

Е. В. Мещерякова, доцент

**ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

According to the analysis of progress trends in furniture industry in the world and present state of this branch in the Republic of Belarus. The author gives recommendations to stir it to greater activity.

В 2003 г. предприятиями концерна «Беллесбумпром» произведено мебели на сумму 423,3 млрд. руб. (59,7% всего объема продукции). Белорусская мебель пользуется спросом на рынке России – 94,5% экспорта в страны СНГ (2003 г.). В страны дальнего зарубежья поставлялось 18,5% экспортной мебели.

Концерн принимает активное участие в международных выставках-ярмарках мебели, создано свыше 40 фирменных мебельных магазинов в Беларуси и 12 торговых домов в России. Расширяется сырьевая база, широко используется древесина сосны и ольхи, не столь дефицитная, как дубовая, и более дешевая [1].

За 2000–2003 гг. объем производства мебели на 14 предприятиях вырос, темп роста варьируется от 1 до 50%, в среднем этот показатель по предприятиям концерна составляет около 3%.

Рассмотрим положение с экспортом, который является одним из основных источников прибыли. Объемы экспорта за последние 4 года выросли практически у всех предприятий. В 2003 г. самых значительных успехов в этой сфере добились следующие предприятия: ЗАО «Пинскдрев» – 39% роста, ОАО «Жлобинмебель» – 51%, ОАО Гомельская мебельная фабрика «Прогресс» – 46%, ОАО «Витебскмебель» – 39% и др. Динамично расширяется поставка продукции на экспорт в ЗАО «Пинскдрев» (+58% по сравнению с 2000 г.). В денежном выражении это самый значительный рост в отрасли. Добиться таких успехов на фабрике смогли благодаря повышению качества мебели, улучшению дизайна и установлению прямых контактов с зарубежными потребителями. Большое внимание на этом предприятии уделяется организации дилерской сети внутри страны и за рубежом, а также постоянному участию в выставках и ярмарках.

В целом с 2000 г. объем экспорта значительно повысился, но стабильