате сформировался интегрированный программный комплекс для автоматизации проектирования и управления производством. Это позволило сократить сроки изготовления изделий, понизить требования к квалификации производственного персонала, уменьшить количество конструкторских ошибок, добиться высокого качества изделий.

Руководство бренда отметило, что дальнейшее развитие бизнеса будет связано с расширением области применения системы «БАЗИС».

На правах рекламы

Крупные поставщики фурнитуры провели совместный семинар «Инновации и мебель-2022»

Фото: ООО «ВДМ»

Дебютную встречу 17 марта в Санкт-Петербурге организовала компания Amix (ООО «ВДМ») при участии других брендов, специализирующихся на различных видах фурнитуры: Hettich, Premial, Alveus, Kesseboehmer и Viefe.

На мероприятии обсудили последние мебельные технические и дизайнерские тренды и предложили соответствующие веяниям новинки фурнитуры, которые могли бы помочь в развитии бизнеса. На семинаре презентовали:

- новые модели кухонных моек и смесителей;
- системы и комплектующие для организации хранения на кухне;
- последние дизайнерские решения в лицевой фурнитуре;
- решения для производства шкафов.

«Семинар объединил все возможные направления комплектующих для мебели. Такая представительность гарантировала постоянное внимание пришедших. Можно сказать, что если вначале посетителей интересовал лишь какой-то один из представленных брендов, то по ходу мероприятия интерес расширился, каждый узнал что-то новое, что можно использовать в работе», — отметил один из организаторов, директор по маркетингу компании AMIX (ООО «ВДМ») Андрей Чирков.

Также в рамках семинара участники затронули тему продаж мебели через соцсети.

Мероприятие посетило 220 посетителей, представлявших 150 организаций, в основном локализованных в Санкт-Петербурге. Организаторы отметили, что такое количество гостей удалось собрать за 2–3 недели до старта семинара.

Событие планировали ещё в 2021 году, с целью представить продукцию и лайфхаки для предотвращения пандемийных последствий, которые актуальны и сейчас. Однако в 2022 году эти проблемы только усугубились, что лишь повысило интерес к встрече.

«Наше мероприятие оказалось востребованным. Производители мебели пытаются срочно актуализировать базу поставщиков и ассортимент, который могут предложить конечным покупателям. В двух словах, к нам пришли с вопросами: «На кого рассчитывать, где покупать?». И мы совместно с партнёрами — участниками семинара, на них ответили. Мероприятие изначально подразумевало возможность прямого общения производителей мебели и производителей комплектующих, и наши гости высоко это оценили. Такой формат показал себя как наиболее полезный для посетителей, и мы обязательно будем планировать аналогичное мероприятие на 2023», — уверил Андрей Чирков.

реклама

СЕРГЕЙ НОВИКОВ,
столяр-краснодеревщик,
реставратор и искусствовед

РЕСТАВРАЦИЯ: ОТ АНТИКВАРИАТА ДО СОВРЕМЕННОЙ МЕБЕЛИ

О реставрации премиальной и особенно антикварной мебели профессиональному мебельному сообществу на самом деле известно не так уж и много. Это кажется чем-то далёким от повседневности и очень редким на современном рынке, где властвует разнообразие серийной продукции в любых сегментах. Однако времена имеют свойство резко и неожиданно меняться. Это сейчас наблюдается панический спрос на мебель, а после кто знает. Возможно, уже вскоре многие предпочтут воздержаться от покупки новых изделий, а продлить жизнь уже имеющейся «новой-старой» мебели. Или при помощи специалистов, или же своими силами. Конечно, это лишь предположения и догадки, однако если строить теории, то почему бы не развить их по максимуму?

Беседовала Мария Бобова

Что сейчас происходит с рынком реставрации винтажной и антикварной мебели? Как работают владельцы такого бизнеса, и какова их целевая аудитория? И как сегодня, в том числе на фоне происходящих в мире событий, может измениться это направление? Возможно ли, что у реставраторов прибавится клиентов с бюджетами пониже и мебелью попроще?

Обо всём этом поговорили со столяром-краснодеревщиком, реставратором и искусствоведом Сергеем Новиковым.

— Сергей, говоря о традиционной реставрации, большинство всё же представляют долгие работы по кропотливому восстановлению старинной мебели. Как живёт сегодня такое ремесло?

— Определённо за реставрацией антикварной мебели обращаются. Если говорить о коммерческой реставрации, то обычно мебель на восстановление поступает от людей пусть и не из высших слоёв общества, не с Рублёвки или Новой Риги (хотя были и такие клиенты), но от людей состоятельных и с достатком. Обычно это заказчики среднего возраста, часто заслуженные преподаватели вузов, работники культуры или адвокаты. В основном несут семейные реликвии, что достались от родных или какие-то ностальгические изделия, которые чаще всего датируются XIX–XX веками.

Рекламного продвижения, например, в моём случае нет. Действует сарафанное радио, или ко мне повторно обращаются клиенты, с изделиями которых я уже работал. Условно — сначала приносили старинный комод, а после принесут уже стул. В таком случае достаточно 2–3 клиентов в квартал, чтобы дело себя окупало.

— Каковы нюансы работы реставратора с клиентами?

— Один из самых важных в работе моментов — установка сроков выполнения работ. С одной стороны, клиент заплатил немалые деньги, а с другой — любая спешка может привести к порче изделия. Так, неопытные реставраторы, гонясь за желанием сдать заказ побыстрее, могут сушить приклеенные элементы или покрашенные поверхности феном, что для такой мебели противопоказано.

Поэтому полтора-два месяца — самый оптимальный срок, чтобы выполнить работу с соблюдением всех технологий, даже если это какая-то редкая вещь.

Также, даже с учётом возможностей наших клиентов, мы всегда детально проговариваем условия и стоимость работ, стараясь не накручивать цены, даже если в процессе реставрации обнаружился некий дефект, которого при первом осмотре не заметили.

Исключения составляют случаи, когда заказчик сам попросил провести какие-то дополнительные работы, например, перетонировать. Тогда и цена возрастает, и появляется необходимость дополнительных согласований. Условно — ошкурил и очистил комод, а дальше с клиентом обговариваешь цвет ЛКМ. Бывает, что вместо первоначального орехового колера заказчики могут захотеть придать мебели оттенок красного дерева. Когда мебель относительно молодая, то почему бы и нет?

Однако если на реставрацию приносят какой-то очень редкий и уникальный старинный предмет и также просят заморить под другой оттенок, тогда большинство реставраторов всё же порекомендуют сохранить естественный цвет или же выбрать близкий к нему колер. В случае эксклюзивных вещей сохранение подлинности играет очень важную роль. А при музейной реставрации это и вовсе один из обязательных принципов.

— Насколько сильно музейная реставрация отличается от коммерческой?

— В коммерческой реставрации возможны эксперименты и допущения, как я говорил выше. Работа с музейными редкостями подчиняется строгим и обязательным правилам.

Во-первых, нужно полностью сохранить первоначальный облик мебе-

ли. Если не знаешь, как это сделать, то лучше не рисковать вовсе. Во-вторых, материалы для реставрации должны соответствовать самому предмету. То есть нельзя при работе с изделием XVIII века применять современные паркетные лаки или промышленные адгезивы. Только то, что приближено к материалам тех времён: столярный клей, шеллачная политура, воск.

Даже если нужно вырезать деталь из деревяшки, то лучше, чтобы материал также был состаренный, или необходимо состарить его искусственно. Иначе элемент будет отторгаться вещью.

И, в-третьих, все манипуляции должны быть обратимы. Всегда должна быть возможность переделать какой-то этап, а то и вовсе вернуть в первоначальное состояние.

— За свою практику сталкивались ли вы с музейной мебелью? Если да, то вспомните самый старый предмет, с которым вам приходилось работать.

— В основном музеи с осторожностью обращаются к частным реставраторам — обычно у них есть свои проверенные специалисты. Но несколько раз мне оказывали доверие, и у меня была возможность поработать с изделием XVIII века. Эта была тумба из палисандра для хранения пищевых продуктов с нишей из мрамора. Этакий допотопный холодильник.

— Музейные, частные реставраторы, отдельные мастерские и компании, работающие с антиквариатом и с относительно новой мебелью. Насколько сильная конкуренция в этой нише?

— Если вспомнить начало и первое десятилетие 2000-х, то, возможно, тогда активность была выше. Сейчас бы я сказал, что заказов на всех хватает, при том, что наш сегмент пустующим не назовёшь. Буквально рядом со мной арендует площадь реставрационная фирма с наёмными мастерами. У них два направления: реставрация мебели по заказу и реставрация мебели для последующей продажи. За счёт этого мы скорее сотрудничаем друг с другом, чем конкурируем. Периодически обмениваемся материалами или инструментом.

С другими частными реставраторами тоже проблем не возникает.

— Может эта ситуация быть связана с особенностями работы реставратора? Какими навыками должен обладать специалист?

— Вполне возможно. Навыки восстановления и починки новой мебели, по сути, есть у многих опытных мебельщиков. При этом, чтобы заниматься реставрацией именно старинных вещей, столяр-краснодеревщик (а эта профессия сама по себе непростая) должен обладать обширным набором навыков. Знать основы мозаики, быть хорошо подкованным в материаловедении и уметь работать с резьбой.

Я в своё время закончил Московское училище художественных ремёсел №75, где у нас резьба шла дополнительным курсом. Преподавали как основы геометрии, так и простую резьбу, и народную, и плоскорельефную.

Сейчас это учреждение, к сожалению, расформировали — осталось всего 2–3 училища по сходному профилю, и я даже не могу сказать, какой там сейчас уровень подготовки молодёжи. Добавлю, что сегодня молодые люди могут попросту не хотеть идти в профессию ещё и по причине того, что работа реставратора требует нешуточных упорства, терпения и кропотливости. Далеко не у всех элементарно хватит терпения несколько раз «биться» над одной вставкой, чтобы изделие смотрелось цельно и гармонично.

— Какие ещё факторы могут влиять на нишу реставрации?

— Если опять же возвращаться к старинной мебели, то всё зависит, в том числе, от объёма антиквариата. Для большей объективности стоит поговорить именно с антикварными магазинами, в числе специализаций которых есть и предметы быта. Однако, по моим личным наблюдениям, в России осталось не так много фирм с достаточным ассорти-

ментом старинной мебели. Раньше выбор был больше, продукции попросту было больше, были ярмарки, уличные экспозиции и барахолки, куда можно было прийти и найти довольно интересные вещи. И чаще всего европейской мебели, которую перетащили из Франции, Бельгии.

Сейчас, если говорить о Москве и Московской области, многие магазины из-за своей ценовой политики переехали за МКАД, что-то осталось на блошиных рынках, и, вероятно, есть предложения на онлайн-сервисах объявлений. То есть найти антикварную мебель сегодня по-прежнему можно, просто это будет далеко не так просто, как раньше.

— Ниша дорогая, антикварной мебели стало меньше, приток новых специалистов также не такой, как раньше. Как реставраторы подстраиваются под современные условия рынка? Возможно, открываете какие-то новые направления?

— Лично я параллельно веду курсы по реставрации более современной мебели. Многие мои коллеги оказывают похожие услуги, причём разного уровня.

Сейчас возвращается мода на ретро, да и просто я замечаю, что всё больше людей стали проявлять интерес к самому занятию реставрации на любительском уровне. Приходят люди без какого-либо профильного столярного или мебельного образования, просто желающие. То есть именно в бизнес мало кто идёт, а как хобби это становится довольно популярным.

— Кто чаще всего становится вашими учениками?

— У меня нет никакой дискриминации ни по полу, ни по возрасту, но что любопытно, наибольший интерес к этому делу проявляет именно прекрасная половина человечества. У меня мини-группы по нескольку человек, и в составе прошлой группы были только девушки. Просто любители старых вещей, у кого-то старая мебель была дома, кто-то купил по объявлению, а кто-то буквально притащил изделия с помойки. Они пытались отреставрировать самостоятельно, но у них просто не хватило опыта. Такие курсы, в свою очередь, дают необходимые базовые навыки и позволяют подкрепить чувство прекрасного. Девушкам очень нравится, когда через какое-то время получается вернуть былую красоту необычной и уникальной вещи.

Могу предположить, что ещё две вещи могут подкреплять этот интерес. Во-первых, это соцсети. В интернете сегодня можно найти массу страниц реставраторов, где они выкладывают фотографии работ, встречал много интерьерных картинок, на которых обновлённая и отреставрированная мебель встроена в современный интерьер.

И, во-вторых, это финансовое состояние населения. Сейчас оно очень снизилось, при этом выросло количество магазинов, где можно по приемлемой цене купить все необходимые инструменты. Многие в таких условиях прибегают к ремонту.

— На ваш взгляд, могут ли последние события усилить этот тренд ещё больше?

— Предположу, что могут. Число заказов по старинной мебели, к сожалению, может сократиться, но мы рассчитываем, что вместе этого увеличится число обращений по восстановлению более новой мебели. Проведение курсов и мастер-классов также может нас как-то поддержать.

Ситуация, конечно, очень осложнится, если нельзя будет приобрести европейские реставрационные материалы. На мой взгляд, отечественные аналоги пока по качеству до итальянских и немецких не дотягивают. В европейских странах культура производства мебели значительно выше и старше, соответственно, и инструменты, и материалы для её реставрации они производят куда дольше нас.

Однако, как я говорил выше, если крутиться, проявить фантазию, то можно более-менее зарабатывать.

Мебель
интерьер
дизайн

33-я международная выставка «Мебель, фурнитура и обивочные материалы»

21–25.11.2022

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

www.meb-expo.ru

РЕКЛАМА 12+

При поддержке

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

Под патронатом

Expo Rating

Организатор

ЭКСПОЦЕНТР

АЛЁНА ДОРИНА,
основательница и директор
ООО «МФ Астра» (г. Санкт-Петербург)

МЕБЕЛЬ БЕЗГРАНИЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Какие мысли у вас появятся после фразы «мебель для людей»? Приемлемые цены? Эффективные для длительной эксплуатации конструкции без порой эксцентричных дизайнерских выходок? Модели, учитывающие все пожелания по простоте ухода и эксплуатации? То есть, вероятнее всего, всё будет касаться доступности и удобства для конечных потребителей. А если подойти к этой фразе с диаметрально противоположной стороны и её рассмотреть не с позиции потребителя, а с точки зрения людей, что занимаются изготовлением мебели? Более того, людей, для которых сама возможность работы на мебельном производстве даёт нечто большее, чем только заработную плату, — возможность полноценной жизни в обществе, несмотря на серьёзные проблемы со здоровьем.

Беседовала: Виктория Туник

По данным Всемирной организации здравоохранения, в мире около 1 млрд людей с инвалидностью, что соответствует примерно 15% населения Земли.

Найти работу таким людям порой очень непросто, работодатели не хотят обременять себя сложностями, которые сопутствуют оформлению сотрудников, организации их рабочих мест и особого трудового графика. Или скупо выделяют несколько рабочих мест на производстве, чтобы выгодно вписаться в программы господдержки и составить привлекательный имидж компании, потому что подобное проявление социальной ответственности стало своеобразной модой последнего времени, сродни повсеместно распространённой экологичности, но до настоящей осознанности и целенаправленного желания помочь людям с ОВЗ им, к сожалению, далеко.

Поэтому мы решили поговорить о том редком случае, когда социальное предпринимательство легло в саму основу появления мебельной компании. И в дальнейшем производство стало активнее развиваться не благодаря масштабным рекламным кампаниям, а спросу на рынке труда среди людей с инвалидностью.

Что мотивирует на создание таких предприятий? С какими сложностями приходится столкнуться, и какова эффективность такого персонала? Об этом поговорили с основательницей и директором ООО «МФ Астра» (г. Санкт-Петербург) Алёной Дориной.

— Алёна, расскажите, пожалуйста, что побудило вас создать производство с подавляющим количеством рабочих мест для людей с инвалидностью?

— В 14 лет я начала официально работать помощником социального работника, была в отряде «Тимуровцы», после окончания школы получила высшее образование по специальности «Социальная работа» в Магнитогорском государственном университете.

Работать по специальности не пошла из-за внутренних убеждений: в государственной структуре много ограничений для реальной адресной помощи людям, долгие процессы согласования и внедрения чего-либо нового.

В 2012 году впервые услышала термин «социальное предпринимательство» и начала изучать пути его реализации. А в 2013 году близкая подруга пригласила меня работать на мебельную фабрику директором розничной сети магазинов, где по совместительству я занималась производственными вопросами и создала два рабочих места для слабослышащих. Тогда и укоренилась в своем желании дать работу людям, которым она действительно нужна.

В 2020 году я выиграла конкурс Комитета по труду на создание 4 рабочих мест для людей с ОВЗ и получила субсидию 784 тыс. руб. Наша специализация — производство мягкой мебели. Мы уже наладили выпуск 10 серийных моделей, а также мы производим изделия по индивидуальным заказам для частных клиентов и юридических лиц.

— То есть всё началось с 4 человек, а сколько сегодня на вашей фабрике сотрудников с ОВЗ?

— Штат фабрики на 22.02.2022 года 26 человек, из них 19 человек с ограниченными возможностями здоровья и 2 пенсионера.

— С какими трудностями вы столкнулись при организации рабочих мест для таких сотрудников?

— Необходимо было предоставить большой объём документации для согласования с Комитетом по труду, но только на первичном этапе. Также вначале были трудности с коммуникацией со слабослышащими, но впоследствии мы их преодолели. Было сложно документально оформить сотрудников с ОВЗ, так как необходимо учесть особенности каждого работника с его индивидуальной программой абилитации [система и процесс формирования отсутствовавших у инвалидов способностей к бытовой, общественной, профессиональной и иной деятельности, — прим. ред.]. Ведь наша главная задача — не навредить.

— С какими проблемами (диагнозами) работают люди на предприятии?

— У нас трудятся слабослышащие, также есть сотрудники с онкологией, психическими расстройствами, ДЦП, задержкой развития.

— Все сотрудники с ОВЗ, когда пришли к вам, были знакомы с мебельным производством? Или вы обучаете всех желающих? Как происходит процесс?

— Далеко не все обладали опытом в мебельном производстве, мы поэтапно обучали сотрудников, давая возможность реализовать себя. Мы при-

Фото предоставлено ООО «МФ Астра»

слушиваемся к их пожеланиям и стараемся воплотить их в жизнь.

— Какие условия труда для них организованы? К примеру, у них сокращённый рабочий день, или люди справляются со стандартным объёмом работ?

— Подход к каждому человеку индивидуальный, но, конечно же, без нарушений трудового законодательства. К примеру, люди со 2 группой инвалидности не должны работать более 7 часов в день. Повторюсь: наша главная задача — не навредить и не усугубить диагноз. Поэтому мы учитываем многие тонкости: например, люди с психическими расстройствами всегда информируют о смене препаратов, мы с ними много разговариваем и обсуждаем их сложности или опасения и в случае возникновения таковых стараемся их преодолеть совместно.

— Какую работу выполняют сотрудники с ОВЗ и на каких должностях?

— Один слабослышащий сотрудник занимает руководящую должность, он начальник производства, ещё один работает станочником-распиловщиком, столяры, каркасники и обивщики — люди с таким же диагнозом, у наших швей диагностированная задержка развития, а у закройщицы — онкология в ремиссии.

В нашем коллективе присутствуют стопроцентная взаимовыручка, поддержка и взаимозаменяемость. Это основа слаженной и эффективной работы. Мы в производственном процессе не разделяем сотрудников на людей с ОВЗ и нормотипичных. Ещё на этапе знакомства человека с коллективом проговариваем, что работа должна приносить удовольствие, поэтому на фабрике здоровая моральная обстановка, что является залогом успешной работы.

— Проявляете ли вы меньшую требовательность к сотрудникам с ОВЗ, или для всех условия равны? Если это особое отношение присутствует, в чём оно заключается?

— Нет, нисколько, ко всем требования одинаковые. Для всех установлен чёткий распорядок дня с перерывами на отдых каждый час.

— Как происходит подбор персонала? Ищете человека для должности или подбираете должность человеку?

— Проводим огромную работу с агентствами занятости по привлечению в коллектив сотрудников, также фабрика участвует в программах стажировки для молодых людей с ОВЗ и в программе «социальная занятость». Все эти инструменты дают возможность будущему сотруднику адаптироваться в коллективе в течение долгого времени и попробовать свои силы на разных этапах производственного процесса, и тогда становится видно, сможет он работать в нашей команде или нет. Подбор персонала также индивидуальный. Иногда ищем сотрудника из-за производственной необходимости, иногда создаём рабочее место специально для человека.

— Есть ли специфическая документальная отчётность, которая сопровождает трудоустройство людей с ОВЗ? Перечислите, пожалуйста.

— У каждого сотрудника с ОВЗ есть индивидуальная программа абилитации, в соответствии с которой мы и выстраиваем рабочие отношения, в ней прописаны и нормы труда, и виды допустимых работ. А все остальные нюансы прописаны в действующем законодательстве.

— Продолжаете ли вы получать государственную поддержку?

— На данный момент наша фабрика участвует в программе оплачиваемых стажировок, в рамках которой сотрудник с ОВЗ на протяжении 3 месяцев проходит стажировку, а государство компенсирует затраты по заработной плате и налогам. Ещё участвуем в программе «социальная занятость», благодаря которой в скором будущем оплата труда сотрудников будет осуществляется из госбюджета.

— Какой сейчас месячный объём производства?

— В январе сделали 100 единиц готовой продукции, план на февраль — 110. В течение года будем от месяца к месяцу плавно увеличивать это количество. К тому же у нас безотходное производство. Остатки и излишки материалов мы направляем в инклюзивную мастерскую, где их используют при изготовлении подушек.

— На данный момент ваша мебель украшает Эрмитаж и Мариинку. Предвидится в ближайшем будущем новый перспективный тендер или крупный частный заказ?

— Сейчас очень ценный для нас заказ — поставка мягкой мебели по контракту в школу-интернат №1, так как некоторые его выпускники являются нашими сотрудниками. В конце прошлого года заключили договор на поставку мебели с крупным интернет-магазином, и 90% производимой продукции идёт туда.

ОКСАНА СМИРНОВА,
директор по маркетингу департамента маркетинга и развития АО «ТПК «Магамакс»

ВЫСТАВКИ ВЫГОДНО

Наверняка вопрос о том, стоит ли участвовать в отраслевых выставках, посещает сегодня многих. Особенно когда от специалистов по антикризисному управлению звучат рекомендации о пересмотре бюджетов на рекламу, о переводе всего, что возможно, на аутсорсинг и т. д. Всё определённо верно, однако эти же эксперты напоминают, что сокращение издержек не означает отказа от грамотного маркетинга, к которому относятся и выставки. Тем более что кризис «перезагружает» связи, и именно на отраслевых мероприятиях есть возможность получить новые контакты и узнать самую свежую рабочую информацию напрямую от участников рынка. Ведь по-прежнему мало что может заменить личное общение, тем более неформальное.

Беседовала Мария Бобова

Многие резонно возразят: «Всё звучит здорово, да только стоимость участия, а также сопутствующих расходов повышается. Стоит ли рисковать такими суммами, особенно в сегодняшней ситуации, если нет гарантии отдачи?».

Ответ прост — всегда можно попробовать сэкономить. Это действительно возможно в случае не только путешествий, но и отраслевых выставок. Полезными лайфхаками о том, какие действия и решения помогут снизить затраты на выставочную деятельность, с нами поделилась активная участница различных отраслевых мероприятий, директор по маркетингу департамента маркетинга и развития АО «ТПК «Магамакс» ОКСАНА СМИРНОВА.

— Многим компаниям, принимающим решение дебютировать на отраслевой выставке, кажется, что достичь ощутимого эффекта можно с первого раза. И когда в самом начале их ожидания полностью не оправдываются, организации перестают участвовать в отраслевых мероприятиях в принципе. Поэтому давайте поговорим о том, чего ждать от дебютного участия: к чему нужно быть готовым? Что конкретно может помочь получить эффект от участия в выставке?

— Самое главное, с чего стоит начать, — это определиться с целями участия в выставке. Оценить эффект можно только при наличии чётких и измеримых показателей.

— Допустим, цель — качественное пополнение потенциальной клиентской и партнёрской базы. Сейчас это наиболее актуально.

— В таком случае нужно обязательно изучить список участников и оценить базу данных посетителей с предыдущего мероприятия. С помощью различных сервисов сегодня можно выяснить и численность, и географию, и отраслевую принадлежность целевой аудитории выставки. И если мероприятие по этим параметрам подходит будущему участнику, то последующие действия могут быть такими:

- позаботиться о том, чтобы принять участие в деловой программе не только в роли посетителя, но и в качестве спикера. Так охват аудитории будет значительно выше, и вы сможете перед новыми людьми зарекомендовать себя как эксперты;
- во всех своих каналах связи рассказать о ценности, которую собираетесь представить в рамках мероприятия, будь то новая продукция, уникальная экспертиза или оригинальная презентация продуктов и услуг;
- увеличить охват анонса с привлечением публикаций в СМИ;
- создать план по нетворкингу: выделите команду для «аудита» выставки и задайте правила по установлению максимального количества целевых контактов;
- «догнать» всех выверенной и эффективной рассылкой.

Если последовательно предпринять указанные действия, то с высокой долей вероятности можно получить отличный краткосрочный эффект от участия в выставке.

— Полученная отдача — это, безусловно, очень важный фактор, однако как при этом рассчитать средства?

— Замечу, что при принятии решения об участии в отраслевом событии бюджетирование в любом случае осуществляется исходя из целей. Если минимизация денежных средств или их компенсация является необходимым условием участия в выставке, то стоит рассматривать те мероприятия, организация и локация

В свободном доступе можно встретить множество отсылок на исследование выставочного организатора, компании Continental Exhibitions, согласно которому отраслевые мероприятия чаще всего привлекают платёжеспособных людей. А значит, участники и гости таких мероприятий, в свою очередь, готовы тратить существенно больше тех предпринимателей, кто выставки не посещает.

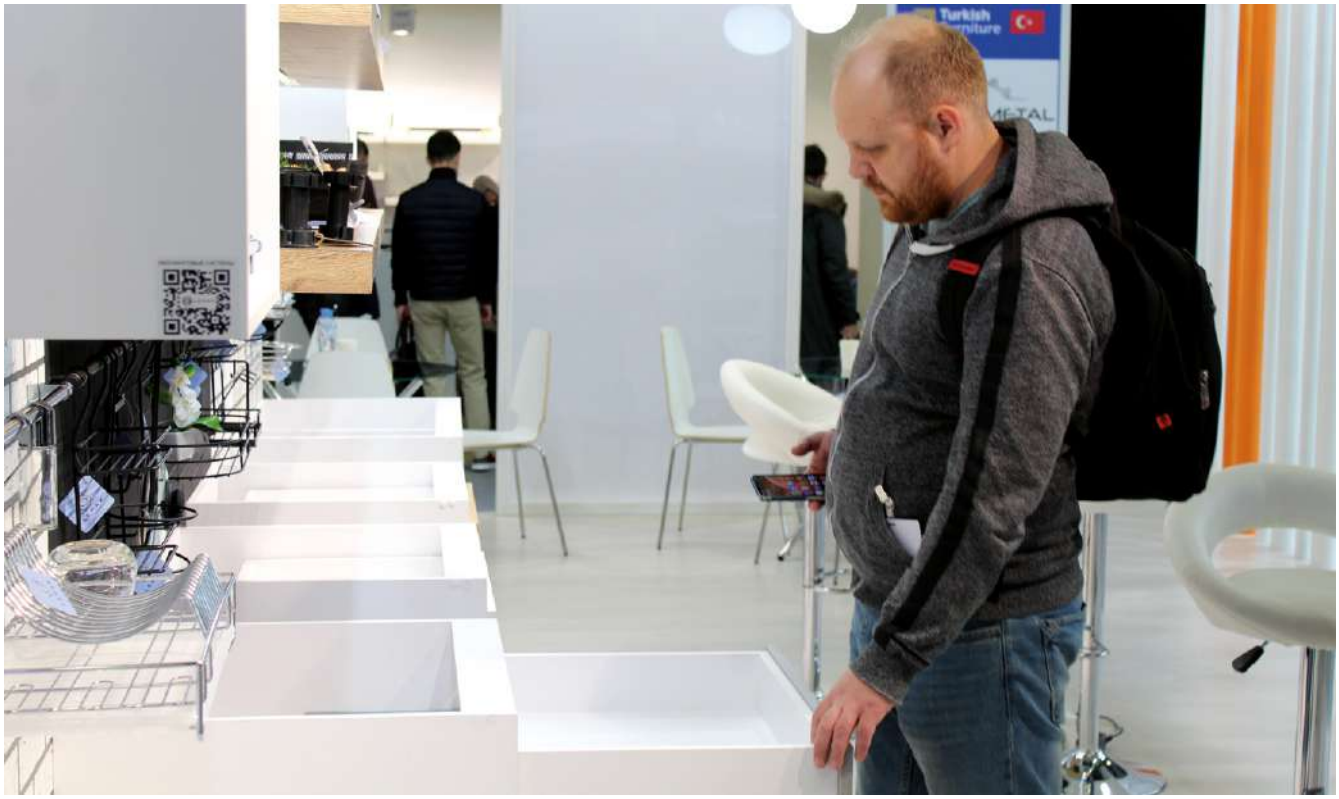


Фото: Мария Бобова

которых позволяет вернуть полностью или частично понесённые затраты.

В зависимости от масштабов активностей, планируемых на мероприятии, составляется и перечень статей затрат, который может быть довольно обширным. Однако существует ряд действий, которые позволяют оптимизировать бюджет либо с целью общей экономии, либо с целью перераспределения средств.

— Перечислите несколько таких способов, которые бы позволили сократить затраты на участие.

— Один из самых очевидных вариантов — заблаговременное планирование участия: на год вперёд или несколько лет вперёд (так называемое «пакетное» участие). Чем раньше, тем лучше и тем вероятнее наличие льготных условий. Это правило работает и в случае бронирования гостиниц и заказа билетов.

Замечу, что с каждым новым участием возрастает вероятность получения новых бонусов. Организаторы мероприятий лояльны к постоянным участникам, которым могут предложить скидки, «закрепление» места при выполнении обязательств и т. п.

Для компаний малого и среднего бизнеса местные органы самоуправления предусматривают субсидии на участие в выставках. Например, для московских предпринимателей эта компенсация составляет до 50% понесённых расходов, но не более 350 тысяч рублей, по данным Департамента предпринимательства и инновационного развития г. Москвы. Достаточно подтвердить свою принадлежность к сегменту МСП, а также иметь ОКВЭД, указанные Департаментом.

Ещё один действенный способ — коллаборация с другой компанией. Причём в качестве соучастника может выступать как поставщик или покупатель компании, так и деловой партнёр из другой сферы, для которого важно расширить круг влияния на данном рынке. Например, часто можно встретить объединённые стенды производителей кухонь и моек или кухонь и бытовой техники. Затраты в этом случае становятся коллективными.

— В том числе и затраты на стенд? Потому как стоимость самой площади и монтажа экспозиции занимают значительный процент от всех затрат.

— Всё верно. Объединённый стенд — нередкая практика, которая позволяет, в том числе, увеличить представленность партнёров в продуктовом сегменте, регионе и т. д. Как правило, это используется при выходе в новые регионы, например, когда представитель бренда помогает развитию своего партнёра. Такие решения не только сокращают совокупные затраты, но и являются одним из самых эффективных инструментов продвижения при наличии развитой дилерской сети.

— А если всё же компания намерена выступать самостоятельно, как она может сэкономить на организации своей выставочной зоны?

— Путём привлечения подрядчиков с наличием аккредитации. Как правило, генеральный застройщик всегда готов предоставить информацию о действующих партнёрах и дать рекомендации по качеству и срокам застройки стенда. Сотрудничество с профессиональной и опытной командой поможет нивелировать риски по срокам, качеству и затратам. Этот же подход распространяется на всех подрядчиков (дизайнеры, типографии, агентства), которые задействуются при подготовительных и активных работах на выставке.

Добавлю также, что есть ещё один, более бюджетный способ — это участие без оформления места экспонента. Такой формат представляют часто в рамках форумов ретейлеров и т. д. В этом случае возможно проведение бизнес-встреч с действующими и потенциальными партнёрами по согласованному заранее графику, размещение рекламных материалов, демонстрация новинок или разрешение каких-то точечных проблем. Также такой формат позволяет провести конкурентную разведку и узнать новости или планы рынка и его игроков.

Также эксперты напоминают, что в современную цифровую эру можно значительно сократить затраты на печать рекламно-информационных материалов на бумажных носителях. Часть, безусловно, оставить, но значительный процент перевести в электронный формат. Например, переход на страницу после сканирования qr-кода.

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: ПРОЯСНЯЕМ СИТУАЦИЮ

Российскому бизнесу, в том числе и мебельному, всегда было довольно непросто, особенно с начала 1990-х. Первое время не хватало уровня, чтобы конкурировать с импортными производителями. Потом не хватало комплектующих, а когда решили и этот вопрос, начались первые проявления медленной санкционной политики. Однако нынешняя обстановка смогла напугать даже тех бывалых предпринимателей, что прошли через большинство последних кризисов в стране.

ТИМУР ИРТУГАНОВ,
генеральный директор Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности России

Из-за чего люди поделились на несколько лагерей. Одни стали активно продавать остатки или под завязку заполнять склады недостающим, закупая товар у всех оставшихся поставщиков. Другие замерли, уповая на то, что ситуация, возможно, наладится. Некоторые оказались где-то посередине, продолжив вести деятельность как обычно, пытаясь разобраться, какова ситуация и чего стоит ждать.

Мы также постарались прояснить ряд самых актуальных вопросов. Что сегодня есть в распоряжении мебельной промышленности, а что придётся замещать? Как изменится экспорт и импорт? Что станет драйверами отрасли в нынешних условиях? И как следует действовать в ближайшем будущем? Обо всём этом поговорили с генеральным директором Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности России ТИМУРОМ ИРТУГАНОВЫМ.

ЗАКУПКА СЫРЬЯ И МАТЕРИАЛОВ

— Многие отрасли отечественной промышленности зависимы от импортного оборудования и электроники, например, станкостроение и металлообработка. Насколько высока зависимость мебельной отрасли от зарубежных комплектующих?

— Если говорить о техническом состоянии отрасли в целом, пока что с этим проблем нет. Многие мебельщики начали переоснащать предприятия уже много лет назад, а некоторых подтолкнула к этому пандемия. То есть занимались этим вовремя, и сейчас их предусмотрительность окупится как никогда.

Тем не менее не будем отрицать тот факт, что большая часть оборудования для производства мебели зависит от импорта. В последние годы в этом вопросе выросла доля Китая, но поставщики из европейских стран всё ещё занимают одни из лидирующих позиций. И, к сожалению, даже те компании, которые были готовы продолжить отгрузку оборудования российским клиентам, столкнулись с возникшим логистическим и платёжным коллапсом.

В связи с этим в будущем, возможно, возникнут небольшие трудности из-за дефицита запчастей и расходных комплектующих для мебельного оборудования.

— Помимо оборудования обязательным является и первоначальное сырьё, а именно древесные плиты. Какие материалы и комплектующие производители мебели могут в полном объёме и в достаточном ассортименте найти на отечественном рынке?

— С древесными плитами у нас нет никаких проблем, производство различных их видов в России очень хорошо отлажено. Однако тут есть другая проблема — при изготовлении самых популярных для мебельной отрасли ЛДСП и МДФ необходим меламин. И именно в случае этого компонента отечественное предприятие не может обеспечить поставку даже 50% процентов от того, что реально требует внутренний рынок. Поэтому активно использовалось сырьё из-за границы. Од-

нако значительные объёмы закупались мебельщиками именно из Китая, поэтому нет необходимости радикально менять импортные рынки.

— А есть ли компоненты, с которыми столь позитивный сценарий невозможен?

— Изоцианаты, которые используются для связующих, то есть смол для древесных плит, а также при изготовлении пенополиуретана, не производят в России вообще. Есть всего несколько крупных заводов в мире, специализирующихся на их изготовлении, и они находятся в Китае и в Западной Европе. Основная масса наших закупок шла из Германии, поэтому сейчас необходимо оперативно брать курс на азиатский рынок.

— Итак, мы выделили уже 2 типа продукции, вопрос с которыми можно решить с минимальным ущербом. Какие ещё ранее импортируемые продукты мы можем заместить на других направлениях?

— Итак, мы увидели, что рынок химии у нас еще недостаточно развит. Если же говорить о фурнитуре, то здесь дела обстоят хуже. По разным оценкам, у нас производилось порядка 7% от того, что потребляет рынок. В благоприятном режиме предприятия могут увеличить объём, но не ассортимент. Значительный объём закупок приходился на Италию, Германию, Австрию.

Альтернатива Европе — Турция и Китай. В Турции есть два авторитетных производителя, которые и ранее поставляли в Россию комплектующие, а уже в ближайшее время готовы расширить поставки.

Что касается Китая, то структура поставок фурнитуры в последние года последовательно менялась в его пользу. Очевидно, что в ситуации, когда нет выбора, предприятия будут перестраиваться, в том числе в ассортименте.

ЭКСПОРТ И ИМПОРТ

— Продолжают уходить крупные импортные мебельные ретейлеры. При таком раскладе по какому пути может пойти отрасль: эти бренды полностью исчезнут, и их долю будут закрывать отечественные производители, или более вероятен сценарий национализации?

— Должен поправить. Компании не ушли, а только временно приостановили свою работу. Мы надеемся, что они вернутся, и что до крайних мер всё-таки не дойдёт. Потому что национализация — как раз такой случай, когда возникают непреодолимые форс-мажорные обстоятельства. Поэтому я всё же

Фото: pvproductions - ru.freepik.com

считаю, что вариант с полным уходом компаний маловероятен. А пауза в работе иностранных мебельщиков действительно может освободить место для отечественного производителя.

— А как же быть с импортом иностранной мебели? Европейская продукция продолжит поступать по более сложным путям и вырастет в цене, или всё же основной процент продукции будет поступать из стран, что не ввели санкции? Какие изменения уже можно наблюдать?

— В настоящий момент рынок европейской импортной мебели попросту замер, рано делать выводы. Иностранные компании, которые были заинтересованы в сотрудничестве и поставках, сейчас ждут более стабильного положения и ясности. Ведь велика вероятность, что их инвестиции могут не оправдаться, поскольку компании в любой момент могут вернуться.

Тем не менее действительно возможен сценарий, что на российском рынке возрастёт количество мебели из стран, что не ввели санкции. Вариант же с доставкой европейской мебели окольными путями считаю скорее маловероятным.

— Аналогичный вопрос по экспорту. Ассоциация давно изучает возможность освоения новых рынков, включая, например, рынок Индии. Однако были сложности вхождения из-за особых требований к продукции. Так ли это? Как сейчас будет происходить проработка этого вопроса?

— Экспорт стал гораздо привлекательнее из-за ослабления рубля.

Что касается Индии, то сложности были связаны не с самой продукцией российского ЛПК, а с особыми требованиями к её ввозу. Например, в Индии отечественная продукция столкнулась с высокими пошлинами по причине того, что между Россией и Индией нет соответствующих торговых договоров. Из-за чего сбор был максимальным — практически 30%, что весьма нерентабельно и затрудняет вход на индийский рынок.

Сложности были только с этим. По качеству же российская продукция не только не уступает, а даже опережает многих представленных на индийском рынке производителей. Мы надеемся, что будут заключены соглашения, которые исправят ситуацию, снизив пошлину. Вопрос в том, будет ли найден компромисс.

— Какие ещё направления для экспорта российской мебели (помимо стран СНГ и Китая) сейчас наиболее вероятны?

— Если говорить про новые экспортные рынки, кроме стран СНГ можно взять курс на страны Ближнего Востока. С фанерой дела обстоят сложнее, поскольку основной объем экспорта шёл в Европу и США. Сейчас, возможно, поставки будут переориентировать. Возможные направления — Ближний Восток, Южная Америка.

ЦЕНЫ НА ТОВАРЫ И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС

— Сейчас наблюдается рекордный спрос на мебельную продукцию — потребители закупаются, чтобы успеть до предполагаемого резкого скачка цен. На ваш взгляд, как долго это продлится?

— Этот спрос связан с желанием потребителей приобрести продукцию по нынешним, так называемым «старым» ценам. Прогнозировать дальнейшее развитие событий довольно сложно,

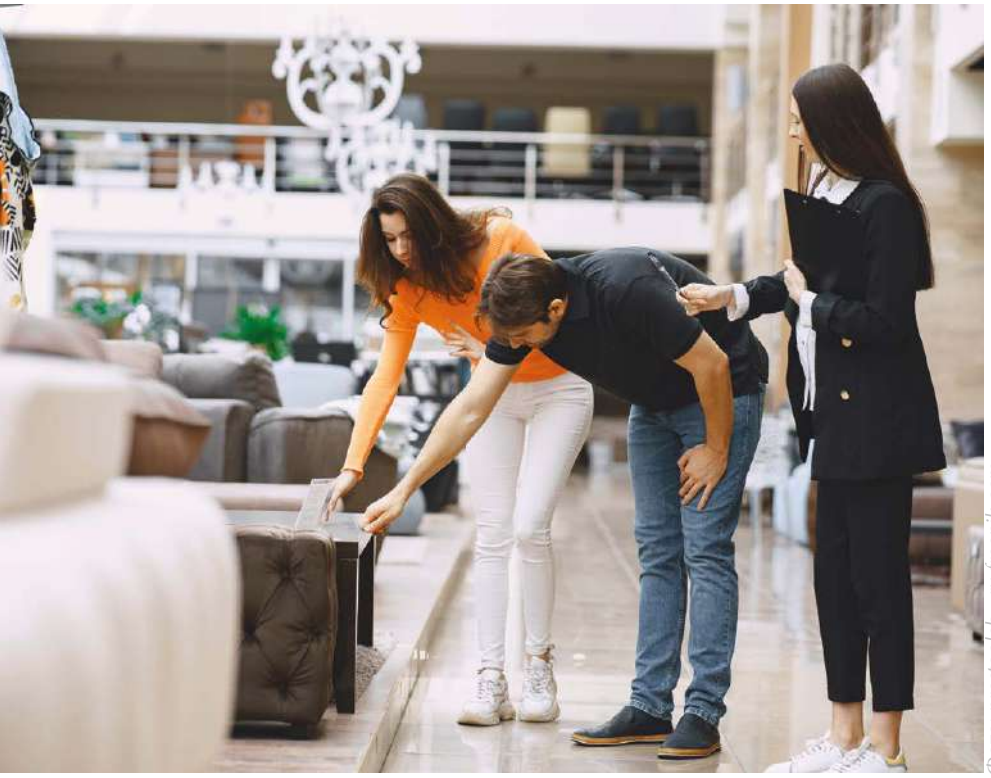


Фото: prostooleh - ru.freepik.com

поскольку это зависит от множества факторов, как экономических, так и политических.

— Что бы позволило удержать цены на приемлемом уровне и тем самым компенсировать снижение покупательской способности?

— Для того чтобы удержать цены на саму мебель, необходимо стабилизировать цены на комплектующие, материалы и сырьё, которые производятся в России. Это химия, которая частично производится отечественными предприятиями, металл.

— Некоторые строят предположения, что тяжелее всего придётся производителям, работающим в премиальном сегменте, и ниша может невероятно сократиться. Каково Ваше мнение? Как могут перераспределиться различные ценовые сегменты в отрасли?

— Вокруг этой темы сейчас строятся самые разные предположения. Кто-то считает, что сильнее всего пострадает сегмент «премиум», но я думаю, что это далеко не факт.

Даже раньше этот сегмент был востребован у более стабильного и ограниченного круга потребителей. Поэтому, скорее всего, он останется примерно на прежнем уровне. Тем более что у сегмента «премиум» в структуре себестоимости материалы занимают меньшее место, чем в сегменте «эконом-плюс». Здесь платят за особый дизайн, бренд.

На мой взгляд, куда более вероятен сценарий, что эта ценовая ниша пострадает меньше всего. Скорее, сегмент «эконом-плюс» может сдвинуться на «эконом», но я надеюсь, что этого всё же не произойдёт.

ДРАЙВЕРЫ РЫНКА И ГОСПОДДЕРЖКА

— Маркетплейсы ещё до последних событий открыли новые возможности для мебельщиков. На ваш взгляд, сегодня они могут стать новым драйвером развития мебельной отрасли?

— Маркетплейсы могут стать хорошим инструментом, который позволит поддержать стабильность отрасли, но никак не драйвером её развития. Правильнее будет сказать, что благодаря таким платформам есть все возможности сохранить приемлемые объёмы производства, поэтому они имеют потенциал стать некой точкой опоры.

— Можем ли мы ждать в скором времени увеличения нишевых мебельных маркетплейсов формата Hoff или площадки, что организовал Санкт-Петербургский ГК «Самолёт»? Как подобные точки могут помочь мебельному МСП?

— Быстро подобные вещи не организуются, хотя кризисные ситуации нередко способствуют разным прорывам. Но они касаются только тех, кто был хорошо подготовлен к осуществлению подобных проектов. Если уже есть необходимые наработки, планы и средства, можно удачно «выстрелить». Поэтому появления большого количества новых маркетплейсов не стоит ожидать.

— Как отмечали эксперты, на маркетплейсах было сложно продавать крупногабаритную мебель дороже 30 тысяч рублей, так как потребители остерегались совершать такую серьёзную покупку, не видя её вживую. На ваш взгляд, нынешняя ситуация может изменить эту тенденцию в обратную сторону?

— Думаю, что нет. По крайней мере, сильно изменить эту тенденцию будет сложно. Сейчас нет локдауна, покупатели снова привыкли к возможности изучить товар, не только посмотрев его на сайте, но потрогав, опробовав механизмы, все дверцы и ящички. Эта ситуация не изменилась.

Если только предположить, что у всех производителей вдруг возникнут проблемы с арендой торговых площадей, то кроме продаж в формате онлайн мало что останется. Но осуществление такого сценария крайне маловероятно.

— Какую поддержку отрасль может ожидать уже в ближайшее время?

— Чтобы поддержать мебельную отрасль, Министерство промышленности и торговли РФ оперативно занимается разработкой решений, ищет возможности для замены импортных товаров. Это касается всего: комплектующих, запчастей, химии.

В качестве меры поддержки мебельной промышленности Правительство Российской Федерации предложило увеличить объёмы сдачи построенного жилья уже с мебелью.

Также Минпромторг совместно с Минтрансом работают над решением логистических проблем.

Ассоциация участвует, продвигая предложения, поступившие от профсообщества, и внимательно следит за изменениями.

«Сейчас стоит занимать освободившиеся ниши, а ни в коем случае не замирать в ожидании худших сценариев. Необходимо заполнить освободившийся «вакуум». Не опускайте рук и используйте все свои шансы — это наш основной посыл для российских мебельщиков.
С таким настроем и общими усилиями мы гораздо быстрее вернём все в привычное и комфортное русло».

николаевские фасады

- собственное производство мебельных фасадов
- широкий выбор фрезеровок
- более 500 видов цветового решения
- патинирование фасадов
- изготовление по индивидуальным размерам, эскизам и по фото

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО МЕБЕЛЬНЫХ ФАСАДОВ

ИЗГОТОВЛЕНИЕ МЕБЕЛЬНЫХ ФАСАДОВ

г. Новосибирск, ул. Галущака, 1,
тел.: (383) 227-24-01, 291-96-52
г. Новосибирск, ул. Олимпийская, 37,
тел.: (383) 248-89-11, 325-12-75
WhatsApp: 8 913-915-96-52
e-mail: kablashov@yandex.ru, olimpfasad@yandex.ru

ВЫСОКОКЛАССНО И ДОЛГОВЕЧНО!

www.fasadnsk.ru

РАЗГОВОР НАЧИСТОТУ: К ЧЕМУ САНКЦИИ ПРИВЕДУТ ОТРАСЛЬ?

Можно заметить, участники промышленного рынка, которые за исключением разве что экспертов по антикризисному управлению, комментируют происходящее неохотно. Даже в профильных чатах в мессенджерах и соцсетях обсуждений немного, несмотря на локальность и максимально возможную закрытость. И осторожность людей можно понять — ситуация сегодня меняется буквально каждый день, повороты событий предсказать сложно. Другой вопрос, что о реальном положении дел в конкретной отрасли лучше всех могут рассказать именно её игроки. Даже представители смежных отраслей, работающие в сегменте сопутствующих товаров, видят ситуацию лучше многих чиновников.

Так как истина всегда находится где-то посередине, мы собрали мнения от специалистов, занятых в самых разнообразных нишах мебельной индустрии: от поставщиков и производителей фурнитуры и материалов до изготовителей мебели всех мастей. Из этих разных ответов на один вопрос мы попробуем сложить максимально объективную картину.

ЧТО СЕЙЧАС ИСПЫТЫВАЮТ КОМПАНИИ?

ЛЁГКИЕ ЗАТРУДНЕНИЯ И ДАЖЕ ВРЕМЕННЫЙ ПРИРОСТ

Со стороны может показаться, что положение мебельной отрасли остаётся достаточно стабильным — такое мнение высказывают представители иных промышленных отраслей.

Возможно, это действительно так. Мебель, пусть и не продукция первой необходимости, но всё же относится к товарам народного потребления, за счёт чего объёмы производства изделий превышают объёмы производства той же спецтехники. Во многом поэтому масштабы складских запасов мебельщиков позволяют многим спокойно работать в течение определённого времени.

Однако совсем уж безоблачной ситуацию не назовёшь — изменения, пусть и медленно, начинают охватывать индустрию.

«Конечно, в условиях обширных санкции, введённых против России и различных отраслей её экономики, мы не можем не ощущать определённые сложности. В нашем случае это проблемы с поставками европейского сырья для производства клеев. Введённые санкции и отсутствие логистических решений не только спровоцировали быстрый рост цен на сырьё, но и поставили под вопрос саму возможность поставок зарубежных сырьевых материалов на территорию РФ. Что касается приостановки работ или замедления, то мы знаем, что многие зарубежные и российские производители клеевых материалов сегодня поставили производство и отгрузки на паузу. Однако ситуация меняется практически ежедневно. Наша компания, несмотря на сложившуюся обстановку в мире, продолжает работать в штатном режиме», — поделился директор ООО «Полимерсбыт» (бренда клеевых материалов UMACOLL) АРТУР СМИРНОВ.

Вероятно, со стороны обстановка на мебельном рынке кажется лучше за счёт того, что в сегменте произошёл резкий и активный рост спроса как в сегменте B2B, так и в сегменте B2C. Поэтому есть даже примеры получения двойных прибылей, особенно среди официальных дилеров и дистрибьюторов импортной продукции.

«Мы наблюдаем прирост спроса прямо сейчас, что объяснимо: мебельные компании хотят сохранить свою маржу, так что приобретают излишки товара по доступным ценам. Как следствие, в апреле следует ожидать просадки по заказам — у наших партнёров будут запасы. Эта ситуация открывает для нас возможность привезти большее число новинок. Таким образом, наши заказчики к моменту нового запроса смогут получить обновлённые коллекции и остаться востребованными», — поясняет директор по маркетингу департамента маркетинга и развития АО «ТПК «Магамакс» ОКСАНА СМИРНОВА.

«Сейчас многие стараются закупить повышенные количества комплектующих «в запас». Ведь отсутствие только одного пункта может парализовать работу всего предприятия», — соглашается с коллегами генеральный директор ООО «Йоват» (JOWAT) НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

К тому же многие стараются играть на опережение и заключают новые контракты или начинают налаживать новые связи уже сейчас.

«Положительным моментом является то, что за последнюю неделю к нам уже обратились многие компании, которые ранее были ориентированы только на импортную продукцию. И для нас важно максимально продуктивно отработать процесс перехода таких компаний на отечественное производство», — дополняет генеральный директор ООО «Си-Лайн» (бренд Si-line) МАРИЯ КАЙЯЛАЙНЕН.

ЗАТИШЬЕ ПЕРЕД БУРЕЙ?

Однако компании отмечают, что ситуация рано или поздно должна измениться.

«Наша компания ощущает некоторые сложности и перемены в логистике. В 1,5–2 раза удлиняются не только «логистические плечи», но и сроки поставок. Основное сырьё для нашей продукции локализовано и выпускается в России. Все наши партнёры, которые поставляют нам материалы или комплектующие, пока достаточно устойчиво себя чувствуют. Наполнитель — пенополиуретан и холлкон — производится из российского сырья на 80%. Пока мы не видим приостановки и замедления работы, но оно возможно. Все будет зависеть от рыночной ситуации и спроса», — уточняет генеральный директор ООО «Бренд Груп» (бренд «Удачная мебель») ИГОРЬ ЧЕПЕНКО.

«В связи с происходящим мы видим ряд проблем, с которыми столкнутся компании мебельной отрасли. Одной из них являются экспортные отгрузки. Последние три года мы налаживали связи с международными контрагентами, принимали участие в различных международных выставках. Сейчас с экспортными отгрузками будет сложнее», — добавила маркетолог-аналитик ООО «ТК «Найди» АНАСТАСИЯ ИВАНОВА.

Немного позитивнее оценивают ситуацию компании, что работали одновременно и с европейскими, и с азиатскими производителями. Тем более что у многих европейских и американских брендов заводы расположены в Китае или Турции.

«Наша компания пока не испытывает сложностей с поставками, а грузовики проходят границу через Польшу и Беларусь, едут в Москву. В этом плане всё нормально, расплачиваемся с нашими поставщиками мы по довольно высокому курсу, делаем это. Самые большие сложности, риски мы связываем непосредственно с курсовой разницей, потому что в структуре себестоимости остаётся в основном валютная составляющая.

В данный момент мы работаем на все сто. В числе наших преимуществ то, что производство наших поставщиков диверсифицировано по географическому признаку. Теоретически мы можем получать один и тот же ассортимент с разных заводов: с того, что находится в Европе, или того, который располагается в Китае или в Турции. За счёт этого мы сохраняем гибкость», — рассказывает топ-менеджер ООО «Слорос» СТЕПАН ХОТУЛЕВ.

«В настоящее время мы для себя видим больше плюсов, чем минусов, так как наше основное производство располагается в Турции. Большая часть наших прямых конкурентов уходит с рынка, и это даст дополнительный рост продаж. Основная сложность как раз в том, как бесперебойно обеспечить товаром новых клиентов», — поделился мнением коммерческий директор ООО «Топзеро Рус» АЛЕКСАНДР КЛЫЧНИКОВ.

Возвращаясь к производителям мебели. У многих появилась куда более серьёзная причина для беспокойства, нежели увеличение сроков поставки. Даже те мебельные компании, что на всём пути своего развития старались минимизировать зависимость от импортных комплектующих, в первую очередь начали ощущать трудности не из-за сложностей с поставками и логистикой, а из-за резко-

Оксана СМИРНОВА, директор по маркетингу департамента маркетинга и развития АО «ТПК «Магамакс»

«Сейчас очень важно не торопиться. Мы замечаем, что многие наши коллеги и партнёры дают своим клиентам особые преференции и скидки, сбывая складские запасы. Но тем самым можно навредить себе в среднесрочном периоде, так как придётся закупать новые товары по возросшей стоимости. Чтобы сдержать рост цен, необходимо соблюдать баланс между складским запасом и объёмом реализации.

Мы держим цены за счёт объёма размещаемых заказов, в том числе закупаем продукцию наперёд. Другая сторона вопроса — диверсификация каналов продаж. Так как мы продаём свои товары через различные каналы и в разных объёмах, образуется «ценовой коридор», в котором удобно работать всем.

Также мы развиваем собственное производство, чтобы сократить зависимость от иностранных поставщиков. Партнёрам будет удобнее из-за быстрой поставки и цены фурнитуры «в рынке». Сейчас наступает время, когда мы имеем возможность упрочить авторитет российской мебельной индустрии в глазах покупателей».

Игорь ЧЕПЕНКО, генеральный директор ООО «Бренд Груп» (бренд «Удачная мебель»)

«Мы не раз проходили кризисы как глобальные и отраслевые, так и локальные, связанные с резким изменением цен на металл. Сейчас скачок цен также неизбежен в силу инфляции, издержек, подорожания сырья и ослабления рубля. Поэтому продолжаем отслеживать ситуацию и стараемся двигаться на опережение.

Мы удерживаем ситуацию с точки зрения ритмов производства. У нас есть складские запасы продукции, которые мы наработали к сезону — это 2–2,5 месяца. Это позволяет сгладить скачок цен в сезон покупки и потребления садовой мебели.

Ещё в прошлом году бросили силы на интернет-торговлю и работу с крупными электронными площадками. Сейчас мы продолжим развиваться в этом направлении.

К любому кризису надо подходить с налаженными партнёрскими отношениями, которые имеют перспективы в будущем. Ненадёжных партнёров, что раньше, возможно, были в запасе, сегодня придётся отсекать.

Кроме резкого уменьшения горизонта планирования, надо собирать команду и обязательно расписывать 2–3 рыночных сценария.

Важно быть оперативным в принятии решений. Короткие совещания позволяют обмениваться информацией, а также корректировать поведение компании на рынке».

го колебания курсов валют и скачка цен на комплектующие.

«Приостановок и замедления в работе у наших партнёров мы пока не ощущали, но зато не могли не отметить значительных изменений в ценах, конечно, не в лучшую для нас сторону. После произошедшего все наши местные партнёры-поставщики резко подняли цены. Причём накинули стоимость даже на то, что было куплено до всех событий. Конечно, для нас как для производителей такое решение партнёров кажется преждевременным и где-то даже не совсем честным. Но, с другой стороны, рынок есть рынок, и причину мы понимаем. Нам остаётся только искать пути для работы в новых условиях», — высказала сожаление начальник учебного центра ООО ТПК «Феликс» ЛЮДМИЛА ПРИЩЕНКО.

«В данный момент основной сложностью является ежедневное изменение экономической ситуации, что не позволяет вести долгосрочные проекты. Неопределённость для бизнеса в любой сфере всегда создаёт очень плохие условия для стабильной и продуктивной работы. С другой стороны, мы оптимистично смотрим в будущее, так как наше производство изначально развивалось по пути импортозамещения. И если мы сможем сохранить все производственные процессы и условия для нашей работы, то наш потребитель в итоге только выиграет. Тем более что большинство наших партнёров не намерены замедлять или приостанавливать свою работу. Конечно, сейчас всё зависит от стабилизации ситуации на внутреннем рынке и решения проблем с поставками импортных материалов. Но мы видим, что при соблюдении основных условий для развития производств есть очень хорошие перспективы роста и для нас, и для наших партнёров», — уверена МАРИЯ КАЙЯЛАЙНЕН.

ПРОГНОЗ НА БУДУЩЕЕ В ДЕТАЛЯХ

ЗАВИСИМОСТЬ РЫНКА: НЕ ТОЛЬКО ОБОРУДОВАНИЕ, НО И СЕРВИС

Практики рынка единодушны в том, что сейчас более всего мебельная индустрия зависит от импортного оборудования.

Так как многие компании успели укомплектовать свои производства ещё до кризиса, то их меньше беспокоит вопрос приобретения новых единиц станков. Тем более что сейчас азиатские производители могут предоставить неплохие решения, на уровне европейских. Доля, пусть и небольшая, останется за рынком б/у техники, который при худшем сценарии будет работать до тех пор, пока в стране остаются агрегаты из Италии, Германии и Испании.

Нельзя исключать, что и новую, и б/у западноевропейскую технику могут перекупать из Китая. Правда, те немногие компании, у кого будут необходимые финансы даже в период огромного скачка цен.

Куда больше опасений вызывает вопрос, как обслуживать уже имеющийся станочный парк, неясная ситуация с запасными частями и расходниками, а также невозможность взаимодействовать с иностранными сервисными службами.

«Даже для нашей ниши не секрет, что за дополнительным обслуживанием техники нам часто приходилось обращаться к европейским компаниям. Представители брендов приезжали в Россию как для настройки, так и для ремонта оборудования. Конечно, чуть в лучшем положении сейчас те, кто в эпоху ковида немного научились самостоятельно настраивать станки. Но во многих случаях нам всё равно требовалась помощь наших партнёров-экспертов из Европы», — отмечает СТЕПАН ХОТУЛЕВ.

Официальные представители западноевропейских марок не нашли возможности дать комментарий о перспективах хотя бы виртуальной поддержки.

В любом случае пока решение этой проблемы видят в поиске аналогов или лицензионных копий на рынке Китая.

Отмечают это и поставщики, и производители оборудования. Например, 17 марта компания «Лига» проводила вебинар «Комплексное оснащение мебельного европейского оборудования в 2022 году», где предложила ряд альтернатив азиатского производства.

Что же насчёт сервиса, то эксперты отрасли отмечают, что ничего не остаётся, как положиться на собственные сервисные службы, многие из которых получили неплохую практику в период коронакризиса.

«Соглашусь с коллегами, что меньше всего внутри России представлено оборудование: станки кромкооблицовочные, фрезерные, токарные, пильные, в том числе ЧПУ. Лучшие образцы — европейские. Более того, цены уже выросли и будут продолжать расти не только на профильные агрегаты, но и на ремонтные комплекты к ним.

Некоторую надежду даёт то, что часть из них производится по лицензии в Китае. Тем более, отечественные сервисные компании научились прилаживать китайские и отечественные комплектующие к станкам без потерь эффективности работы», — высказала свою точку зрения ОКСАНА СМИРНОВА.

«Наше производство работает в том числе на итальянском и немецком оборудовании, и мы на планёрках уже обсуждали план действий на будущее. Наш директор по оборудованию заметил, что мы будем приобретать необходимые запасные части отечественного производства. Такой опыт уже у нас был, результат был неплохой», — озвучила ЛЮДМИЛА ПРИЩЕНКО.

Что касается более далёкого будущего, то некоторые представители промышленности настаивают на необходимости

обратить внимание на станкостроение. Развитие этого направления автоматически способно решить вопрос как запчастей, так и сервиса.

ПЛИТЫ: ВОЗМОЖНО СНИЖЕНИЕ ЦЕН ВНУТРИ СТРАНЫ

Если, как заметил генеральный директор АМДПР Тимур Иртуганов в материале на стр. 18, решить вопрос с химическими компонентами для производства древесных мебельных плит, дефицита этого материала можно не опасаться. С этим согласны и практики рынка — ассортимент плитной продукции в России большой. Даже, напротив, можно ожидать долгожданного понижения цен на сырьё на внутреннем рынке. Об этой проблеме активно говорили с середины 2020 года. То, что такой тренд уже наметился, косвенно подтверждает обзор от аналитиков Lesprom Network. Согласно их данным, средняя цена на продукцию из древесных плит во втором месяце зимы в России снизилась по сравнению с январём на 3,4%.

«Основные комплектующие, которые мы всегда использовали только отечественного производства, — это древесные плиты, металлическая фурнитура. Проблема с ними пока заключается в отсутствии сдерживающих мер по повышению цен на внутреннем рынке. Из-за этого в итоге может сильно пострадать весь российский производственный комплекс и конечный потребитель. Если же стабилизировать стоимость этого сырья, то, напротив, могут появиться новые точки роста», — отметила МАРИЯ КАЙЯЛАЙНЕН.

«Если говорить о материалах для производства самой мебели, то здесь хочется поздравить коллег по отрасли — в России представлен широкий спектр продукции ЛПК, включая древесные плиты ЛДСП, ДВП, МДФ и фанеру. Кроме того, введён запрет на экспорт производственного сырья в страны Европы и США. Мы можем ожидать снижения цен на российскую продукцию, так как у поставщиков сократилось число рынков сбыта», — предположила ОКСАНА СМИРНОВА.

КЛЕЙ, ЛАКОКРАСКА И КРОМКА

В случае с этими обязательными атрибутами мебельного производства всё куда сложнее и оптимистических прогнозов здесь куда меньше. Безусловно, в России были произ-

реклама

Артур СМИРНОВ, директор ООО «Полимерсбыт» (бренд клеевых материалов UMACOLL)

«Кризис — это всегда возможность. Мы не опускаем руки и находимся в ситуации постоянного поиска оптимальных решений. Понимая ответственность перед нашими партнёрами, мы стараемся относиться к вопросам ценообразования максимально аккуратно. Мы не используем данный кризис для получения увеличенной прибыли. Все повышения стоимости наших готовых клеевых материалов — это лишь зеркальное увеличение сырьевой составляющей продуктов, без получения дополнительных доходов».

Мария КАЙЯЛАЙНЕН, генеральный директор ООО «Си-Лайн» (бренд Si-line)

«Основная стратегия сейчас — это глубокая проработка всех проблем у наших поставщиков и определение возможного взаимодействия для снижения негативных последствий. Также я считаю необходимым обращение к руководству нашей страны для определения действительно необходимых мер для поддержания и развития отечественных производств. Сейчас как никогда необходимо полное взаимодействие и понимание общих задач и целей».

водства таких комплектующих. Многие из них работают достаточно долго, за счёт чего прилично развили уровень собственной продукции. Однако есть тут две ремарки. Первая — они по-прежнему зависят от импортного химического сырья. Вторая — даже если решить вопрос с компонентами, таких компаний на рынке немного, и полностью закрыть потребности внутреннего рынка они не смогут. Безусловно, вероятно появление новых подобных производств, которые распределят нагрузку, но на это потребуется время. За этот период цены на материалы могут значительно вырасти.

«Если ДСП и МДФ по большей части производят в России, то качественные ЛКМ и промышленные клеи можно было купить только у ведущих европейских производителей. Тем более что ситуация с изоцианатами не нормализовалась до сих пор. Отсюда перебои с поставками ПУР-клеев.

Российское производство кромок не способно удовлетворить рынок в полном объёме. Хоть в этом сегменте используют основной базовый компонент (ПВХ, ПП) российского производства, но там обязательно требуются красители и праймеры, которые в подавляющем большинстве случаев импортные», — расписал положение НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

«В России существуют бренды с высоким качеством продукции, но для производства они используют зарубежное сырье. Вероятно, производители будут импортировать материалы через посредников, а это повысит конечную цену продукции», — предположила ОКСАНА СМИРНОВА.

Стоит отметить, что многие отечественные производители мебели готовы уже сейчас начать поиск отечественных альтернатив, но они также говорят, что к этому делу нужно подходить без спешки, несмотря на то, что обстановка «подгоняет». Иначе потери и убытки в кризисный период такого масштаба могут оказаться чуть ли не фатальными.

«Если плитные материалы мы закупали и закупаем отечественные, то лакокрасочные материалы в большей степени использовали импортные, в основном итальянские. Будем искать аналоги, достойные итальянских производителей. Пока рассматриваем Китай, но надеемся и не исключаем тот факт, что среди российских производителей найдётся стоящая замена», — поделилась планами ЛЮДМИЛА ПРИЩЕНКО.

МОЙКИ, ФУРНИТУРА ДЛЯ КУХНИ И «КОРПУСА»

На дальнейшее развитие рынка и сегмента фурнитуры смотрят по-разному как пользователи, так и компании-дилеры и дистрибьюторы. С одной стороны, аналоги некоторых позиций есть даже в России и соседней Беларуси, и даже специалисты, работающие с импортным товаром, оценивают «славянские» изделия достаточно высоко. Но с другой стороны,

придётся бросить больше сил на их продвижение. А также предстоит опять-таки справляться с последствиями изменений курса валюты.

«Функциональная и крепёжная фурнитура — по большей части, импортная продукция. Многое можно ещё активнее импортировать из Китая — местные производители значительно расширили ассортимент и усилили качество производства. Однако на нашем рынке продаются товары из России и Беларуси. Такие условия благоприятны для российского мебельного рынка. Чтобы воспользоваться открывшимися возможностями, российским поставщикам нужно активнее заняться маркетингом. В частности, придётся доступно и понятным языком донести бизнес-аудитории качество собственного продукта. Они меньше, чем импортёры, привязаны к валютным колебаниям, поэтому обладают ценовым гандикапом. Однако продвижение потребует расходов, и коллегам придётся отлаживать бизнес-процессы, чтобы снизить производственную себестоимость своих товаров при сохранении планки качества», — указала ОКСАНА СМИРНОВА.

«Различная фурнитура тоже производится в основном нашими партнёрами из Европы, Азии и Турции. В России есть производители, но в основном несложной крепёжной и более простой лицевой фурнитуры: изготавливают различные пластиковые изделия, в том числе колёсные опоры, метизную продукцию, мебельные ручки.

Сложность в том, что наши производители в любом случае покупают материал по рыночным ценам, которые диктуются в том числе европейским рынком. Поэтому цена на продукцию может заметно увеличиться даже у производителей, которые делают свою фурнитуру в России», — предупредил СТЕПАН ХОТУЛЕВ.

Вариант с максимальной переориентацией на китайский рынок сейчас у многих считается основным. Это действительно рабочая стратегия, но некоторые специалисты рекомендуют не зацикливаться на ней одной. Несмотря на то,

реклама

Александр КЛЫЧНИКОВ, коммерческий директор ООО «Топзеро Рус»

«Как раз исходные материалы можно быстро начать изготавливать в России, в отличие от оборудования. Предприятий, специализирующихся на производстве профильных станков, у нас нет. И не будет ещё долго, особенно если не начать уже заниматься этой проблемой. На мой взгляд, сейчас как раз в этом состоит одна из главных задач государства — развитие станкостроения во всех направлениях бизнеса».

Людмила ПРИЩЕНКО, начальник учебного центра ООО ТПК «Феликс»

«Чтобы не допустить сильного скачка цен, нужно прямо сейчас начинать работать с поставщиками. Мы ведь знаем, какими характеристиками должно обладать необходимое для нас сырьё? Остаётся только выявить нужное, а для этого, безусловно, потребуется время на тесты и принятие решения. Гоните страхи, ищите альтернативы, разрабатывайте новые модели, соответствующие последним требованиям потребителей, пробуйте новые пути реализации вашей продукции».

Фото: prostooleh - ru.freepik.com

что у многих давно и плотно налажены связи с Китаем, в нынешних условиях они могут подвергнуться корректировке.

«Теоретически Китай может заместить практически весь наш недостающий ассортимент за исключением лишь нескольких сегментов. Например, премиальной продукции. Поэтому сейчас на Китай смотрят как на спасителя. Однако, по нашему опыту, переориентация может оказаться не такой простой, как кажется на первый взгляд.

Мы уже столкнулись с тем, что есть некоторые вопросы к долларовым переводам в КНР. Возможно, там тоже будет не всё так гладко и чисто», — добавил топ-менеджер ООО «Слорос».

«Помимо Китая, есть две другие страны-поставщика. Так, например, Индия — потенциальный экспортёр изделий из металла, начиная с декора, заканчивая функциональной фурнитурой. И хотя индийская продукция по некоторым позициям уступает китайской, у индийцев есть серьёзный потенциал. Не стоит забывать и о таком серьёзном игроке, как Турция: лицевая фурнитура из этой страны уже давно конкурирует на рынке, плюс страна имеет предложения на рынке функциональных комплектующих», — перечислила директор по маркетингу «ТПК «Магамакс».

С рядом пунктов согласны и производители кухонных моек, в том числе те, что располагаются в Турции. Пока предприниматели из Турции намерены лишь усиливать свои позиции на российском рынке. Однако также советуют своим российским партнёрам быть готовым к неизбежным сложностям.

«В России есть изготовители моек, но их никак нельзя назвать исключительно российскими — определённая доля комплектующих в любом случае импортная. Поэтому удовлетворить весь рынок местные производители не смогут.

В свою очередь в Турции производство этой продукции очень хорошо отлажено, а металл, необходимый для изготовления, партнёры везут с азиатских рынков, которые для них открыты, например, из Кореи. Наша компания планирует только укрепляться в России.

К сожалению, от нас мало что зависит, когда меняется курс валюты, по которой мы ввозим товар. Вполне возможно, мы будем переходить на расчёты в национальных валютах, но на это потребуется значительное время, потому что пока по-прежнему все расчёты идут в долларах», — поделился АЛЕКСАНДР КЛЫЧНИКОВ.

СЫРЬЁ ДЛЯ МЯГКОЙ МЕБЕЛИ

У представителей этого сегмента дела идут по-разному. С критическими сложностями однозначно столкнутся поставщики итальянских, немецких и американских диванов и кресел, а также те, кто производит продукцию премиального сегмента.

Со средним и эконом ценовыми категориями обстановка чуть менее напряжённая, но даже таким компаниям придётся замещать ряд материалов.

«Основной проблемой для производителей мягкой мебели является отсутствие отечественных поставщиков обивочных материалов для общественных зон. Такие материалы обладают повышенной износостойкостью и возможностью лёгкой чистки. К сожалению, они сегодня поставляются из-за рубежа. Основными доступными поставщиками сейчас будут Китай и Турция, так как возможностей поставок из Европы не предвидится. Важно, чтобы при столь повышенном спросе не произошло снижения качества и значительного повышения стоимости. В первую очередь это продолжение и развитие поставок по обивочным материалам и фурнитуре», — высказала мнение МАРИЯ КАЙЯЛАЙНЕН.

Также спикер отметила, что при планировании стратегии на будущее нужно учитывать, что вероятны проблемы с поставками поролона. В России есть достаточно изготовителей набивочного материала, но все они используют

в производстве европейские компоненты. И пока непонятно, насколько быстро наша химическая промышленность сможет разработать качественные аналоги.

«Поставки пенополиуретана были подвержены в последние годы (ещё до нынешнего кризиса) существенным ограничениям из-за дефицита изоцианата, который, кстати, является важным компонентом и для производства полиуретановых клеёв», — соглашается с предыдущим спикером НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

САДОВАЯ МЕБЕЛЬ

Один из самых непростых сегментов отрасли за счёт своей максимально выраженной сезонности. Работать в этом направлении было непросто и в более спокойные времена, а сейчас производителям экстерьерной мебели придётся «крутиться» как никогда.

«Мы в бизнесе около 20 лет, и в производстве труб и металлообработке около 30 лет. За этот период мы постарались максимально сократить объёмы использования импортного сырья. Древесные плиты и мебельные щиты (из сырья Кавказа, Закавказья и Сибири) мы используем для производства складных кроватей. В основном мы применяем голландские ЛКМ, но знаем хорошие российские аналоги и сможем быстро на них переориентироваться. Такие наполнители, как пенополиуретаны, холлконы, холофайберы и другие, на 80% делают из российского сырья. Мы думаем, что вопрос с компонентами для их производства решат в кратчайшие сроки.

Единственное, что в России нет изготовителей качественных тентовых тканей с пропиткой и защитой от ультрафиолета. Здесь мы зависим от поставок Китая, Пакистана, Польши, Италии и Испании. На рынке специализированных тканей КНР занимает одну из лидирующих позиций, так что заменить сложно.

Что касается комплектующих, около 95% рынка держат китайские производители метизной продукции с цинковым покрытием. Хорошо было бы заместить такую позицию российскими аналогами (потенциал у отечественной промышленности в этом направлении есть), но это очень долгий процесс, и неизвестно, будет ли он развиваться в нынешних условиях», — проанализировал ситуацию ИГОРЬ ЧЕПЕНКО.

КАК МОЖЕТ ИЗМЕНИТЬСЯ ОТРАСЛЬ?

ПРОГНОЗ 1: СНИЖЕНИЕ ОБЪЁМОВ И КАЧЕСТВА ПРИ РОСТЕ ЦЕН

Исходя из аналитики выше, игроки рынка видят два наиболее вероятных сценария развития отрасли. Первый довольно мрачный: велика вероятность того, что

Степан ХОТУЛЕВ, топ-менеджер ООО «Слорос»

«Мы уже принимаем меры и общаемся с нашими поставщиками. В некоторых случаях мы получаем временную скидку на ассортимент от 2 до 6% как знак поддержки компании. Хотя эта скидка предоставляется в валюте, а продажи осуществляются в рублях, за счёт чего разница может составлять 40 или даже 50% по сравнению с тем, что было неделю назад.

В любом случае мы бы посоветовали коллегам держать руку на пульсе, следить за курсом валют и искать максимум способов уменьшить свои риски. Следите за новостями, но при этом проводите больше времени с семьёй, чтобы оставались силы на работу».

реклама

Анастасия ИВАНОВА, маркетолог-аналитик ООО «ТК «Найди»

«Мы считаем, что в такой сложный период не стоит впадать в панику и следует опираться на следующие правила:

• ориентироваться на внутреннего потребителя;

• заботиться о своих кадрах, в первую очередь материально и психологически;

• пользоваться любыми мерами господдержки;

• отойти от традиционных коммерческих моделей в пользу креативных решений, не бояться смелых инициатив».

Арсений КИСЕЛЁВ, генеральный директор ООО «Марекан Групп»

«Главное — не сидеть сложа руки, не ждать — искать новые направления для замещения импорта, изучать игроков и общаться с отечественными производителями материалов и комплектующих. И самое главное, — не наглеть и не делать чрезмерных наценок, пытаясь единовременно нажиться в тот момент, когда всей стране тяжело. Соблюдать меру и делать свою работу максимально качественно, исходя из текущих условий».

Фото: prostooleh - ru.freepik.com

справиться с замещением продукции и пристраиванием цепочек поставок в короткий срок не удастся. Причина в том, что всесторонняя глобализация сделала своё дело — взаимосвязь отраслей и экономических процессов по всему миру стала очень сильной.

«Мы являемся частью глобальной экономики, о каком бы продукте ни шла речь. Даже если взять ДСП: да, завод и сырьё местные, но смолу и химкомпоненты изначально закупали в Европе. Оборудование, детали к нему и подавляющий объём сервиса также импортные. Очень сложно найти продукт, который бы был на 100% отечественный, поэтому при полной закрытости нам придётся довольно сложно», — высказал предположение СТЕПАН ХОТУЛЕВ.

«Материалы и сырьё являются наиболее затратным сегментом в производстве мебели (50–60% всех расходов). Следует отметить, что отечественные мебельные компании в настоящий момент практически не используют такие конкурентные преимущества, как дешёвое сырьё, энергосберегающие технологии и относительную дешевизну рабочей силы. Вместо этого мебельщики постоянно говорят о проблеме «быстрого роста цен» на те самые технологии, сырьё и увеличении затрат на персонал. Ведь примерно 30% от общего объёма материалов и комплектующих, применяемых в производстве, закупается за границей. За рубежом приобретается около 80% от общего числа необходимых российским мебельщикам плит МДФ, примерно 15% ДСП и около 50% фурнитуры», — заметила АНАСТАСИЯ ИВАНОВА.

«Опыт предыдущих кризисов научил мебельщиков и поставщиков мебельных комплектующих быть менее зависимыми от импортных партнёров, но, к сожалению, полностью импортозаместить продукцию не удалось. Любой российский производитель так или иначе зависит от иностранных материалов и товаров. Кажется, что этот кризис будет особенно тяжёлым, ведь быстро переориентироваться, например, на азиатские рынки не получится, и уж тем более не получится быстро развернуть нужное производство в России.

В краткосрочной перспективе мы столкнёмся с ещё большим удорожанием продукции из-за дефицита исходных европейских материалов. Подорожание приведёт к понижению спроса и, как следствие, сокращению персонала, оптимизации коммерческой модели и т. д.», — высказал мнение генеральный директор ООО «Марекан Групп» АРСЕНИЙ КИСЕЛЁВ.

Некоторые эксперты также подмечают, что с исчезновением целого ряда проверенных позиций, в попытках максимально снизить возросшие издержки и затраты нельзя исключать вероятность, что может значительно снизиться качество конечной отечественной продукции при однозначном повышении себестоимости.

«В мебельной промышленности существует возможность подыскания альтернативных по ряду компонентов. Но будет ли при этом достигнуто прежнее качество мебели? Ведь не случайно раньше пользовались импортными лаками, клеями и кромками, фурнитурой? Использование качественных материалов позволяло российским мебельщикам производить достойную продукцию, с качеством, позволявшим многим из них поставлять её не только на внутренний рынок, но и на экспорт в европейские страны.

Возможно, общий объем производства снизится из-за нехватки импортных компонентов, но оставшееся количество будет производиться в ближайшие месяцы из компонентов, имеющихся на складах поставщиков. Дальше — непредсказуемо», — прокомментировал НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

ПРОГНОЗ 2: МИНИМУМ ИЗМЕНЕНИЙ И НЕЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ РОСТ ЦЕН

Однако среди специалистов многие придерживаются более оптимистичного сценария. Они считают, что рост цен, ко-

Редакция «Индустрии мебели» выражает признательность всем участникам проекта «Новая реальность» за готовность к участию, высказывание личной позиции и открытость.

нечно, произойдёт, но не столь критический, особенно если сами мебельщики ответственно подойдут к вопросам как поиска новых надёжных поставщиков, так и непосредственно производства. И, безусловно, очень многое будет зависеть ещё и от мер поддержки отрасли.

«Пока рано строить прогнозы по данному вопросу. Но очень важно контролировать все технологические процессы, чтобы в конечном итоге не произошло снижение качества отечественного продукта из-за экономии или отсутствия необходимых материалов. Для этого очень важна поддержка правительства в рамках стабилизации цен на материалы для отечественного производства на внутреннем рынке и снижения налогового бремени», — детализировала МАРИЯ КАЙЯЛАЙНЕН.

«Конечному покупателю стоит ожидать прироста цен по ряду причин. Во-первых, компании-импортёры начали работу по валютным прайсам. Во-вторых, утрачена возможность напрямую возить европейское сырье для клеевых материалов и комплектующие для оборудования. В связи с этим возможны три варианта реагирования: интенсификация производства внутри страны, доставка через посредников с более сложной и дорогой логистической цепью, а также смена поставщика на игрока внутреннего рынка.

Тем не менее, несмотря на эти осложнения, на наш взгляд, критических изменений не произойдёт. Цены не взлетят так же высоко, как на рынке автомобилей. Прежде всего, металл и дерево, как ключевые компоненты в мебели, успешно экспортировались до волны санкций. В этой связи у российских компаний не останется другого варианта, кроме снижения цен на внутреннем рынке», — считает ОКСАНА СМИРНОВА.

Всё, что сейчас советуют большинство практиков мебельной отрасли, вне зависимости от того, какого сценария они придерживаются, — это ни в коем случае не останавливаться в надежде, что удастся переждать суровые времена. И не опускать руки, ожидая, что продукция вашего бизнеса не будет востребована. Стоит поступательно начинать подыскивать и рассматривать все возможные варианты стабилизации и развития своего бизнеса. Ведь не зря говорят, что дорогу осилит идущий.

«Даже в самых закрытых странах люди едят, проводят досуг и покупают различные товары, в том числе и мебель. Возможно, она видоизменится, может, отойдёт от привычного для нас сегодня вида, но она однозначно будет людям нужна», — прокомментировал СТЕПАН ХОТУЛЕВ.

Николай КЕЧАЕВ, генеральный директор ООО «Йоват» (JOWAT)

«Основная составляющая колебаний цены — это скачки валютного курса. Даже не повышая цены, себестоимость мебели возрастает автоматически. Будет ли способен рынок потребить такое повышение? Это будет зависеть от платёжеспособности конечных потребителей мебели. Время покажет. Основной совет сейчас — не паниковать и искать альтернативы устоявшимся связям и логистическим цепочкам».

реклама

Новые инструменты найма и обучения персонала в эпоху кадрового коллапса (часть 2)

Текст: Мария Бобова

«Вы посмотрите, что сейчас происходит вокруг? Нужно в первую очередь думать о том, как удержать бизнес и клиентов». На фоне сложившейся ситуации так могут сказать многие. Тем более что эксперты в качестве антикризисной меры уже рекомендуют сокращать слабые кадры, не затрачивая лишнее время на их обучение. Однако проблема с нехваткой сильных специалистов по-прежнему никуда не делась, как и необходимость её решения. Даже наоборот, если эту трудность не исправить сейчас, то в случае длительного коллапса недостаток грамотных работников осложнит положение ещё сильнее. Поэтому продолжаем изучать со всех сторон как сам вопрос, так и предлагаемые варианты его разрешения.

В прошлом материале, опубликованном в журнале «Индустрия мебели» №1 (38) за январь-февраль 2022, мы изучили тему нехватки кадров с точки зрения ретейлеров, которые ещё недавно не так активно поднимали этот вопрос на отраслевых выставках. На выставке «Мебель-2021» они отметили смену поведения и ценностей у нынешних соискателей, отсутствие HR-бренда у многих компаний отрасли и демографическую нехватку трудоспособного населения. Предложили возможные решения, соответствующие всем последним HR-трендам.

Казалось бы, это максимально свежий и актуальный взгляд на проблему, и университетам, что выступали на следующий день, будет нечего противопоставить кроме ежегодных разговоров об устаревшей программе профессионального обучения. Однако и сфера образования значительно подготовилась за годы нарастания кадрового коллапса, представив наглядную статистику и дельные и проработанные предложения.

ТРЕВОЖАЩИЕ ЦИФРЫ

Конференцию по СПО (среднему профессиональному образованию) с участием отраслевых колледжей и Министерства просвещения на форуме «RusМебель-2021» открыла председатель экспертно-консультативного совета по лесному комплексу при Комитете СФ по аграрно-продовольственной политике и природопользованию ТАТЬЯНА ГИГЕЛЬ. Чтобы наглядно обрисовать проблему, эксперт обратилась к статистике.

«Общую картину представляют все, поэтому мы решили детально изучить ситуацию по подотраслям, сейчас вот поговорить о мебельной индустрии, чтобы чётко понимать, какие нам нужно принять решения. Сегодня в среднем по лесопромышленному комплексу нам необходимо порядка 16 000 специалистов с высшим и средним образованием. Если говорить о специалистах рабочих специальностей, то их потребность составляет 12 000 человек. Однако по статистике ежегодно выпускается только 10 000. И при этом, к сожалению, далеко не все молодые специалисты, закончив то или иное профильное учебное заведение, остаются работать в отрасли. По статистике 2020 года только около 50% работников лесной отрасли имеют профильное об-

разование», — представила данные ТАТЬЯНА ГИГЕЛЬ.

Более детальные цифры и графики того, как они менялись, в следующем докладе привёл генеральный директор Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности ТИМУР ИРТУГАНОВ. При этом он заметил, что официальная статистика часто бывает занижена, что даже в случае с вопросом кадров приводит к тому, что власти необъективно оценивают отрасль и её потребности.

«Полтора года назад, когда мы, по рабочей просьбе Минпромторга, готовили отчёт о численности задействованных в мебельной отрасли специалистов, цифры Росстата, основанные на среднем количестве предприятий, показывали, означали, что всего в мебельном производстве задействовано 121 000 человек. И в этом уже была нестыковка, поскольку, по статистике ФНС и Росстата, в России примерно 45 500 мебельных предприятий. То есть очевидно, что цифры занижены, и это очень мешает объективной оценке направления. Ведь когда в отрасли работает не 100 000 человек, а полмиллиона, то это уже совершенно разные значения и для социальных аспектов, и экономики в принципе. И, соответственно, разные отношения к отрасли на любом уровне. Поэтому нам очень важно ещё и бороться за те цифры и показатели, что есть на самом деле», — подчеркнул ТИМУР ИРТУГАНОВ.

Согласно презентации докладчика, за 2018–2020 гг. численность задействованных в отрасли людей составила:

- в нише обработки древесины и производства изделий из дерева и пробки — 573 000 человек;
- в производстве мебели — 338 000 человек.

И каждый год потребность отрасли (с учётом естественного оттока кадров, в первую очередь из-за ухода на пенсию) сохраняется на уровне 12 000 человек ежегодно. И этот показатель пока не спешит снижаться, потому как, несмотря на большой выпуск, значительная часть молодых специалистов не идёт работать по той профессии, на которую учились.

«Это основная проблема — в стране есть система подготовки кадров, но эти кадры впоследствии не могут трудоустроиться. При этом динамика выпуска с каждым годом увеличивается. Например, в 2016 году выпустилось порядка 7 миллионов 665 тысяч студентов, а в 2018 это число уже составляло 9 миллионов 315 тысяч.

Однако по статистике 2019 года, работу по профессии получили всего 7 860 специалистов со средним образованием по специальностям ЛПК и мебельного направления.

Общее количество трудоустроенных в отрасли — 84,8% от общего числа выпускников, или 0,6% от всех выпускников СПО. Это самый лучший результат, потому что средняя величина, которую мы берём за последние 6 лет, находится на уровне 61%.

То есть, если говорить более наглядно, всего два из трёх приходят работать по специальности, несмотря на огромный спрос в отрасли. Средняя норма трудоустройства выпускников у нас одна из самых низких — ниже среднего уровня, если брать все отрасли», — дополнил генеральный директор АМДПР.

Такое положение дел косвенно подтверждают некоторые исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ).

Например, в 2019 году организация опубликовала статистику, согласно которой почти половина жителей России не работают по специальности, которой обучались.

Разрыв более чем в 30% компенсируется переходом специалистов из других отраслей или за счёт того, что представители рынка попросту переманивают кадры друг у друга. И, общаясь постоянно с большим количеством руководителей мебельных предприятий, в особенности средних и малых, убеждаюсь, что эта проблема уже долгое время «кочует» из года в год. И её надо решать, иначе мы никогда не сдвинемся дальше», — резюмировал ТИМУР ИРТУГАНОВ.

УТРАТА ПРЕСТИЖА ПРОФЕССИИ — ЧТО К ЭТОМУ ПРИВЕЛО?

В чём же специалисты видят причины такой ситуации, помимо недостатка финансирования вузов? А эта проблема также имеет место быть.

«После обучения многие молодые специалисты не идут работать по специальности и меняют сферу деятельности. Этому есть несколько причин. Например, отсутствие социальных пакетов, невысокая заработная плата и, конечно же, утерянная престижность профессии в лесопромышленном комплексе», — отметила ТАТЬЯНА ГИГЕЛЬ.

Потерю репутации и привлекательности усиливают, в том числе, изменившиеся интересы и ценности молодого поколения, о чём говорили на другом отраслевом событии представители мебельного ретейла.

Интернет, возможность онлайн-обучения и удалённой работы дали современным молодым специалистам больше возможностей связать работу со своими интересами. Это отчасти снова-таки подтверждает опрос ВЦИОМ, проведённый в 2021 году, о том, как россияне выбирают профессию. По результатам работы, на выбор профессии четверти россиян повлияли собственные увлечения и интересы (27%). Однако факторы, что указала ТАТЬЯНА ГИГЕЛЬ в своём выступлении, пусть и уступают интересам, но играют в выборе профессии молодёжью отнюдь не последнюю роль. По результатам того же исследования, 17% руководствовались оплатой труда, 15% ориентировались на престиж профессии и 12% — на востребованность профессии на рынке труда.

Согласно результатом опроса ВЦИОМ, проведённого в 2019 году, по специальности, которой обучались, работает каждый второй опрошенный

51 % преимущественно люди с высшим образованием

58 %. Напротив,

47 % россиян не работают по специальности

55 % среди людей со средним специальным образованием

О потере интереса ко многим рабочим профессиям заговорили очень давно и даже попытались это исправить. Одной из первостепенных мер для решения вопроса стало подписание Правительством РФ Распоряжения «О популяризации рабочих специальностей» в 2015 году, спустя ещё 4 года заработал Национальный проект «Образование», активизировался Национальный совет по профессиональным квалификациям, в том числе отраслевой совет.

Казалось бы, почему в таком случае проблема всё ещё прогрессирует?

На встрече эксперты особо подчеркнули, что для более глубокой проработки кадрового вопроса следует к каждой подотрасли подходить индивидуально. И, к сожалению, специальностям ЛПК и мебельного сектора достаточно внимания не уделили. Интерес к профессии не повышается по одной, лежащей на поверхности, причине — система профильного образования «живёт своей жизнью».

Тяжело проникнуться делом и профессией, которые живут с отставанием во времени. Участники встречи заметили, что сегодня «некая оторванность системы образования от производственных реалий» — одна из ключевых проблем подготовки кадров. Из неё выходит по цепочке ещё одно упущение — не подготовленные должным образом кадры не могут на 100% эффективно работать с современным оборудованием. Как отметили на мероприятии, дорогостоящие многофункциональные станки из-за этого фактора работают лишь на 20–30%. Часто именно поэтому некоторые бизнесмены не готовы повышать таким работникам оплату труда, что снижает показатели профессии в целом по рынку.

«Я вижу эту ситуацию с разных сторон. Я сам в своё время заканчивал художественный колледж по профессии столяр-краснодеревщик в 1996 году, а после 5 лет учился в институте на инженера-технолога по производству мебели. Только после этого попал в бизнес, и уже 20 лет работаю с оборудованием. Именно за счёт всего этого опыта мне очень хорошо виден разрыв, который давно присутствовал на рынке, и сейчас он только продолжает нарастать в том числе за счёт активной цифровизации. Какие-то базовые знания, такие как, например, материаловедение или теория резания, они, в общем-то, и не изменились за последние 30 лет. Те знания, которые лично я получал, идентичны сегодняшним. Мы, как производитель и поставщик оборудования, проводим обучение сотрудников наших клиентов при запуске станков. Однако наш курс очень краткий, и многие важные теоретические аспекты и компетенции, которые дают профильные учреждения, мы попросту не можем передать за столь малый срок», — провёл параллель генеральный директор ООО «СЧМ Груп Рус» БОРИС ЧЕРНЫШЁВ.

Именно поэтому так важна совместная работа в этом направлении. С этим согласились и представители исполнительных и законодательных органов власти.

«Лесопромышленная отрасль активно развивается, и, безусловно, нужны кадры, новые специальности. С учётом цифровой экономики востребованы новые профессии. И это диктует новый запрос к образованию. Связка «образование-промышленность» должна работать постоянно, так как запрос на профессию делает отрасль. Одни профессии устаревают, и необходимо запускать новые. Поэтому это совещание в форме диалога имеет большое значение», — подчеркнула директор департамента лёгкой промышленности и лесопромышленного комплекса Минпромторга России ВЕРА ХМЫРОВА.

РЕШЕНИЕ: ОБНОВЛЕНИЕ СТАНДАРТОВ И СПИСКА ПРОФЕССИЙ

Представителя Минпромторга горячо поддержали докладчики со стороны профильных вузов. Преподаватели заметили, что Минтруд в 2020 году выпустил список 50 наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, требующих среднего профессионального образования. Из ЛПК-направления в списке оказались только «мастер по изготовлению мебели» и «мастер столярно-плотничных, паркетных и стекольных работ». Специальностей, связанных с лесной промышленностью (например, лесное хозяйство), не оказалось вовсе.

И по мнению многих специалистов, кроме того, что представленных профессий, связанных с ЛПК, очень мало, так ещё и профстандарты по вошедшим направлениям давно не актуализировали.

«Со своей стороны мы разработали такие инициативы и просим коллег, кто связан с нашими направлениями, посодействовать нам. Во-первых, поддержать идею внедрения модели колледж-заводы (проект совместно с АСИ). Во-вторых, внести предложение в Правительство РФ по актуализации Перечня профессий в Распоряжении от 03.09.2021 №2443-р. В-третьих, ускорить синхронизацию профессиональных и образовательных стандартов, о чём мы говорим уже лет 10», — озвучила в рамках своего доклада кандидат социологических наук, директор ГАПОУ МО «Межрегиональный центр компетенций — техникум имени С. П. Королёва» ИРАИДА ЛАСКИНА.

КООПЕРАЦИЯ БИЗНЕСА И ВУЗОВ: ЧТО МЕШАЕТ?

ТАТЬЯНА ГИГЕЛЬ в рамках встречи отметила, что чем больше будет примеров взаимодействия, тем скорее нивелируется дефицит. Особенно возможность студентов и выпускников проходить практику на предприятиях и в профильных компаниях с последующим трудоустройством может дать серьёзные результаты уже в самое ближайшее время. Главное, чтобы специалисты предприятий были готовы принимать в этом участие, потому как на базе университетов сейчас пусть и начинает появляться современное оборудование, но далеко не в полном объёме.

Представители разных вузов, участвующих в конференции, сошлись на том, что активное участие бизнеса в практической подготовке студентов могло бы значительно ускорить подъём отрасли.

Однако тормозят потенциальную эволюцию некоторые недоработки в законодательстве и в организационных моментах. Например, у многих предприятий, которые в принципе были бы готовы принять студентов, нет лицензии на образовательную деятельность. При этом по-прежнему много предприятий, которые не готовы брать на себя такую ответственность.

Иногда на словах готовность есть, но договоры о целевой подготовке предприятия не заключают, заметил в процессе дискуссии профессор, д. э. н., заведующий кафедрой лесной политики, экономики и управления Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета имени С. М. Кирова ВЛАДИМИР ПЕТРОВ.

«Вузы готовы сделать те компетенции, которые нужны бизнесу. Просто предприниматели забывают, что без должной

организации для нас это очень долгий и непростой процесс. Для преподавателя поменять рабочие параметры дисциплины (РПД) и фонд оценочных средств (ФОС) — это настоящий кошмар», — поделился ВЛАДИМИР ПЕТРОВ.

«Также замечу, что в положении закона о практической подготовке студентов совершенно не учли частное производство. Из-за этого пункта мы не имеем права отправлять своих студентов на практику к ИП, хотя многие такие предприниматели обладают достойной базой и готовы принять молодёжь на практику. Сейчас эта поправка находится на рассмотрении, и есть надежда, что в самое ближайшее время мы эту тему закроем», — добавила ИРАИДА ЛАСКИНА.

ПОЗИТИВНЫЙ ПРИМЕР СОВМЕСТНОЙ РАБОТЫ

О совместной работе вузов, бизнеса и производств заговорили ещё активнее, потому как появились реальные примеры такого взаимодействия, что уже демонстрируют свою эффективность.

Так, осенью 2020 года на базе Московского колледжа архитектуры, дизайна и реинжиниринга №26 («26 КАДР») появилась Академия цифровых мебельных технологий. Программу разрабатывали преподаватели учебного учреждения совместно со специалистами компании-производителя специализированного оборудования SCM и разработчиками профильного ПО «Базис». Образовательную программу готовили с упором на актуальные требования отрасли как для подготовки молодых кадров, так и для повышения квалификации уже работающих специалистов.

Программа «Мастер участка мебельного производства» включает 4 модуля:

- общие основы мебельного производства;
- современное программное обеспечение для мебельного производства;
- современное оборудование и технологии мебельного производства;
- бережливое производство. Управление производством.

Каждый обучающийся может выбрать интересующий его модуль или сразу все и таким образом повысить свою квалификацию в этом направлении или освоить новую профессию. Выбор такой общей компетенции не случаен, поскольку сейчас на рынке, особенно среди малого и среднего бизнеса, востребованы универсальные специалисты, которые должны обладать общими знаниями и понимать процесс производства мебели в целом — от создания проекта в современном ПО до работы на оборудовании.

Презентация этого образовательного проекта на отраслевых выставках (UMIDS-2021 и «Мебель-2021») вызвала большой интерес профессионального со-

В настоящий момент действуют

180

учреждений специального среднего образования в

41

регионе России

общества именно потому, что эта система может дать молодым кадрам именно те навыки, которые необходимы современной мебельной отрасли.

На UMIDS-2021 в Краснодаре даже прошёл испытательный экзамен по этой компетенции, и молодые участницы отлично справились со всеми поставленными задачами.

Ещё один яркий показатель актуальности программы — в рамках отраслевого чемпионата по стандартам WorldSkills — WoodworkingSkills, прошедшего на выставке «Мебель-2021», наибольшее количество участников было представлено именно в рамках компетенции «Мастер участка мебельного производства».

РЕШЕНИЕ: СОВМЕСТНАЯ АКТУАЛИЗАЦИЯ ПОСОБИЙ

Однако для получения грамотной теории не обойтись без наглядных и актуальных пособий, которых, как отметили участники, в распоряжении системы образования весьма немного. Многие профильные обучающие руководства безнадёжно отстали даже от многих тематических роликов на YouTube или в TikTok от производителей или поставщиков оборудования.

«Не хочу никого обидеть, но как сейчас происходит разработка учебных пособий? Этим по-прежнему занимаются профессора лет 60. Как они смогут подробно рассказать о том, как происходит обработка на станках с ЧПУ, если многие из них по большей части такого оборудования и не видели, а если и видели, то не имели возможности необходимое время поработать. Ухудшает положение ещё и время, которое уходит на согласование. В 2014 году учебник написали и ещё 2 года его будут «гонять» по экспертизам. Когда наши библиотеки получат это руководство, его уже можно будет выкинуть, потому что срок годности информации истёк — так быстро шагают вперёд технологии», — выразила сожаление ИРАИДА ЛАСКИНА.

Поэтому ещё одно предложение, поступившее от руководства Межрегионального центра компетенций — техникума имени С. П. Королёва, звучало так: «Принять активное участие в работе и экспертизе учебных пособий для системы СПО».

Представители вузов заметили, что основа уже есть — это профильные инструкции по обслуживанию и эксплуатации станков. Их можно просто дополнить некоторой теорией.

«Работодатели и производители, которые здесь присутствуют, нам необходима ваша помощь в разработке современных учебных пособий. Ваш доход будет зависеть и от наших студентов, поэтому участие выгодно и вам самим. И, конечно, здесь будет нужна и важна экспертиза этих руководств не только с нашей стороны, как педагогического сообщества, но и с точки зрения работодателей. Насколько нужен и актуален тот или иной учебник», — аргументировала г-жа ЛАСКИНА.

РЕШЕНИЕ: СПУСТИТЬСЯ К ШКОЛЬНИКАМ И ПОДНЯТЬСЯ ДО «ВЕТЕРАНОВ»

Некоторые участники высказались за два более нестандартных подхода: профориентацию и глубокую переподготовку. Такие варианты не очень популярны во многом потому, что более сложны в исполнении. Студенты, что бы ими ни двигало, всё же идут на учёбу осознанно. Школьников же нужно заинтересовать рабочей профессией, а опытных работников смотивировать изменить подходы, с которыми они уже проработали значительную часть жизни.

Однако специалисты, что уже практиковали такие способы, уверяют, что если применять их более массово, то результаты могут по-хорошему удивить.

Такое мнение во время совещания высказал директор департамента по лесопромышленному комплексу Костромской области ГЕННАДИЙ ЮРЗОВ. Профориентационная работа со школьниками способна привести к тому, что многие выпускники будут оставаться в родном регионе, выбирая востребованную и дос-

тойно оплачиваемую работу на местных предприятиях. Отток кадров из регионов в Москву также является частью сложившегося непростого кадрового положения.

Более того, такой подход способен привить молодёжи правильное отношение к труду. В том, что современное поколение сегодня смотрит на трудовую деятельность иначе и относится к постоянной работе менее серьёзно, преподаватели и производители сошлись с мебельными ретейлерами.

«К сожалению, сейчас наблюдается очень низкий интерес молодёжи к трудовой деятельности в принципе. В свою очередь, те выпускники, что готовы работать, рассматривают исключительно должности офисные, например, менеджеров. Поэтому мы, как производители, заинтересованные в кадрах, решили начать прямо со школьников, и даже не всегда со старших классов. Мы считаем, что нужно прививать детям понимание, что труд — это очень важно, а труд на современных производствах — ещё и престижно, в том числе в должности оператора станка или мастера участка. И что если стараться и развиваться в этом направлении, то возможен очень быстрый рост по карьерной лестнице. Я постоянно привожу в пример нашего начальника цеха, который пришёл к нам станочником, а до должности дорос за три года.

Закрепляем интерес мы с помощью дополнительных материалов о производстве и оборудовании, что готовим на базе нашего собственного учебного центра. Снимаем видеофильмы с нашими станочниками и механиками о работе станков, о техпроцессах, чтобы учащиеся видели, что производство мебели может быть технологичным и современным. И что даже если у желающих нет опыта работы, мы сможем всему их научить», — уточнила начальник учебного центра ООО ТПК «Феликс» ЛЮДМИЛА ПРИЩЕНКО.

В продолжение темы профориентации и работы с молодёжью эксперт высказала идею создания специализированной платформы для выпускников профильных вузов, где бы мебельщики и деревообработчики могли бы размещать свои вакансии, с информацией о предприятии и возможностях для студентов и выпускников. Назревает практика или выпуск, и нужно пристраиваться — молодёжь будет сразу знать, куда в первую очередь стоит зайти, чтобы найти работу по профессии.

«Идею озвучиваем здесь неспроста, а потому, что это уже буквально крик души! Возможно, создание такой узконаправленной платформы с вакансиями и информацией о работодателях может помочь отрасли, потому что мы уже буквально «с сачком» ходим по колледжам и школам в поисках кадров», — поделилась ЛЮДМИЛА ПРИЩЕНКО.

В свою очередь некоторые участники отметили, что не стоит списывать со счетов и более опытных сотрудников, которых часто не хотят брать по причине зрелого возраста. При достойной мотивации люди готовы будут осваивать, в том числе, не совсем привычные для них станки и технологии. То же касается и зрелых преподавателей вузов, о которых говорили выше.

«В долгосрочной перспективе решить проблему, на мой взгляд, можно только через повышение квалификации и профессиональной переподготовки как выпускников, так и самих преподавателей. Потому что, стоит быть честными перед самими собой, мы отстали от современного производства», — резюмировал ВЛАДИМИР ПЕТРОВ.

ПРОДВИЖЕНИЕ И ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ WORLDSKILLS

Как о самом движении, так и о чемпионатах по стандартам WorldSkills говорили многие участники совещания.

«Необходимы различные меры популяризации профессии, это сейчас очень важно. Скажем объективно, лозунги могут надоесть и не достичь нужного эффекта. Другое дело, когда это реальная жизнь, когда можно самим понаблюдать за профильными чемпионатами и работой участ-

БАЗИС

КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ МЕБЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

- МОДЕЛИРОВАНИЕ ИЗДЕЛИЙ И ИНТЕРЬЕРОВ
- ПАРАМЕТРИЗАЦИЯ МОДЕЛЕЙ
- ПРИЕМ ЗАКАЗОВ
- АВТОМАТИЧЕСКИЙ ВЫПУСК ЧЕРТЕЖЕЙ
- РАСКРОЙ МАТЕРИАЛОВ

- ПРОГРАММЫ ДЛЯ СТАНКОВ С ЧПУ
- УПАКОВКА ИЗДЕЛИЙ
- ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РАСЧЕТЫ
- СКЛАДСКОЙ УЧЕТ
- УПРАВЛЕНИЕ МЕБЕЛЬНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ «1С-БАЗИС: ПРОИЗВОДСТВО»
- ОБЛАЧНЫЕ СЕРВИСЫ

НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ:
3D ВИЗУАЛИЗАЦИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ШЕЙДЕРОВ

реклама

+7 (496) 623-09-90

www.bazissoft.ru

По результатам опроса ВЦИОМ,

30 %

не работающих по специальности в качестве причин указывают на невозможность устроиться или отсутствие работы по своему профилю,

24 %

на более высокую зарплату в другой профобласти, а

20 %

опрошенных указали, что «нашли себя» в другой сфере.

Интервью с экспертом АНО «Агентство развития профессионального мастерства» («Ворлдскиллс Россия») можно прочесть в журнале «Индустрия мебели» №1 (38) за январь-февраль 2022.

ников. Система WorldSkills может стать одним из самых действенных инструментов решения кадрового вопроса. Не зря эту меру упоминала Татьяна Анатольевна [Гигель] наравне с дуальным образованием и прохождением практики.

К тому же мы неоднократно убеждались, проводя отраслевые чемпионаты, что уровень людей, задействованных в этой системе, таков, что ни одному многоопытному специалисту не будет зазорно вместе с ними поработать и с ними посоревноваться. И это можно сказать об участниках WorldSkills любого возраста», — выразил уверенность ТИМУР ИРТУГАНОВ.

Однако и здесь многие бы хотели видеть более активную заинтересованность бизнеса, особенно производителей станков. Речь идёт не только лишь о финансировании, возможно предоставление оборудования на время подготовок к соревнованиям и проведениям чемпионатов. Потому как, несмотря на то, что техническая обеспеченность вузов сегодня значительно лучше, многие технологии учреждения образования по-прежнему не могут себе позволить.

Но и здесь не обходится без трудностей. Тему участия в чемпионатах по стандартам WorldSkills продолжила директор ГАПОУ МО «Межрегиональный центр компетенций — техникум имени С. П. Королёва» ИРАИДА ЛАСКИНА. Спикер предложила подумать над возможностью увеличения финансирования при подготовке к соревнованиям. В первую очередь — обеспечить необходимым оборудованием площадки для подготовки ребят. Ведь стоимость оборудования одного рабочего места обходится в несколько миллионов рублей, а учить делать мебель или обрабатывать древесину без современных станков и инструментов просто нельзя, если мы рассчитываем получить на выходе из учебного заведения грамотного и востребованного специалиста. Кроме того, по мнению спикера, необходимо оптимизировать перечень профессий лесного комплекса, а также синхронизировать профессиональные и образовательные стандарты путём создания актуальных современных учебных пособий. Здесь особенно будет кстати помощь представителей бизнеса, производителей и поставщиков оборудования, поскольку именно они обладают знаниями и представлениями о современных технологиях.

«У нас практически единственный в стране центр, построенный по программе образования WorldSkills, в том числе для участия в чемпионатах мира. Во многом поэтому у нас есть возможность участвовать в грантах, что составляет значительную часть нашего финансирования. Потому что полное оснащение рабочего места для одного студента по направлению «деревообработка» обойдётся приблизительно в 850 тысяч рублей. Например, в нашем случае в одной мастерской пока 12 мест. И это я не говорю про самые современные станки с ЧПУ от импортных компаний, которые стоят от 8 миллионов рублей. В Московской области специалистов ЛПК готовят 12 учреждений, и если все они захотят купить такой станок, то наш губернатор быстро разорится», — заметила ИРАИДА ЛАСКИНА.

POLYGRAN
ЗАВОД
КУХОННЫХ
МОЕК

POLYGRAN
KITCHEN SINK

КУХОННЫЕ МОЙКИ
ИЗ ИСКУССТВЕННОГО КАМНЯ

TOLERO

КУХОННЫЕ МОЙКИ
ИЗ КВАРЦА / КВАРЦА И СТАЛИ / СТЕКЛА И СТАЛИ

QUARTZ BOND®

КУХОННЫЕ МОЙКИ
ИЗ КВАРЦЕВОГО КОМПОЗИТА

CTM

КУХОННЫЕ МОЙКИ
ПОД ВАШЕЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ

САМОЕ КАЧЕСТВЕННОЕ
РОССИЙСКОЕ
И ЕВРОПЕЙСКОЕ СЫРЬЁ,
НЕМЕЦКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
И УНИКАЛЬНЫЙ ОПЫТ
ПОЗВОЛЯЮТ НАМ ВЫПУСКАТЬ
ПРОДУКТ ВЫСОЧАЙШЕГО
КЛАССА

ВСЯ ПРОДУКЦИЯ
ПОДЛЕЖИТ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ
СЕРТИФИКАЦИИ

МЫ ИСПОЛЬЗУЕМ
3-Х УРОВНЕВУЮ СИСТЕМУ
КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА

НАШИ МОЩНОСТИ
ПОЗВОЛЯЮТ ПРОИЗВОДИТЬ
БОЛЕЕ 700 000 МОЕК В ГОД
ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ
ПРОИЗВОДСТВЕННОГО
КОМПЛЕКСА 12 000 м²

8-800-500-23-73
(звонок бесплатный)
@Polygran_official
www.polygran.ru

реклама

Мебельное ПО: хождение по вузам

Итак, на отраслевых мероприятиях специалисты пришли к выводу, что один из ключей к восстановлению кадрового потенциала — активное взаимодействие вузов с производителями мебели и в особенности с производителями и поставщиками оборудования. Однако сегодня в вопросе обучения молодых мебельщиков нельзя забывать про ещё один очень важный момент — специализированный софт. Потому что пусть ещё не так давно использование на предприятии различных систем автоматизации производственных процессов было редкостью, то теперь это становится нормой, без которой сложно обойтись.

Беседовала Мария Бобова

ТИМУР БУТАКОВ,
консультант по программе bCAD,
основатель и руководитель
Школы мебельного
проектирования Тимура Бутакова

Некоторые бренды станков на базе вузов и при их поддержке организуют учебные центры, а многие мебельщики — собственные обучающие программы. А как, в свою очередь, работают с учебными заведениями производители специализированных мебельных программ для проектирования?

И какую отдачу от этого можно получить? Ведь при успешной реализации таких проектов фабрики и производители станков часто получают подкованных станочников, мастеров или наладчиков — усилия окупаются квалифицированными людьми. Чего ждать производителям ПО от работы с вузами?

Обо всех моментах нам рассказал Тимур Бутаков, консультант по программе bCAD, основатель и руководитель Школы мебельного проектирования.

— Тимур, недавно вы провели серию обучающих лекций в Казанском национальном исследовательском технологическом университете. Как часто вы организуете такие выступления в вузах? Или сотрудничество началось именно с КНИТУ?

— Нет, это далеко не дебют. Помимо поддержки в освоении программы сотрудников мебельных предприятий, мы давно и планомерно сотрудничаем с профильными вузами и ПТУ, проводя лекции, семинары и мастер-классы о профильном ПО для студентов этих учебных заведений.

Если говорить о двухдневном обучающем мастер-классе для учащихся кафедры архитектуры и дизайна изделий из древесины КНИТУ, то это мероприятие первое, проведенное нашей Школой, именно в 2022 году, и мы надеемся, что далеко не последнее.

Студенты получили информацию о том, как применять программу в процессе автоматизации мебельного производства, каковы нюансы использования программного пакета. Кроме того, в ходе практической работы спроектировали своё первое мебельное изделие. Занятия проходили в форме диалога, поэтому участники имели возможность ещё задавать собственные вопросы.

— Тем не менее более активно вы работаете с уже состоявшимися мебельщиками. На Ваш взгляд, что легче: научить работать с программой для проектирования студента или уже опытного специалиста? Приведите, пожалуйста, аргументы.

— Несмотря на некоторые схожие черты, процессы обучения по этим двум направлениям имеют существенные отличия. Подготовка мебельщика, имеющего собственный опыт в производстве, состоит лишь в том, чтобы показать, как использование конкретного программного обеспечения поможет упростить и ускорить выполнение хорошо известных ему задач. Результаты такого обучения в подавляющем большинстве случаев видны сразу, так как полученные знания и навыки сразу же начинают применяться на практике.

Процесс обучения студентов имеет совсем иной смысл, другие задачи и особенности, а подход к нему должен быть гораздо более тонким и деликатным. Основная цель такого обучения заключается в том, чтобы, показав будущему специалисту преимущества использования нашего программного продукта, сформировать в нем видение своих перспектив и вдохновить его к продолжению освоения своей специальности.

Потому что, к сожалению, сегодня серьёзной проблемой является то, что после окончания обучения в вузе многие студенты не продолжают свою профильную деятельность, а уходят в иные сферы, не связанные с использованием полученных знаний.

Именно заинтересованность студентов в продолжении работы на мебельном производстве и является задачей привлечений мебельных фабрик и других предприятий мебельной отрасли к учебному процессу.

— Возвращаясь к теме организации таких встреч, с чьей стороны обычно поступает инициатива? Вы сами специально находите время для работы с учебными учреждениями, или вас приглашают сами вузы?

— Думаю, это происходит примерно в равной степени. Многие вузы и ПТУ активно инициируют проведение таких встреч. В случае с КНИТУ идея провести мастер-класс исходила именно от специалистов кафедры.

— На ваш взгляд, это может быть связано с тем, что сами преподаватели профильных учебных заведений понимают, что образовательные системы и методологии вузов отстают от актуальных требований современного производства?

— Справедливости ради следует заметить, что это отставание — естественный процесс. Учебные программы и тем более пособия к ним всегда будут как бы «догонять» современные технологии, корректируясь и видоизменяясь под влиянием прогресса и инноваций в соответствующих сферах.

Поэтому да, все стороны — и образовательная, и производственная — понимают, что если вовсе избежать этого разрыва в отставании невозможно, то сократить эту дистанцию вполне в наших силах.

К сожалению, надо констатировать, что, несмотря на вышесказанное, сотрудничество участников рынка по-прежнему требует большей активности. Именно поэтому мы не планируем прекращать эту сторону нашей деятельности — содействовать учебным заведениям в актуализации программ. И рассчитываем, что вскоре многие наши коллеги, действующие мебельные компании и смежные участники мебельного рынка также сфокусируют на этом внимание.

— Возможно, многим представителям отрасли просто не хватает дополнительной мотивации, потому что работа со студентами дело непростое, отнимающее много времени. По вашему опыту, что ещё компания может получить помимо потенциальных сотрудников и потенциального роста отрасли?

— Повторюсь, что в отличие от обучения сотрудников мебельных предприятий, результаты обучения студентов проявятся лишь со временем. Но рано или поздно это принесёт свои плоды. Сегодняшние студенты завтра станут высококвалифицированными специалистами на производствах, что позволит увеличить конкурентоспособность компании на рынке.

В нашем же случае, участвуя в такой образовательной деятельности, мы повышаем лояльность к нам и к нашему продукту. Познакомившись раньше с нашим программным обеспечением, оценив возможности и увидев на практике преимущества, они с большей долей вероятности прибегнут к нашему продукту в будущем. Это очень хорошая имиджевая история.

реклама

Обучение на производстве: «хочешь сделать хорошо — сделай сам»

Чтобы результативно обучить кого бы то ни было, нужно немало времени, финансовых вложений и, конечно, полной концентрации внимания на предмете. Но если учебные заведения заточены как раз только на воспитательную и просветительскую работу, то как это могут совмещать на производстве, когда необходимо также контролировать работу станков? В наших материалах мы часто упоминали то, как мебельщики обучают кадры на своих же производствах, и сейчас решили прояснить детали.

Беседовала Мария Бобова

ЛЮДМИЛА ПРИЩЕНКО, начальник учебного центра ООО ТПК «Феликс»

Фото: ООО ТПК «Феликс»

В какой момент терпение мебельщиков лопается, и они решают заняться обучением? Что из себя представляют такие «фабричные» программы, и во сколько это мебельщикам обходится? Все нюансы нам рассказала начальник учебного центра ООО ТПК «Феликс» ЛЮДМИЛА ПРИЩЕНКО.

— Людмила, уточните, что всё же послужило причиной организации собственного учебного центра? Много направлений уже было освоено, и решили попробовать себя в учебной стезе? Или всё же проблема дефицита кадров подтолкнула к решительным действиям?

— Как минимум повышением квалификации наших работающих сотрудников мы занимались всегда. Что же кается обучения с нуля, которое мы проводим последние несколько лет, то я бы сказала, что производственная необходимость породила инициативу. Ведь достаточно долгое время наши учебные заведения, как вузы, так и колледжи, не готовили специалистов под требования современных фабрик, особенно если говорить о работе со станками с ЧПУ. Поэтому пришлось брать дело в свои руки, поначалу используя исключительно наш опыт в вопросах повышения квалификации. После мы организовали отдельное подразделение и вывели корпоративную программу, что позволило нам своими силами обучать людей без опыта в мебельной отрасли, что искали у нас работу.

— Получается, сейчас вы продолжаете работу по двум обучающим направлениям. Есть ли положительный эффект?

— Производство требует обоих вариантов обучения кадров. И да, замечу, что эффект от этого очень заметен.

В случае с обучением людей с нуля по окончании курса мы получаем сотрудника, максимально заточенного именно под наше производство. Мы даём именно те знания, умения и навыки, что характерны для нашего направления. И ещё один плюс обученного нами работника по сравнению с пришедшим с другого производства — отсутствие необходимости адаптации как к фабрике и персоналу, так и к специфике. А момент адаптации неизбежен даже в том случае, если к нам приходит очень опытный мебельщик, ранее работавший на солидных производствах. Экономия времени очевидна — работник с первого дня вступления в должность знает, что и каким образом делать, сразу показывая достойные результаты.

Если же говорить о повышении квалификации на базе нашей же фабрики, то здесь основное преимущество в том, что благодаря этому процессу мы можем воспитать идеальных именно для нашей фабрики руководителей как среднего, так и высшего звена. Ведь ни для кого не секрет, что самые лучшие и компетентные начальники вырастают из своей среды. Те, кто начинали с самых маленьких должностей, потом развивались, переходя с участка на участок, и в финале уже досконально знали все нюансы производства, понимали особенности, требования и принципы компании, и были хорошо знакомы со всеми коллегами. В свою очередь новые работники имеют возможность приобретать новые умения и попробовать себя на разных этапах работы.

— А какие есть минусы?

— Я бы сказала, что в таком направлении нет минусов, есть неизбежные задачи

Фото: ООО ТПК «Феликс»

и затраты, которые необходимо решить нам, как работодателям, для получения результата, а пришедшим к нам — для получения места. В первую очередь требуется дополнительное время от каждой из сторон. От составителей программы, от наставников, которые также и работают на производстве, от учеников.

— Если затронуть вопрос финансов, то каковы денежные вложения компании в обучение персонала? Сколько в среднем средств может уйти на обучение одного сотрудника?

— Здесь невозможно дать точный ответ, тем более что на подсчёты будет влиять и масштаб предприятия, и технический парк, и численность уже работающих сотрудников. Но в любом случае, с большей долей вероятности, не придётся покупать дополнительное дорогостоящее оборудование — достаточно того, что уже есть в распоряжении вашего предприятия.

Потребуется отдельное место под учебный класс, но его можно выделить из уже имеющихся площадей. Кабинет потребуется снабдить компьютерами, принтерами и другой необходимой техникой — мебель, как вы понимаете, в случае совпадения профиля фабрики вы можете изготовить сами.

У нас на производстве есть учебный класс, где проходит обучение теоретическое, где мы знакомим с видеоматериалами, а уже дальше, вторым этапом, идёт практическое обучение, которое проходит уже непосредственно на рабочем месте, под руководством наставников.

Ещё один пункт расходов — зарплата сотрудникам и преподавателям. Однако это вложение уже с первым выходом новых обученных сотрудников на производство окупит себя за счёт увеличения объёмов производства.

— На ваш взгляд, что должно включать в себя такое профильное обучение?

— Наша система базируется на трёх основных компонентах. Первый — непосредственно сама программа обучения, что содержит руководство о том, какие навыки в какой последовательности и каким образом лучше преподавать новичкам. Второй — уникальный методический материал: снятые компанией учебные фильмы и разработанные инструкции по качеству и по работе на каждом виде станков. Обязательно по завершении теоретического обучения мы проводим тестирования и аттестацию, которые позволяют понять уровень приобретённых знаний, умений и навыков. И дальше уже практика с наставником, а после и самостоятельная.

Третьим компонентом обычно выступает мотивация. Как я говорила выше, обучение и повышение квалификации дают возможность вырасти по карьерной лестнице, и сотрудники с удовольствием используют эту возможность.

— По вашим данным, как много мебельных производств сегодня обучают кадры сами?

— Специально мы такую статистику не ведём, но насколько я владею информацией как руководитель учебного центра, очень много наших коллег сегодня обучают кадры сами на своей базе. К сожалению, ситуация с кадрами сегодня по-прежнему сложная, и пусть техническая комплектация многих вузов значительно улучшилась, но это всё же не повсеместно.

— Выходит, за таким корпоративным обучением будущее? Или компании откажутся от этого сразу же, как только вузы смогут актуализировать собственные программы обучения?

— Государственное и корпоративное обучение будут существовать параллельно, и никто никого не заместит. Мы не отрицаем, что профильные образовательные учреждения всё же дают массу важной информации, которая пригодится на любом производстве. Обучение традиционное должно быть в обязательном порядке.

Просто, повторюсь, многие компании будут таким образом сокращать время на адаптацию и растить кадры максимально под свои требования, что не сделает ни один вуз. Вложения в собственные кадры — одна из самых надёжных инвестиций.

— На мероприятии «RusМебель» на «Мебель-2021» представители вузов и производителей говорили о необходимости повышения финансирования учебных учреждений, об актуализации профстандартов и необходимости совместной работы. Вы также участвовали в мероприятии и сделали большой акцент на профориентации молодёжи. Актуализируем и дополним информацию. На ваш взгляд, какие ещё меры могли бы поспособствовать улучшению ситуации с кадрами?

— Безусловно, нужно актуализировать профстандарты, конечно же, необходима совместная работа. Но я снова сделаю акцент на профориентации и популяризации профессий. Мы не только постоянно об этом говорим, но и слова у нас с делом не расходятся. Мы системно проводим обучающие вебинары для студентов колледжей и старшеклассников, когда позволяет обстановка, осуществляем экскурсии по фабрике, а также организуем и проводим на производстве студенческие практики по всем профильным профессиям.

Добавлю только, что делать это должны не только учебные заведения или мы, как производители, заинтересованные в будущих кадрах, но и государство. Со стороны государства у нас много говорят про IT-сферу или робототехнику и совсем не затрагивают нишу производства, в том числе мебельного. Важно, чтобы различные специальности мебельных производств стали престижными, современными, модными. Ведь сегодня у нас также есть технологии в виде современных станков и промышленный дизайн, и smm-продвижение.

Когда вместе с вузами и мебельщиками этим активно займётся государство, тогда и решение проблемы кадров в нашей отрасли пойдёт активнее и быстрее.

MAGAMAX
— for kitchen & home —

Торговая марка KERRON принадлежит
АО «ТПК «МАГАМАКС»
www.magamax.ru

СТИЛЬ КУХНИ СОЗДАЮТ ДЕТАЛИ

За что мы ценим «Джоконду» да Винчи? А роскошные британские автомобили? Ответ на вопрос кроется в мелочах, которых в шедеврах искусства ровно столько, чтобы мы могли ими восхищаться. Здесь ещё действует так называемый принцип Парето: «20% усилий дают 80% результата». Интерьеры кухонь и комнат устроены по такой же формуле. Непроизвольно мы с вами обращаем внимание на те детали, которые и формируют наше настроение. Достаточно небольшого изменения, чтобы интерьер заиграл по-новому.

В текущих условиях конечный покупатель с большей долей вероятности повременит с покупкой новой корпусной мебели. Однако потребители всё равно будут пробовать как-то обновить домашнюю обстановку при помощи более доступных средств. И в этом им как раз могут помочь мебельные ручки.

КАК ПРИНЦИП ПАРЕТО РАБОТАЕТ В ИНТЕРЬЕРЕ?

Представим себе белый интерьер, популярный в жилых комплексах крупного российского холдинга. В таких помещениях встречаются сдержанные фасады серого цвета с элементарной фрезеровкой или даже без неё. Простейшее решение — светло-серые ручки-скобы с П-образной геометрией. Итоговый результат — функциональная «рабочая» кухня без каких-либо изысков.

Только ведь большинство жаждут получить свой домашний очаг, уютный угол, где каждая мелочь сделана для души. В случае с фасадами решение есть! Типовая «квадратная» геометрия меняется классическими ручками цвета античного металла.

Например, в коллекции KERRON Classic имеются модели, способные приблизить интерьер к стилю аристократичной Британии или прагматичной, но до безумия красивой Норвегии. Для дорогих гарнитуров из массива можно рассмотреть ручки-кнопки, добавляющие кухне королевский шарм.

KERRON Classic — простая геометрия и проверенный временем дизайн позволяют коллекции быть универсальной и применяться как в типовых, так и авторских интерьерных решениях.

реклама

И это лишь одно из множества решений для кардинального преображения:

KERRON Metallic — холодный блеск металла, выраженный в плавной, «скользящей» геометрии. Прекрасно сочетается со светлыми тонами фасадов, создавая гармонию за счёт лёгкого контраста.

KERRON Ceramic — частичка души в любой мебели и счастливый талисман дома. Изготовленные из металла ручки инкрустированы керамическими вставками, рисунки на которых нанесены вручную.

KERRON Crystal — в крепкий и надёжный цинк-алюминиевый сплав инкрустированы кристаллы. Благодаря выверенной геометрии и аккуратной огранке они не кричат, но тихим уверенным басом подчёркивают ваш статус.

KERRON Elite — премиальная линейка, подобная королевскому глашатаю. Строгий стиль, рельефная поверхность для цепкого хвата и максимально сдержанный декор — все по канонам величественного стиля.

KERRON Art — авторский проект, созданный для ценителей искусства. Дизайн этих ручек находится вне рамок моды и времени. За прочными стенами из металла и лака виднеются узоры цветочных полей, диких джунглей или магических кристаллов. Образ вы выбираете сами. А качественное воплощение — дело мастеров KERRON.

KERRON Hooks — коллекция для тех, кто создаёт образ заранее. Мебельные крючки KERRON вобрали в себя лучшие дизайн-решения остальных коллекций.

ГДЕ ПОСМОТРЕТЬ ТАКИЕ РЕШЕНИЯ?

Мебельная ручка подобна золотому кольцу или ожерелью: её используют каждый день, на неё обращают внимание, и она правильно дополняет образ владельца.

Все коллекции представлены в каталогах бренда, на сайте производителя и в социальных сетях. Но стоит один раз увидеть их вживую. Каждую из коллекций можно посмотреть в филиалах АО «ТПК «МАГАМАКС» по всей России и выбрать то, что лучше всего подходит вашим клиентам. Особенно приятно жителям Южного федерального округа, потому что АО «ТПК «МАГАМАКС» открыт филиал в Краснодаре.

реклама

г. Краснодар,
ул. Лизы Чайкиной, 10
+7 (965) 223-18-63
+7 (965) 223-19-09
sell23@magamax.ru

г. Симферополь,
ул. Кубанская, 23Б, «Ф»
+7(978) 941-87-88
+7(978) 715-10-44
sell82@magamax.ru

Домашние офисы: выиграть на популярных мебельных тенденциях

Беседовала Мария Бобова

Велика вероятность, что вскоре спрос на традиционную бытовую мебель может начать серьёзно падать, а потому многие отраслевики начинают заранее задумываться о том, какие новые направления помогут укрепить компанию, и о том, что могло бы дополнительно простимулировать потребителей. Помочь решить сразу обе эти задачи может освоение производства некого трендового продукта, который получил свою популярность как раз в последних кризисных условиях. Так, ещё с пандемии 2020 года значительно вырос спрос на несколько позиций: мебель для геймеров, перегородки и прочие продукты для зонирования пространства, а также на решения для домашних офисов.

ОЛЬГА АКСЁНОВА,
дизайнер мебели, эксперт по эргономике и правильному хранению вещей, основатель GiD-Group (ИП Ситникова О. Ю.)

Анализируя ситуацию, можно понять, что мебель для геймеров и решения для зонирования пространства по-прежнему остаются достаточно стабильными и перспективными направлениями.

Киберспорт, кажется, только укрепляет свои позиции в кризис, а значит, сохраняется спрос на сопутствующую продукцию, в том числе мебель. Тенденции на рынке недвижимости такие, что с большей долей вероятности люди будут чаще приобретать малогабаритное жильё и заниматься его зонированием не путём дорогостоящей перепланировки, а при помощи более бюджетных инструментов (перегородок и мебели).

А вот ситуацию с домашними офисами не назовёшь такой однозначной. По данным опроса IT-сервиса по поиску работы и подбору сотрудников Superjob, в марте 2022 года число компаний, переводивших сотрудников на «удалёнку», сократилось по сравнению с февралём в 2 раза. Доля удалённого формата работы снизилась до 25%.

Значит ли это, что тренд на мебель и интерьерные решения для домашних офисов можно объявить закрытым? Или статистика не отражает тот факт, что за 2 года люди кардинально поменяли своё отношение к организации рабочих мест в своих квартирах? Стоит ли делать ставку на изделия такого направления? И если делать, то какими они должны быть?

Обо всём этом мы поговорили с дизайнером мебели, экспертом по эргономике и правильному хранению вещей, основателем GiD-Group (ИП Ситникова О. Ю.) Ольгой Аксёновой.

— Ольга, несмотря на множество новых сложных событий, с точки зрения эпидемиологической обстановки жизнь налаживается. Как показывают различные статистические исследования, люди возвращаются в традиционные коллективные офисы. Выходит, что интерес потребителей к таким решениям падает? Есть ли вероятность, что мебель и системы для организации домашнего рабочего места вскоре снова станут редкими и малоприменимыми?

— Знаете, такой же вопрос задал мне один из слушателей моего семинара «Особенности проектирования эргономичного пространства» на столичной выставке «Мебель-2021». Такой вывод действительно напрашивается. Однако я, как и в тот раз, выскажу аргументы против этого предположения. Ситуация прошлого года в первую очередь приучила людей быть готовыми к резким переменам в своей жизни: сегодня ты работаешь в компании, а завтра уже нет. Поэтому все осознали, насколько полезным может оказаться организованное дома рабочее место.

Добавлю, что такие решения как никогда актуальны для современных женщин: сегодня ты динамичный молодой

работник, что проводит сутки в офисе, а завтра ты мама с маленьким ребёнком, которая хочет продолжить свою работу.

И когда в 2020 году многие были вынуждены организовать рабочие места дома, потому что эффективно трудиться за кухонными столами или на кроватях стало невозможно, они уже не захотят от этого отказываться.

Более того, может, и уходит тенденция на официальную «удалёнку», но зато активно растёт рынок фриланса. Его подкрепляет и то, что сегодня всё больше молодых людей предпочитают работать из дома с гибким графиком. Так что окончательно интерес к этим решениям не пропадёт.

— Отмечают ли это компании-производители? Ведь ещё лет 10 назад они были больше ориентированы на заказы от компаний, заказывающих мебель оптом в офис. То есть сейчас заказов от частных потребителей стало больше?

— Отмечу, что мебель для офиса отличается не по принципу — реальный ли это офис или домашний, а по назначению конкретных видов продукции. Частные рабочие кабинеты были всегда, просто сейчас изменился статус многих людей, которые стали фрилансерами и работают удалённо. И количество офисных сотрудников сегодня всё же значительно сократилось по сравнению с несколькими годами ранее. Я вижу это по своей компании — многих специалистов мы перевели на «удалёнку».

К тому же, продолжая беседу о корпоративном заказе, всегда надо учитывать, о каком кабинете идёт речь. Ситуация на рынке решений для больших офисов также поменялась.

— Какие это изменения и с чем они связаны?

— Начну с напоминания о том, что этот рынок всегда чётко отличался по сегментам и потребителям. Кому предназначается непосредственно офис и мебель в нём: рядовым сотрудникам или топ-менеджеру? Этот фактор в свою очередь очень влияет на выбор материалов и конструкций компаниями-производителями.

Если мы говорим про среднестатистических офисных сотрудников, то при производстве соответствующих решений используют более бюджетные материалы и создают более простые формы и дизайн.

Оптимальные габариты для решений для рабочих пространств. Высота письменного стола — 725–750 миллиметров. Мебельщики часто «грешат» тем, что ориентируются на показатели кухонных столов, средняя высота которых 900 миллиметров. Высота стула — 420–450 миллиметров. Плоскость столешницы должна позволять пользователю комфортно работать с ноутбуком. Важно помнить, что подавляющее большинство людей сегодня работают за столом не только с бумагами, но и с техникой. Поэтому ширина и длина поверхности должна обеспечивать эту возможность.

* данные из доклада спикера «Особенности проектирования эргономичного пространства» на «Мебель-2021».

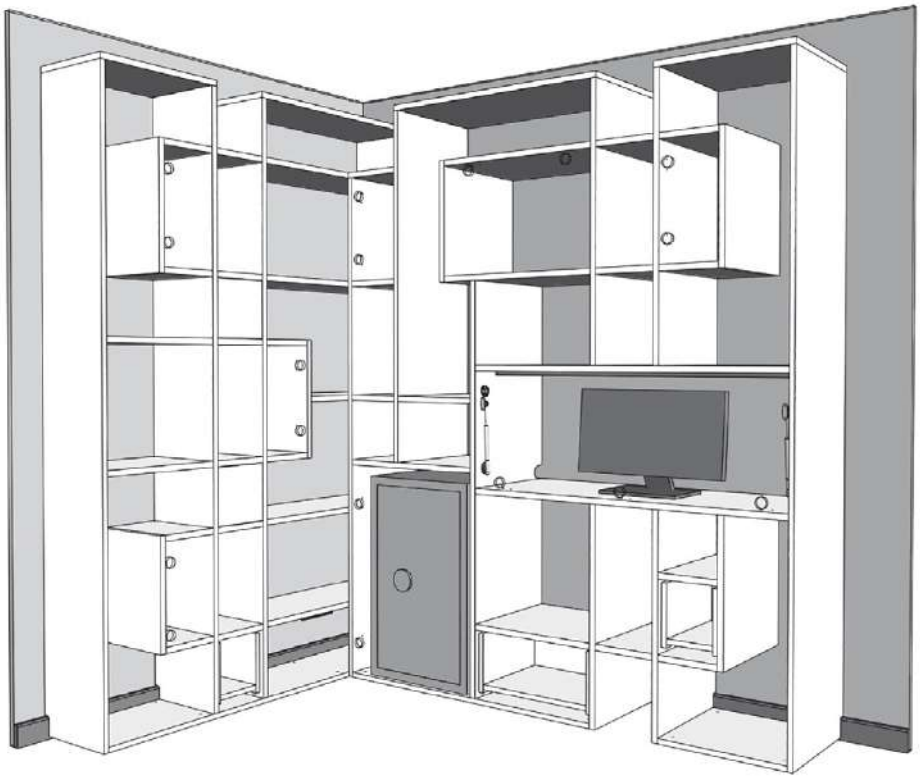
Что касается организации пространства для руководителя и изделий для него, то сырьё используют уже другое. Здесь применяют более эксклюзивные материалы: шпон, массивы, встроенная фурнитура, встроенные розетки и т. д. А также делают больший акцент на индивидуальное и эксклюзивное оформление.

И в целом такие запросы были всегда, и 10 лет назад также. Ведь рабочий кабинет — это место, куда человек приглашает гостей или деловых партнёров, поэтому материалы должны отражать, что собой представляет компания и статус её владельца.

И вот сегодня поменялось количество заказов в этих сегментах. Больше преобладают стандартные, массовые решения. Индивидуальная мебель намного дороже, а заказчики стали экономить.

Есть множество компаний, которые производят офисную мебель стандартных коллекций: определённый размер, определённый дизайн. Эта мебель может быть и более дорогой, и более бюджетной, но это стандарт. И в момент, когда наступил кризис в пандемию, производители перешли по возможности на удешевление — это всегда, повторюсь, некая стандартизация дизайна мебельных коллекций и материалов.

В силу кризиса сейчас вырос процент заказов стандартной мебели, но и индивидуальные заказчики тоже остаются.



— Компании при закупке решений для офиса чаще смотрят на цену. А как частные потребители выбирают решения для организации работы дома?

— По моим наблюдениям, это происходит таким образом: люди сначала покупают стандартную историю, чтобы быстро перейти на «удалёнку». И пользуясь покупкой какое-то время, начинают отмечать отдельные неудобства этой мебели, понимать, чего им не хватает и как можно было бы улучшить своё рабочее пространство.

Таким образом, некоторые потребители вскоре меняют или докупают мебель, а то и заказывают рабочее пространство по индивидуальным меркам. Это происходит не повсеместно, не буду лукавить, но достаточно часто.

— Можете привести пример из вашей практики? Каким был ваш последний необычный или сложный заказ по организации рабочего пространства?

— Совсем недавно мы обустраивали рабочее место для мамы троих детей. В то время как супруг и отец семейства выезжает в офис, женщина остаётся работать дома. И несмотря на то, что

у заказчиков большая квартира (больше четырёх жилых комнат), места для домашнего рабочего кабинета тем не менее не нашлось.

И тогда мы организовали рабочее пространство в большом холле — совместили библиотеку с откидным столом, создав подобие секретера. Стоило закончить работу, стол убирали, и до следующей рабочей сессии оставалось лишь место для хранения книг. Хозяйка осталась очень довольна. Это один из вариантов, как можно выйти из положения в том случае, если не нашлось лишнего места для организации рабочего пространства.

— Последние годы стало модным также организовывать детские домашние учебные пространства, схожие по устройству со взрослыми рабочими местами. На ваш взгляд, с какого года стала набирать популярность такая тенденция, и какие факторы повлияли на это?

— Эта тенденция стала появляться тогда, когда родители заметили, что если ребёнок работает за взрослым стулом и столом, то у него портится здоровье. Для детей необходима мебель определённого размера, мебель, которая меняется по высоте, парта с необходимым наклоном, чтобы не портилась осанка, возможность организации правильного освещения, чтобы ребёнок не портил глаза. Этого пытались достичь и в нашем детстве, просто из-за ограниченного ассортимента мебели это удавалось далеко не всегда.

Сейчас выбор современных решений для организации учебных пространств огромный, поэтому современные родители пришли к этому пониманию вполне осознанно.

— Какие решения в нише детских рабочих пространств сейчас актуальны у потребителей (как у родителей, так и у маленьких пользователей)?

— Как в случае с любой детской мебелью, это в первую очередь максимально экологичные и натуральные материалы (фанера, массив, краски-«водники»). В принципе, сейчас всё больше родителей начинают интересовать сертификаты соответствия. Поэтому этот фактор при реализации стоит учитывать.

И сейчас потребителям очень важно, чтобы при максимальном комфорте мебель для ребёнка служила как можно дольше. Это, как я указывала выше, столы и стулья, регулируемые по высоте, с возможностью регулировки наклона столешницы.

А также для маленьких детей модели с поверхностями, которые можно легко отреставрировать. В современных реалиях этот фактор даже начинает превалировать.

Представьте, родители тратят деньги на дорогое изделие, а оно приходит в негодность через полгода, потому что у ребят помладше ещё слабо сформировано понимание того, что вещи нужно беречь. Ребёнка ругают, возникает необходимость покупки нового изделия.

Другое дело, когда родители знают, что, например, столешницу можно просто и недорого заменить. Родители не тратят нервы. Не ругают детей — просто, когда необходимо, несут столешницу в мастерскую, где с неё снимают верхний слой, и получают обновлённую рабочую поверхность.

реклама

Стабильное качество по разумным ценам

«За последние три года российские производства столкнулись с проблемами, которые невозможно было спрогнозировать. Остановки производств в период пандемии, рост цен на сырьё, затруднения с поставками материалов и падение объёмов продаж. Всё это заставляло работать в экстремальном режиме, акцентируя внимание не на устойчивом развитии компании, а на решении бесконечных разноплановых проблем».

«ЛазерКомпозит» ощущает себя частью одной большой производственной семьи и понимает, насколько важно сейчас объединить усилия и выйти на стабильные совместные режимы работы. Мы держим обещания, соблюдаем сроки поставок, до последнего не поднимаем цены. Уверен: надёжные партнёры сейчас нужны, как никогда раньше, а вместе мы преодолеем трудности и выйдем на новый уровень производства!».

С. В. Маньков,
генеральный директор ООО «ЛазерКомпозит»

Работа в текущих экономических условиях осложняется проблемами, которые ещё некоторое время назад воспринимались как досадные, но вполне привычные и прогнозируемые обстоятельства. К поступательному росту цен на сырьё производители давно привыкли, учитывая это в структуре себестоимости, а иногда принося маржинальность в жертву растущим объёмам продаж. Закупка материалов по постоянно растущим курсам иностранных валют также воспринималась как необходимость, но компенсировалась качеством готовой продукции и её соответствием мировым трендам. Логистические цепочки были не всегда удобны, но компании привыкли к заблаговременным закупкам сырья и поддержанию широкой номенклатуры складских запасов. Даже в ситуациях вынужденных простоев и отсутствия привычного спроса небольшие компании побеждали за счёт готовности молниеносно выполнять заказы и производить партии качественных изделий под конкретного заказчика.

Нынешняя ситуация на рынке мебельной продукции стала настоящей проверкой на прочность для всех его участников. «ЛазерКомпозит» — всё ещё небольшая научно-производственная компания с объёмом выпускаемой продукции в несколько тысяч изделий в месяц. Сейчас этот статус стал нашим конкурентным преимуществом. Современные методы ведения бизнеса и построения производства, в том числе импортозамещение, автоматизация и бережливое производство, а также штат высококвалифицированных сотрудников дают возможность значительного снижения накладных расходов. Согласованные с нами ранее объёмы, на фоне стабильных цен и качества, дают нашим заказчикам уверенность в том, что хоть что-то в их производственной цепочке не подвержено стихийным изменениям.

• Мы, как и раньше, используем только качественные материалы. Уровень брака продукции не превышает 3%.

• Мы бережно относимся ко времени своих клиентов, особенно сейчас. Для постоянных заказчиков на складе всегда есть нужное количество заготовок.

• Мы соблюдаем привычный для нас и наших заказчиков баланс цены и качества.

• Мы идём в ногу со временем, применяя системы автоматизированного проектирования и оборудование с ЧПУ, а также 5D-лазерную резку.

• Как и всегда, мы готовы изготовить новый типоразмер мебельной заготовки, которая нужна конкретно вам.

• Ну и, конечно, мы сами доставим ваш заказ точно в указанный срок.

Компания «ЛазерКомпозит» настроена на рост, устойчивое развитие и укрепление позиций на рынке гнутоклееной продукции, даже в таких нестабильных рыночных условиях. И мы будем очень рады, если вы станете нашим постоянным партнером! Давайте развиваться, плечом к плечу, вместе!

На правах рекламы

ЛАЗЕРКОМПОЗИТ

мой бизнес
центр оказания услуг

Агентство развития бизнеса

ООО «Лазеркомпозит»
г. Обнинск Киевское шоссе 82
+7 (484) 399-60-80
mankov.sergei@yandex.ru
www.lasercom.tb.ru

ИЗГОТОВЛЕНИЕ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ГНУТОКЛЕЕНОЙ ФАНЕРЫ РАЗЛИЧНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

ПРОИЗВОДСТВО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ КОМПЛЕКТОВАНИЯ ПРОФИЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ЛИНИЙ

ПРОИЗВОДСТВО МАКУЛАТУРНЫХ ПРЕССОВ

Наши преимущества:

- высокий уровень выпускаемой продукции;
- жесткое соблюдение сроков и договоренностей;
- нацеленность на долгосрочное сотрудничество в статусе надежного поставщика;
- лояльные цены для выхода на серийную работу;
- разнообразие материалов, геометрических форм и размеров;
- готовность к решению нестандартных задач.

реклама

Есть ли замена импортным клеям?

События последних месяцев поставили мебельщиков в непростое положение. Особенно тех, кто активно работал с импортными комплектующими. Однако нынешнее положение показывает, что «план Б» в виде альтернативного поставщика должен быть обязательно. Ещё лучше, чтобы поставщик был российским, чтобы однозначно избежать долгого ожидания поставок и высоких цен на логистику. Только возникает закономерный вопрос: а есть ли в принципе на отечественном рынке достойные аналоги зарубежных клеев? Те, кто задались этим вопросов ещё в период пандемии 2020 года, могут ответить на этот вопрос однозначным и уверенным «Есть!».

В коронакризисный год, когда впервые нарушились цепочки поставок, многие озаботились поиском отечественных альтернатив, успели достаточно их протестировать, убедиться в качестве и даже перейти на постоянное использование. Среди таких материалов и комплектующих оказалась и клеевая продукция UMACOLL.

ЧТО МЕБЕЛЬЩИКОВ ПРИВЛЕКЛО В ОТЕЧЕСТВЕННОМ ПРОДУКТЕ?

Для зарубежных брендов характерен комплексный подход к изготовлению клеев, когда ассортимент компании полностью закрывает нужды производства: от изготовления деревянных конструкций, облицовывания их декоративными материалами до сборки мебели. В том числе и по этой причине значительная часть производителей использовала импортный продукт.

В то же время в непростой период дефицита сырья и сложностей поставок производители мебели смогли убедиться, что линейка клеевых материалов UMACOLL выстроена аналогично по принципу комплексного подхода.

ДЛЯ ИДЕАЛЬНОГО СРАЩИВАНИЯ НА ШИП

При изготовлении деревянных клееных конструкций на операцию сращивания на шип по длине традиционно используют поливинилацетатные клеи, так как они сочетают в себе доступную цену, качество склеивания и удобство в работе.

В линейке отечественного бренда всем этим запросам соответствует модифицированная поливинилацетатная дисперсия DispoNix DE 384.

Благодаря высокой вязкости она не стекает с вертикальных поверхностей, не вытекает из шиповых соединений, обладает сравнительно большим временем открытой выдержки. При высыхании образует прочную эластичную клеевую плёнку, незаметную в готовом изделии. Финальный клеевой шов устойчив к кратковременному воздействию влаги или повышенной температуры.

Продукт отлично подойдёт для сборки мебели.

ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ВЛАГОСТОЙКИХ ИЗДЕЛИЙ

Импортные поливинилацетатные клеи классов влагостойкости D3 и D4 обычно применяют для изготовления продукции, к которой предъявляются повышенные требования к влагостойкости клеевого шва (в соответствии с требованиями EN 204).

Заменить их может клей на основе модифицированной поливинилацетатной дисперсии Umacoll 39D с классом влагостойкости D3.

Он предназначен для изготовления и сборки мебели, в том числе изготовления мебельного щита (склеивание по пласти и по гладкой фуге) методами горячего и холодного прессования. Пригоден для склеивания твёрдых и экзотических пород древесины. При высыхании образует жёстко-эластичный клеевой шов, незаметный в готовом изделии.

ОБЛИЦОВКА РОВНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ

Для работы с декоративными отделочными материалами методами каширования, окутывания, постформинга на замену импорту отлично подойдёт клей Umacoll 80K, обладающий хорошей адгезией как к бумажным, так и к полимерным плёнкам. Пригоден для горячего и холодного прессования, удобен при нанесении, экологически безопасен. Клеевой шов прочный и пластичный.

ДЛЯ ИДЕАЛЬНОГО 3D-МУЛЬТИФОРМИНГА

В технологии 3D-мультиформинга оптимальные результаты обеспечиваются только строгим соблюдением технологии и зависят от температурного режима, прижимного давления, качества используемой плёнки и, конечно, клея.

В широкой линейке клеев для мультиформинга Umacoll особенно выделяют Umacoll 89M, который обеспечивает термостойкость клеевого шва в готовом изделии до +120 °С при низкой температуре активации.

Клей подходит для работы как с тёмными и высокоглянцевыми, так и с тонкими и «проблемными» плёнками; с древесными материалами с высокой впитывающей способностью. Его удобно использовать на автоматических линиях.

Также выделяют двухупаковочный клей Umacoll 834M с улучшенной способностью к равномерному распылению и растеканию. За счёт этих характеристик заметно уменьшается эффект шагрени на плёнке.

Узнать больше о материалах бренда можно на стенде компании (павильон 4, стенд D337) на Международной выставке UMIDS-2022, в ВКК «Экспоград Юг» (г. Краснодар) с 6-го по 9 апреля 2022 года.

Вся продукция UMACOLL является объектом собственных разработок, ассортимент разработан исходя из многолетнего взаимодействия со многими предприятиями, с учётом их нужд и потребностей и постоянно расширяется.

UMACOLL
INDUSTRIAL ADHESIVES
8-800-200-50-23
umacoll@gk-rp.ru
umacoll.com
На правах рекламы

ВЫСТАВКА

ОБЩЕРОССИЙСКАЯ СЕТЬ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННЫХ ВЫСТАВОК ТЕХНОДРЕВ

TEKHNO DREV Far East

ТЕХНОДРЕВ
ДАЛЬНИЙ ВОСТОК 2022

ТЕХНОЛОГИИ, МАШИНЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ЛЕСОЗАГОТОВКИ, БИОЭНЕРГЕТИКИ, ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ И МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

19–21 МАЯ
ХАБАРОВСК

ПРИГЛАШАЕМ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ
В ГЛАВНОМ СОБЫТИИ
ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА
ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА!

Хабаровская Международная Ярмарка
forest@khabexpo.ru
khabexpo.ru

реклама

МЕБЕЛЬ& ДЕРЕВООБРАБОТКА
УРАЛ

22–24 сентября 2022
г. Екатеринбург,
МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

Выставка мебели, оборудования и комплектующих
для деревообрабатывающего, лесоперерабатывающего и мебельного производства

Организатор
MVK Международная Выставочная Компания
+7 (861) 200-12-19
mebelexpo@mvk.ru

Подробнее о выставке
www.mebelexpo-ural.ru

реклама

Мебельная промышленность на пути к бережливому производству

Текст: Андрей Халбашкеев

«Чтобы оставаться на месте, нужно бежать изо всех сил. Чтобы двигаться вперед — нужно бежать в два раза быстрее». Эта цитата из «Алисы в стране чудес» довольно точно определяет суть рыночной конкуренции в современном мире. Поэтому любой бизнес стремится повысить свою эффективность. Вариантов, как достичь искомой цели, может быть несколько, но в последние годы в России и в мире всё большую популярность приобретают принципы бережливого производства. Насколько распространились эти веяния в мебельной индустрии? Узнаем об этом от наших экспертов.

Фото: мебельная компания «Ангстрем»

СОКРАЩАЕМ ПОТЕРИ, А НЕ РАСХОДЫ

КАК ЗАРОДИЛАСЬ ИДЕЯ?

Концепция бережливого производства родом из Японии. Её «отцом» считают Тайити Оно, а впервые она была внедрена в автомобильной компании Toyota. Японский инноватор обобщил и систематизировал существовавший мировой опыт, в котором содержались основные идеи и принципы новой теории. Само название «бережливое производство» отсылает нас к экономии. Однако первое впечатление вводит нас в заблуждение, в рамках бережливого производства следует сокращать не расходы, что потенциально может привести к снижению качества продукции, а потери.

Последние и стали одной из ключевых категорий концепции бережливого производства. По мнению Тайити Оно, потери могут быть из-за перепроизводства, ненужной транспортировки, лишних этапов переработки и лишних запасов, ненужных перемещений, выпуска дефектной продукции. Отдельно стоит отметить потери времени из-за ожидания (простои). Позднее к ним добавился нереализованный творческий потенциал сотрудников. Теория бережливого производства продолжила жить своей жизнью, пополняясь новыми понятиями. Так, экономисты Джеймс Вумек и Дэниел Джонс разработали 5 принципов бережливого производства, которые включают в себя «ценность», «поток создания ценности», «создание рабочего потока», «вытягивание», «совершенство».

Внедрение бережливого производства позволяет улучшить качество продукции, избавиться от лишних расходов, сократить время на производство продукта, снизить общие затраты компании и минимизировать риски. Главное, практика уже показала, что бережливое производство действительно даёт эффект. Так, можно найти данные, что внедрение этих инструментов повышает производительность труда до 70%, а качество продукции и услуг до 40%. Кроме этого, сокращается время производственного цикла и высвобождаются производственные площади.

А ЧТО В РОССИИ?

Концепция бережливого производства уже завоевала множество сторонников по всему миру. А как обстоят дела в нашей стране? Насколько успешно внедряются новые принципы на российских предприятиях?

«Старт развития производственной системы «Тойота» относят к началу 50-х годов прошлого столетия. В конце 1980-х они представили свои результаты автопромышленникам США, в начале 1990-х — в Европе. Что касается российских компаний, то развитие бережливого производства началось с 2000-х. Но если рассматривать историю оптимизации производств в России (СССР),

то мы с вами вернемся в 1920 год, когда в СССР был создан ЦИТ (центральный институт труда), основателем которого являлся Алексей Капитонович Гастев. Впоследствии японцы очень много почерпнули из практик нашего института и трудов Гастева при создании своей производственной системы», — рассказывает руководитель группы бережливого производства ООО ПК «Ангстрем» ВАДИМ ЗАХАРОВ.

Тем не менее хоть в основе системы бережливого производства и лежат наработки советских учёных, как целостная концепция в нашей стране она появилась недавно. Отметим, что этот процесс в России происходит во многом «сверху вниз» с активным государственным участием.

Как отмечает представитель мебельной компании «Ангстрем», в 2018 году был утверждён национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости», призванный создать условия для ежегодного прироста производительности труда в стране на 5% к 2024 году. Помимо прочего, он включал в себя и внедрение принципов бережливого производства. Отдельным приказом Минпромторга России были утверждены «Рекомендации по применению принципов бережливого производства в различных отраслях промышленности», где были установлены единые подходы к применению новых принципов в разных типах организаций. При поддержке Федерального центра компетенций (АНО «ФЦК») действует программа развития бережливого производства, куда на начало 2022 года вошли 76 регионов РФ. При этом ожидается, что оставшиеся 9 регионов войдут в неё до 2023 года.

«Предприятию, которое хочет получить господдержку в деле внедрения принципов бережливого производства, нужно в первую очередь заключить Соглашение о сотрудничестве с АНО «ФЦК». Затем пройти процедуру согласования пакета документов, подтверждающих возможность участия предприятия в проекте, подписать соглашение о конфиденциальности с АНО «ФЦК», согласовать план поэтапной реализации и подписать Акт старта работы», — перечисляет ВАДИМ ЗАХАРОВ.

При этом, как уточняет эксперт, за поддержкой можно обратиться также в Министерство промышленности, Министерство экономического развития и региональный центр компетенций.

В МЕБЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ НЕ ВСЕ ГОТОВЫ К ПЕРЕМЕНАМ

«В вопросах внедрения бережливого производства лидирующие позиции занимают такие отрасли, как машиностроение (автомобилестроение), атомная промышленность, металлургия и банковский сектор», — продолжает ВАДИМ ЗАХАРОВ.

Как мы видим, мебельная промышленность не значится в числе локомотивов этого процесса. Руководители предприятий не спешат внедрять у себя принципы бережливого производства по самым разным причинам.

«Причины незаинтересованности в подобных процессах — это и отсутствие свободных средств, и несовершенство налоговой и законодательной базы, недостаток экологической и социально ориентированной культуры у бизнеса», — считает генеральный директор ООО «Йоват» (JOWAT) НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

«Сюда стоит добавить низкую мотивацию к изменениям (зачем это нужно, когда нашу продукцию и так покупают), отсутствие знаний о построении системы (многие руководители боятся показать свою несостоятельность окружающим) и долгосрочной стратегии развития и перехода от аналогового мышления к цифровому. То есть факторы разные: от боязни и незнания до чрезмерной уверенности в завтрашнем дне. У многих предприятий есть средства, которые можно вложить в развитие, но нет понимания и потребности на текущий момент. Многие воспринимают бережливое производство искаженно из-за отсутствия глубоких экспертных знаний в данном вопросе, отсюда — негативное мнение о развитии системного подхода. Прочитав пару книжек и прослушав несколько лекций, никогда не стать экспертом в вопросе постоянных улучшений и сокращения потерь. Не зря говорят: чтобы стать экспертом своего дела, необходимо не менее 10 000 часов практики. А это 5 лет ежедневной работы!» — отмечает представитель «Ангстрем».

На сайте нацпроекта «Производительность труда» в разделе, посвящённом внедрению принципов бережливого производства, на начало 2022 года среди участников значилось 54 компании мебельной и плитной отрасли. Много это или мало?

«В нашей стране намного больше предприятий, занимающихся деревообработкой, чем 54, но в мировом масштабе это капля в море. Доля мебели, производимой компаниями РФ на мировом рынке, составляет всего 1%. При том, что ресурсов у нас более чем достаточно. На первом месте Китай, с долей рынка в 40%. Нам есть куда стремиться! Кроме того, важен конечный результат. Сколько компаний из них примет методологию к дальнейшему развитию на своих площадках? Если все 54, то просто отлично! Но как практик и реалист, скажу, что 100% точно не будет. А хотелось бы», — заключил ВАДИМ ЗАХАРОВ.

Для того чтобы участников нацпроекта стало больше, важно понимание текущей действительности «без шор, вуали и пыли в глазах», подчёркивает представитель «Ангстрем». Тогда станет понятно, что необходимо дальше укреплять и развивать. Многое, по его мнению, зависит и от грамотного PR.

«Мы видим много рекламы на ТВ и развлекательных программ. А где же

Вадим ЗАХАРОВ, руководитель группы бережливого производства ООО ПК «Ангстрем»

«При внедрении производственной системы можно добиться значительных успехов даже на первых шагах. Важно только понимать, что для достижения результата персонал должен быть мотивирован и обладать знаниями. Самые простые шаги в реализации можно отнести к структуризации в производстве, то есть внедрение «5С». Это позволит сократить и время цикла, и улучшить качество продукции.

Мы это испытали на собственном опыте. На одном из участков был длительный период адаптации новых работников (более 1 месяца) из-за отсутствия системы 5С и стандартизации процессов. Сотрудники не могли запомнить, где находятся те или иные детали, необходимые им для процесса. Организовав указатели, схемы и отметки мест хранения деталей и путей перемещения работников, мы сократили время адаптации с месяца до 3 дней. Через 3 дня работы с наставником работник начинал работать самостоятельно. Вслед за этим увеличилась и выработка на конкретном участке.

С качеством несколько сложней. Для сокращения брака требуется системная работа всех процессов. Поэтому здесь идёт поэтапное внедрение стандартов и сокращение потерь небольшими шагами. Требуется ввод и закрепление стандартов, обучение персонала и обязательное подтверждение процесса».

Фото: Мария Бобова

Николай КЕЧАЕВ, генеральный директор ООО «Йоват» (JOWAT)

«Принципы бережливого производства, разработанные в Японии в конце XX века, касались большей частью организации процесса производства. Они затронули промышленное развитие в нашей стране лишь в незначительной степени. Сейчас в современной трактовке они могут являться составной частью политики, разработанной ООН и называемой «Целями развития тысячелетия». В рамках этой политики в 2015 г. разработаны Цели в области устойчивого развития (ЦУР) (англ. Sustainable Development Goals (SDGs)) — набор из 17 взаимосвязанных целей. Многие западные фирмы разработали свои цели в рамках этих 17 задач, причём все они имеют цифровые и временные показатели их достижения».

информация и ТВ-программы об успехах развития бережливого производства и нашей промышленности? Людей страны необходимо вовлекать в этот процесс», — считает ВАДИМ ЗАХАРОВ.

ЗАПАДНЫЙ ПОДХОД В РОССИИ

В России, несмотря на все трудности, продолжают свою работу и международные организации, которые переносят свои подходы к бережливому производству на российскую почву. Так, в немецкой компании ООО «Йоват» (JOWAT) эти принципы входят в состав 17 целей в области устойчивого развития ООН.

«Непосредственно производства и связанных с ним процессов касаются только 6 или 7. А некоторые из них относятся к социальным аспектам развития: «Гендерное равенство», «Чистая вода», «Ликвидация голода», «Социальная поддержка сотрудников». И каждая фирма разрабатывает конкретные цели и задачи для себя в этих направлениях, что пока не очень актуально для нашей страны. На фирме «Йоват» утверждена подобная программа по всем 17 задачам. Последний отчёт официально опубликован за 2020 г. К примеру, в области достижения гендерного равенства и социальной поддержки сотрудников упоминается, что в течение года 30 человек брали длительный отпуск по уходу за ребёнком с сохранением зарплаты фирмой, причём 18 из них — мужчины», — рассказывает НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

Впрочем, изменения коснулись и собственно самого производства. Это использование большего количества биокомпонентов, снижение применения углеводородного сырья, оптимизация использования упаковки, снижение вредных выбросов, отходов, использование энергии, выработанной за счёт возобновляемых источников, борьба за абсолютную чистоту сточных вод.

«Все эти цели указаны с конкретными цифрами и процентами, которые уже достигнуты в 2020 году и к которым надо стремиться к следующему периоду. Интересно, что усовершенствования касаются не только условий на своем производстве, но и на предприятиях, использующих произведенные клеи. Так, например, новая линейка клеев с пониженным содержанием летучих веществ (Low VOC или Monomer Reduced) поможет потребителям сэкономить на системах очистки и вентиляции, а также защитит их работников от вредных воздействий работы с химическими материалами. А в рамках «Разработки продукта завтрашнего дня» поставлены следующие цели: к 2025 году удвоить производство «зелёной» линейки клеев, снизить выбросы на 25%, а расходы энергии на 5% на каждую произведенную тонну клеев», — отмечает НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

Одной из центральных задач для многих европейских производителей комплектующих является забота об окружающей среде. При этом, по словам одного из наших экспертов, в России всё ещё не сформировалось развитое экологическое сознание. Причем это относится в равной степени как к бизнесу, так и к органам государственной власти.

«К сожалению, наши ведомства решают, как правило, сиюминутные задачи, подход к которым часто определяется политическими и экономическими факторами сегодняшнего дня. Например, десятки предприятий в России загрязняют окружающую среду или выпускают неэкологичную продукцию, но являясь градо- или бюджетообразующими, продолжают свою деятельность. Ведь от этого зависят тысячи работников, но при этом не учитываются задачи завтрашнего дня, и ставится под угрозу жизнь будущих поколений», — сетует НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ.

БЕРЕЖЛИВОЕ ПРОИЗВОДСТВО: С ЧЕГО НАЧАТЬ?

Итак, руководитель бизнеса решил внедрить на своём предприятии принципы бережливого производства. С чего следует начать?

Нужно быть готовым к тому, что финансовые вложения потребуются в любом случае — даже минимальные изменения невозможны без инвестиций. И, безусловно, внедрение любого инструмента требует знаний. Встаёт вопрос: обратиться к специалистам со стороны или обучать свой персонал? Многие из отечественных мебельных «адептов» бережливого производства убеждены: для достижения успеха в освоении этой системы нужно вовлечь в процесс весь коллектив.

«Уровень внедрения будет зависеть от глубины понимания потребности в бережливом производстве. Смогут ли внедрить бережливое производство один, три, пять человек, знающие принципы и инструменты бережливого производства? Ответ: нет! Для того чтобы процесс

был запущен, потребуется массовое вовлечение сотрудников. Это один из самых сложных процессов, потому что он связан с социально-психологическими аспектами, уровнем лояльности работников к компании, уровнем образования персонала. То, что предприятию понадобятся профессионалы, — это факт. Их задача координировать процесс и внедрять инструменты бережливого производства. Задача всего коллектива и руководства принимать новый процесс, обучаться, вовлекаться, внедрять и распространять практику на всём предприятии. Ничего не получится и без максимального вовлечения высшего руководства. Система не заработает в своём правильном виде. А искаженный подход не будет жить. К сожалению, с этим столкнулись уже очень многие», — считает ВАДИМ ЗАХАРОВ.

Согласен с коллегой и НИКОЛАЙ КЕЧАЕВ. Так, в ООО «Йоват» всегда существовали отделы охраны труда и экологии, но для структурной перестройки были привлечены новые сотрудники — специалисты в разных областях для работы по достижению целей устойчивого развития. Но при этом в эти процессы были вовлечены все работники предприятия, для чего проводились специальные тренинги.

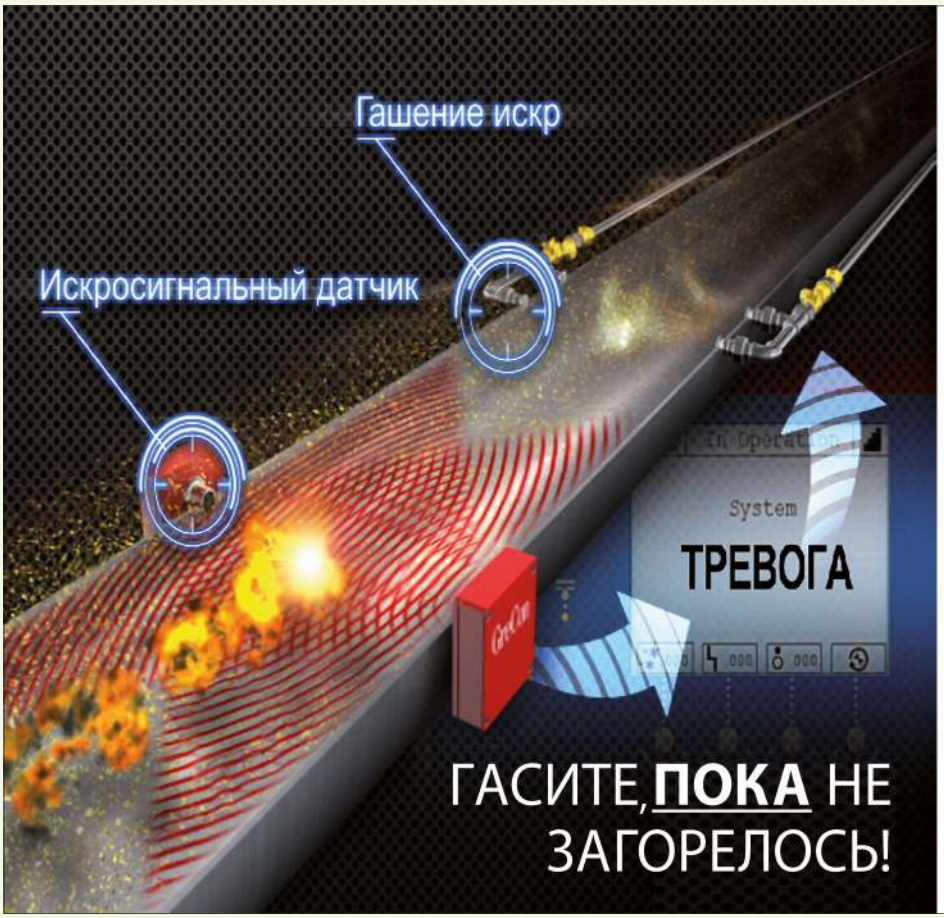
Наконец, по словам ВАДИМА ЗАХАРОВА, существует несколько фаз внедрения производственной системы.

«Первая — это фаза подготовки, на ней используются такие инструменты, как картирование потоков, разработка показателей потока. Вторая — фаза стабилизации. Здесь используются такие инструменты, как визуальный менеджмент, система реагирования, 5С, TPM, выравнивание, Poka-Yoke, *TWI (англ. Training within industry — обучение на производстве). После этого можно переходить к фазе сокращения времени цикла, запасов, где используются следующие инструменты: стандартизированная работа, быстрые переналадки, управление потреблением», — уточняет эксперт.

Переходя к выводам, стоит отметить, что принципы бережливого производства при их правильном внедрении действительно могут повысить эффективность бизнеса. Об этом говорит как мировой опыт, так и отдельные примеры в России. Однако среди представителей мебельной индустрии по-прежнему не все готовы к новшествам.

В то же время в условиях кризиса подобные инвестиции могут быть важны как никогда. И внедрение принципов бережливого производства может помочь мебельным предприятиям пережить трудные времена. А вот используют ли они этот инструмент — покажет время.

«Метод 5С» призван компенсировать потери из-за неверной организации рабочего места. Своё название он получил из-за того, что в японском языке пять слов, которые отражают его суть, начинаются на букву «С». Это совершенствование, чистота, сортировка, стандартизация, удобное расположение инструментов.



GreCon

www.fagus-grecon.com

Филиал в РФ и странах СНГ
117418, г. Москва,
ул. Новочеремушкинская, 61
Тел.: +7 499 128-87-97
Факс: +7 499 128-94-39
Эл. почта info@grecon.ru

реклама

Резать по-новому

Текст: Мария Бобова

Стандартные требования к любому промышленному инструменту просты и понятны: он должен быть разработан с учётом нормативов по безопасности, удобен в применении и работоспособен. Однако помимо этого базового набора мебельщики обращают внимание на множество других характеристик деревообрабатывающего инструмента, обусловленных спецификой производимой продукции. Как сегодня выглядит рынок профильного инструмента в России, анализируем вместе с производителями и поставщиками.

Фото предоставлено ООО «Лига»

Предшествовавший нынешней ситуации коронакризис, вопреки опасениям, вывел отрасль деревообработки на достаточно высокий уровень — спрос на продукцию из экологичного материала вырос в разы, в связи с чем производители озадачились покупкой нового оборудования и инструмента к нему.

СПРОС РАСТЁТ

Подтверждением тому стали отраслевые выставки как первой, так и второй половины 2021 года. На мебельной краснодарской выставке UMIDS интерес к оборудованию был очень заметен не только со стороны непосредственно потребителей, но и самих производителей. Некоторые станочники даже решили диверсифицировать своё производство в этом направлении. Руководитель отдела дилерских продаж ООО «Вудтек» ДМИТРИЙ ТИТОВ рассказал нам о том, как компания расширила свою деятельность, введя в ассортимент помимо модернизаций «кромочников» и раскроечных центров, инструмент, а именно дисковые пилы. И компания планировала лишь усиливать своё продвижение в новый сегмент.

Начальник отдела рекламы и выставок ООО «Элси» ВЛАДИМИР ЗАХАРОВ отметил небывалый рост спроса. Связав его также с тем, что из-за ковида 2020 года часть импортных компаний ослабили свои позиции на российском рынке, и пользователи стали искать местные альтернативы. Многие отечественные производители инструмента за счёт этого неплохо расширили свою клиентскую базу.

Ну и так как в отрасли всё взаимосвязано, активная покупка фрез и пил привела к росту спроса на услуги заточки, что подтвердил менеджер по региональному сбыту ООО «Фолльмер Рус» АНДРЕЙ ФЁДОРОВ.

Все тренды начала прошлогоднего выставочного сезона лишь подтвердили мероприятия второй половины 2021 года, где участники также в один голос говорили об увеличении объёмов прямых продаж и заказов со стороны российских мебельщиков. В частности, на Woodex-2021 начальник отдела продаж по Восточной Европе компании Kvarnstrands Игорь Лапченко отметил, что рынок деревообработки находится на подъёме, и спрос на оборудование неуклонно растёт. По его словам, рынок России тоже растёт и постепенно меняется, запросы растут — это легко отследить по количеству поступающих заказов. Они подтверждают, что у потребителей есть спрос на высококачественный инструмент для высокопроизводительных строгальных линий.

При этом эксперт подчеркнул, что речь идёт в основном об оборудовании, работающем на не самых больших скоростях. По его мнению, для России скорость подачи до 200 м/мин уже считается фантастической, тогда как зарубежные производители строгальных станков предлагают сегодня гораздо более скоростные решения. В частности, канадская фирма Gilbert, с которой сотрудничает Kvarnstrands, поставляет строгальные линии, работающие на скорости подачи до 1200 м/мин.

КУРС НА УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ

Начальник отдела экспорта «Восток» ООО «Лойко Рус» (LEUCO) БОРИС ВАЙНГАРТ в свою очередь отметил, что в России в сфере деревообработки становится всё больше предпринимателей, которые умеют считать прибыль и учиты-

Фото предоставлено ООО «Лига»

вают не только стоимость приобретаемого инструмента, но и эффект от его использования за счёт сокращения времени на заточку и замену, а значит, и времени простоя станка.

Такой вектор задаёт тренд на универсальность оборудования, в том числе в отношении станков проходного типа. По опыту специалистов LEUCO, отдельные категории покупателей древесной продукции, такие как дизайнеры офисных пространств и гостиницы, все чаще приобретают мебель в небольших количествах или изготовленную по индивидуальному заказу. При таких условиях для мебельных производств важна работа станка без переоснастки и простоя, а этого невозможно добиться без гибкости машины продуманной комбинации инструмента.

В связи с этим производители изготавливают фрезы таким образом, чтобы они могли комбинироваться и за счёт сочетания нескольких инструментов создавать разнообразные профили и формы. Например, с помощью трёх фрез и трёх двигателей можно выполнять до 20 видов обработки, при этом не придётся тратить время на переоснастку станка.

С УЧЁТОМ ВСЕХ ФАКТОРОВ

Однако универсальность — это ещё далеко не всё. Руководитель отдела режущего инструмента ООО «Лига» АЛЕКСАНДР ЕСИПОВ отмечает, что мебельщики предъявляют к инструменту достаточно жёсткие требования по многим показателям. В первую очередь, это точность профиля, которая напрямую влияет как на качество готового изделия, так и на возможность замены инструмента на новый без дополнительной корректировки в управляющей программе обрабатывающего центра с ЧПУ — тем самым достигается снижение показателей простоя оборудования. Другой важный параметр — ресурс инструмента, который имеет значение как для производительности мебельного предприятия, так и для себестоимости продукции. По мнению эксперта, именно этим обусловлен сегодняшний колоссальный рост заказов на алмаз-

реклама

Александр ЕСИПОВ, руководитель отдела режущего инструмента ООО «Лига»

«Понятие «мебельщик» объединяет целую отрасль промышленности: это и производители начального уровня, и столярные мастерские, и фабрики, специализирующиеся на индивидуальных заказах, и крупные предприятия по изготовлению крупносерийных изделий мебели и дверей. Каждое такое объединение — это целая команда профессионалов, включающая в себя дизайнеров, технологов, конструкторов, операторов, сборщиков, объединённых желанием производить качественную и надёжную мебель. Именно поэтому требования к профильному режущему инструменту достаточно многогранны. Критерии его оценки с учётом широкой палитры материалов, применяемых в производстве мебели, включают в себя требования непосредственных производителей мебели, основанные на пожеланиях дизайнеров и даже самих заказчиков. На сегодняшний день профильный режущий инструмент в основном применяется при изготовлении фасадов корпусной мебели, межкомнатных дверей, накладки металлических дверей, производстве карнизов и элементов декора. Как наиболее топовый материал, который активно применяют при изготовлении фасадов корпусной мебели, дверных полотен и их элементов, можно выделить MDF и материалы на его основе, на которые после фрезеровки режущим инструментом наносится либо плёнка ПВХ в мембранно-вакуумных прессах избыточного давления, либо лакокрасочное покрытие в стационарных покрасочных кабинах или автоматических покрасочных линиях».

Фото предоставлено ООО «Лига»

ный профильный инструмент, который позволяет максимально повысить показатели эффективности на мебельных предприятиях.

«Важен и срок изготовления инструмента. На сегодняшний день мы наблюдаем увеличение объёмов производства мебели по индивидуальным заказам в максимально короткие сроки — до восьми рабочих недель. Именно поэтому производители мебели отдают предпочтение надёжным поставщикам, которые могут в кратчайшие сроки поставить необходимый профильный инструмент достойного качества.

Со своей стороны рекомендую изначально обращать внимание на надежных поставщиков, их референс-листы и возможности по проектированию сложного профильного инструмента в сочетании с ценообразованием и сроками поставок. Также советую оценить их возможности по поставкам готовых решений и технологий для обработки «сложных» материалов. Это, на мой взгляд, ключевые особенности надёжного поставщика инструмента для мебельной фабрики», — аргументирует АЛЕКСАНДР ЕСИПОВ.

ЦЕНА РЕШАЕТ

Во все времена одним из основных критериев при выборе инструмента было ценообразование, и сегодня он актуален как никогда. Для деревообработчиков крайне важно сдерживать рост себестоимости продукции и минимизировать расходы на режущий инструмент. По мнению представителя ООО «Лига», по этой причине многие фабрики переориентировались на использование алмазного инструмента из Азии. Эксперт считает, что это правильное и оправданное решение в реалиях мебельного рынка России.

«Что касается распределения сил среди стран-производителей, я могу с уверенностью заявить о том, что рынок профильного инструмента на сегодняшний день ориентирован на продукцию Китая. Как

показывает практика работы мебельных предприятий, она не уступает продукции европейских производителей. И многие профили, которые используются в производстве, позаимствованы именно у китайских производителей инструмента», — отмечает АЛЕКСАНДР ЕСИПОВ.

АССОРТИМЕНТ РАСТЁТ

С учётом разнообразия плитных материалов, применяемых при изготовлении мебельных фасадов, для современных производителей крайне важно иметь возможность получить готовое решение и технологию для их обработки.

«Последние тренды в конструкциях фрез связаны в основном с выходом на рынки России и СНГ новых плитных материалов (AGT/HPL), а также с ухудшением их качества. В связи с этим появилась острая необходимость во фрезах с повышенными критериями к качеству их корпуса и к исполнению режущей части. Чтобы после обработки материал сохранял свои начальные свойства, а на его поверхности не было дефектов, производители режущего инструмента активно внедряют новые модели фрез, которые позволяют производить обработку «сложных» материалов за счёт уникальной конструкции режущей части инструмента (например, увеличенные аксиальные углы, чередование чистовых и черновых зубьев и т. д.). В связи с этим мы наблюдаем появление инструмента с усиленными корпусами на основе сплавов с высоким содержанием вольфрама, новыми конфигурациями межзубовых впадин и каналами для усиленного отвода стружки из зоны реза, увеличенными аксиальными углами для возможности обработки «капризных» материалов, например, белого ЛДСП», — поясняет руководитель отдела режущего инструмента ООО «Лига».

Кроме того, наблюдается тенденция к расширению инструментальных программ по режущему алмазному инструменту от ведущих поставщиков такой продукции. По словам АЛЕКСАНДРА ЕСИПОВА, на российском рынке такой инструмент очень востребован, поскольку является идеальным решением для обработки как стандартных, так и сложных материалов. К тому же, используя его, производитель имеет возможность снизить себестоимость продукции и расходы на приобретение нового инструмента.

«Думаю, даже с учётом роста курсов валют ситуация с ростом потребления алмазного инструмента на мебельных фабриках сохранится. При этом необходимо понимать, что стоимость твердосплавного инструмента в этих реалиях тоже значительно возрастает. Поэтому он теряет актуальность при детальном анализе расходов на его приобретение и обслуживание с привязкой к производительности и простою оборудования», — анализирует ситуацию эксперт.

Он отмечает, что за последние несколько лет на рынке появилось немалое количество новых решений в области обработки различных материалов, в том числе алюминия и пластиков. Активно внедряются защитные покрытия для увеличения ресурса инструмента, проектируются новые сплавы и разрабатываются целые технологии и алгоритмы использования инструмента на мебельных фабриках. Но внедрение такого инструмента происходит отнюдь не повсеместно.

«Необходимо понимать, что производители внедряют новинки только на часть объёма производимых изделий. Именно поэтому номенклатура профильных фрез, которые используются на мебельных фабриках, остаётся неизменной уже более 15 лет. Насколько долго продержится консерватизм в плане используемых профильных фрез, сложно предугадать, ведь мебельный рынок меняется достаточно динамично. Например, сейчас мы видим увеличение объёмов производства изделий в стиле loft, для изготовления которых требуется минимальный набор режущего инструмента», — делится наблюдениями представитель ООО «Лига».

реклама

БОЛЬШЕ, ВЫШЕ, ДОРОЖЕ: ОФИЦИАЛЬНЫЕ МЕБЕЛЬНЫЕ РЕКОРДЫ

Текст: Мария Бобова

Пожалуй, очень сложно будет найти человека, который не знал бы о том, что такое Книга рекордов Гиннесса. Этот сборник достижений сегодня представляет собой чуть ли не нарицательное понятие. Однако очень немногим известны содержащиеся в нём рекорды. А порой помимо людских свершений, безумств и чудес природы, там можно найти и примеры удивительных сверхизделий. Иногда эти результаты человеческого труда восхитительны в своей бесполезности, а порой наоборот, после фиксации успеха они служат на благо обществу или своим создателям. Думаете, что мебели среди них быть не может? Очень даже может! Мы собрали для вас подборку самых впечатляющих и, что сегодня очень важно, позитивных мебельных рекордов, многие из которых пока что так и не удалось превзойти.

Фото: xxxlutz.at

СТУЛ ДЛЯ АТЛАНТА

Пожалуй, если бы древнегреческий титан захотел бы присесть, не опуская со своих плеч небесный свод, то усидеть он смог бы только на стуле от одной из крупнейших и старейших в Австрии мебельных компаний. Бренд XXXLutz в 2009 году установил напротив собственного магазина в городе Санкт-Флориан стул высотой 30 метров и весом в 70 тонн. Изготавливали его почти два месяца из клеёного бруса лиственницы.

Все эти характеристики официально делают его самым большим стулом в мире — рекорд занесён в Книгу рекордов Гиннесса.

Спустя ещё один год такой же стул-памятник фирма установила в австрийском городе Брунам-Гебирге.

Это третье по счёту зафиксированное Книгой Гиннесса достижение XXXLutz — австрийская марка далеко не в первый раз производила такие стулья. Просто каждый раз создатели пытались переплюнуть сами себя, пока не достигли удовлетворяющего их результата.

Первый рекорд производители установили в 2004 году, изготовив стул высотой в восьмиэтажный дом (25 метров и 35 тонн), а после в 2005-м, немного превысив собственный прошлый показатель (25,3 м). Эти гиганты находятся у магазинов компании в Германии.

С учётом этого компания в каком-то смысле обладатель рекорда и за самое большое число произведённых копий гигантского стула.

Закономерно возникает вопрос, что сподвигало бренд на столь эффектные, но всё же сомнительные с точки зрения практичности и затратности проекты?

Всё дело в масштабной имиджевой кампании — целью фирмы было создать одновременно и культовый объект, который мог бы стать истинной достопримечательностью, и символ предприятия.

Тем более что местные потребители и по сей день очень ценят фирменные красные стулья размера XXXL.

Фото: bigthingssmalltown.com

РАСКАЧАЛА МИР

Примеров рекордного мебельного гигантизма сегодня будет несколько. Очередной из образцов появился потому, что человек, его создавший, буквально старался спасти экономику родного населённого пункта и привлечь туда туристов.

Бизнесмен Джим Болин из американского города Кейси (штат Иллинойс) решил, что огромные предметы в городке с численностью населения в 3000 человек будут смотреться максимально эффектно. Поэтому он воспользовался отходами сырья для обслуживания газо- и нафтопроводов и создал, помимо гигантских вязальных спиц, карандаша и птичьей клетки, ещё и огромное кресло-качалку. На эту идею сразу обратили внимание специалисты из Книги рекордов, но заметили, что для официальной фиксации достижения все предметы, в том числе кресло-качалка, должны функционировать. Энтузиаст реализовал и это требование.

В итоге 17-метровое функционирующее кресло-качалка в 2015 официально вошло в Книгу рекордов Гиннесса.

Что интересно, у этого кресла есть собрат, который, пусть в знаменитую книгу официально не вошёл, но цель выполняет такую же — привлекает туристов в свой населённый пункт и дарит им положительные эмоции. Этот объект располагается рядом с шоссе 66 (US 66), также известным как шоссе Вилла Роджерса. Некоторые впечатлённые путешественники заявляли, что в высоту кресло достигает 42 метра и 14 тонн, но это, скорее, под влиянием особой атмосферы. Не зря ведь создатели (семья Саназро, владельцы небольшого магазина) установили свою «качалку» 1 апреля 2008 года, как бы сразу показывая тон и назначение этой мебели. К тому же официально рекорд не зарегистрирован.

Фото: art-style.cz

ВОЗДВИГНУТЬ ШКАФ

Рекорд же за самый большой в мире шкаф принадлежит Чехии, а точнее местной мебельной компании ART-STYLE. В 2009 году бренд отмечал свой 20-летний юбилей и решил отметить его изготовлением шкафа высотой более чем в 6 метров, шириной в 4 метра и глубиной в полтора метра.

Помимо своих внушительных габаритов, мебель отличается тем, что её изготовили в традиционном чешском стиле и практически полностью вручную — применение современных станков было сведено к минимуму. Таким образом, над объектом два с половиной месяца работали два плотника, резчик и художник по дереву, а также два лакировщика. В процессе создания предмета создатели использовали 5,2 кубометра еловой и липовой древесины.

Проект презентовали на 14-й международной выставке интерьера и дизайна в Праге. Именно там на впечатляющее изделие обратили внимание не только местные и мировые СМИ, но и представители Книги рекордов. Таким образом, шкаф и попал на страницы сборника, получив звание самого большого в мире.

По различной информации, сегодня шкаф находится в шоуруме компании ART-STYLE в Новых Дворах у города Кутна Гора.

Фото: studioceliberti.com

ДОРОГО БЕЗ ЗОЛОТА

Немного разбавим самую большую мебель самой дорогой. С новыми ценами рекорд, вероятно, могли бы побить легко, но, видимо, никто и не пытался, потому что сверхдорогой результат немного удивил даже своих создателей.

Речь идёт о самом дорогом кухонном гарнитуре разработки британского дизайнера итальянского происхождения Клаудио Келиберти. Стоимость кухни FiorediCristallo на момент создания (в начале 2010-х) составляла 1 миллион 600 тысяч долларов. И это без использования драгоценных металлов или камней. Лишь уже за такую цифру гарнитур сразу «угодил» в Книгу рекордов.

Внешняя обработка островной кухни включает медь и кристаллы. Центральная рабочая поверхность изготовлена из муранского стекла, за что и получила название «Хрустальный остров». Освещающая его люстра оформлена камнями Swarovski. Из хрусталя выполнена мойка, а также лицевая фурнитура. Бытовую технику поставил немецкий премиальный бренд Gaggenau.

Специалист разрабатывал кухню около года специально для крупного шеф-повара Альдо Зилли. Заказчик, несмотря на подскочившую даже на момент создания цену, остался полностью доволен, назвав кухню произведением искусства.

Фото: minikitchens.co.nz

МАЛЕНЬКИЕ, НО НЕВЕРОЯТНО ПРАКТИЧНЫЕ

На официальном сайте Книги рекордов такой запрос не проходит, однако в поисках информации для этой подборки, мы неоднократно натыкались в русскоязычном сегменте на упоминания этих мини-кухонь. Авторы статей, видимо, решили исправить упущение специалистов сборника и назвали продукцию новозеландской компании MiniKitchens самыми маленькими кухнями в мире.

Согласиться с их первенством будет не совсем корректно, однако вполне веришь в то, что они однозначно могли быть номинированы на такое звание, потому как самая маленькая модель этого бренда в ширину всего 1,28 метра, при высоте 2,11 и глубине 0,61 метра. Лишь поэтому мы не могли их пропустить, несмотря на отсутствие официального звания.

При таких скромных габаритах на этой площади есть микроволновка, небольшой холодильник, место для хранения посуды с сушилкой, газовая плита на две конфорки и мойка. Потребителям гарнитуры поступают в разборном виде, и на их сборку уходит не более часа. И в отличие от многих своих модульных конкурентов на рынке, эту впоследствии не придётся разбирать и собирать заново. Она остаётся в неизменном виде, а рабочую зону можно закрыть небольшими «жалюзи».

Судя по информации в сети, такие мини-гарнитуры пользуются особым спросом у хостелов, студенческих общежитий и прочих заведений бюджетного формата.

ДИВАННЫЙ ЭКСПРЕСС

Средняя длина товарного поезда может составлять километр. Диван именно такой длины (а если точнее, 1006,61 метра) произвели в Саратове в 2014 году. На его производство, по различной информации, ушло около 7,5 километра экокожи.

Именно этот диван стал самым длинным в мире, обогнав 890-метровую мебель для лежания, изготовленную в городе Сиккильвен (Норвегия) в 2009 году.

Новый мировой рекорд на тот момент официально утвердила судья Книги рекордов Гиннесса Анна Орфорд. Замер произвели с помощью тахеометра, подтвердив километраж дивана. Чтобы доставить его на место презентации, создателям, местной фабрике «Много мебели» потребовалось десять фур. Протяжённость мебели позволила одновременно сидеть на нем двум с половиной тысячам гостей.

Постояв какое-то время на потеху толпе, диван вернулся производителю на доработку. Бренд принял решение разделить «длинномера» на 500 стандартных образцов, доработав конструкцию для последующей продажи. Часть вырученных денег мебельщики направили на благотворительность.

Фото: vk.com/mnogomebeliclub

ИНДУСТРИЯ МЕБЕЛИ

ЖУРНАЛ О МЕБЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Информационно-рекламный журнал
«Индустрия мебели»
№ 2 (39) март-апрель 2022 г.
Тираж: 8 000 экземпляров.
Распространяется бесплатно.

16+

РЕДАКЦИЯ:
660068, г. Красноярск, ул. Мичурина, 3в, оф. 405
тел.: +7 (391) 219-01-19
E-mail: im@pgmedia.ru,
www.industrymebel.ru

Главный редактор:
Щетников Артём Александрович

Литературный редактор:
Мария Бобова

Выпускающий редактор:
Евгений Ошкин

Дизайн и верстка:
Максим Марютин, Наталья Старикова

Корректоры:
Анна Лопина, Ольга Тихонская

УЧРЕДИТЕЛЬ :
ООО «ПромоГрупп Медиа»

ИЗДАТЕЛЬ
ООО «Издательство ПромоГрупп Медиа»
660068, Красноярский край, г. Красноярск,
ул. Мичурина, 3в, оф. 405
тел.: +7 (391) 219-01-19

Генеральный директор:
Юрий Устинович

Директор по продажам:
Лина Дмитриева

Отдел маркетинга:
Наталья Перевощикова, Геворг Асатрян, Татьяна Слепцова, Лола Шахматова, Валерия Медковская, Кирилл Сидоренко
marketing@pgmedia.ru

Отдел логистики:
Олег Дрофа, Антон Джафаров

Руководитель проекта:
Оксана Шартон

ОТДЕЛ ПРОДАЖ:
тел.: +7 (391) 219-01-19
reklama@pgmedia.ru
Валерия Сучкова, Александра Дианова, Дарья Кобрик, Александр Шадрин, Валерия Михайлова

Редакционная полоса

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. Материалы, отмеченные знаком «реклама», публикуются на правах рекламы. Редакция не несёт ответственности за содержание рекламных материалов, инвестиционные прогнозы и рекомендации, предоставленные аналитиками, экспертами и рекламодателями. Ответственность за инвестиционные решения, принятые после прочтения журнала, несёт инвестор. Представленные в журнале изображения взяты из архива редакции или из медиабиблиотек в открытом доступе с указанием источника.
Перепечатка материалов и использование их в любой форме, возможны только с письменного разрешения редакции, за исключением интернет-сайтов, для которых обязательно указание ссылки на журнал «Индустрия мебели» в виде www.industrymebel.ru.
© ООО «ПромоГрупп Медиа».

Возрастная категория 16+. Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций РФ (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77 – 63525 от 30.10.2015 г. Отпечатано в типографии ПК «Ситалл»: 660074, Красноярск, ул. Борисова, 14.

Подписано в печать: 01.04.2022 г.
Дата выхода номера: 06.04.2022 г.

promogroup media

реклама

«ИНДУСТРИЯ МЕБЕЛИ» 2.0:
перезагрузка информационного портала для мебельщиков

www.industrymebel.ru

Теперь это современный, полноценный информационный ресурс с постоянными обновлениями и обсуждением важных для мебельщиков тем.

Ежедневные новости и детальная информация для понимания рынка: запуск новых предприятий, обсуждение законодательных инициатив, производство сырья, события в мебельном ретейле и дизайне.

Прочитать свежий выпуск онлайн, изучить архив издания и оформить подписку теперь можно и на портале!

Телеграм-канал

Страница Вконтакте

Бесплатная подписка на журнал

ЕДЛИЧКА

Адрес офиса:
Москва, Алтуфьевское шоссе 37 , корп. 25

+7 · 495 · 259 · 61 · 17

www.ztmk. ru ▪ www.edlichka.net

РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО

КРОМКА ПВХ

любая толщина и ширина, почти 700 декоров, подбор декора под плиту заказчика.

КРОМКА ИЗ ШПОНА

Ширина от 14 до 200 мм. Толщина 0,3-0,6 мм. Шлифованная, на флисе. Производство материала из шпона заказчика. В рулоне 250 м.

МЕБЕЛЬНЫЕ ПРОФИЛИ

Врезные , накладные. Более 50 декоров , более 20 форм .

! БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ДО ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ

реклама

ВЫСЫЛАЕМ ЭКСПРЕСС-КОЛЛЕКЦИЮ ОБРАЗЦОВ ДЕКОРОВ КРОМКИ ПВХ ПО ЗАПРОСУ

Марекан

Маяк для производителей мебели

ШИРОЧАЙШИЙ АССОРТИМЕНТ КРОМОК
ПОД **KRONOSPAN** И **EGGER**
С ВОЗМОЖНОСТЬЮ ОПЕРАТИВНОЙ НАРЕЗКИ
В НУЖНУЮ ШИРИНУ ОТ 5 ДО 310 ММ

КРОМКИ ПОД ТОПОВЫЕ ДЕКОРЫ EGGER И KRONOSPAN

- Любые ширины от 5 до 310 мм
- Сроки: быстрее чем высохнет клей
- Отправка в любой регион России

Московская область, город Химки, Нагорное шоссе, 2
+7 495 120 20 01
sales@marekan.ru / www.marekan.ru

реклама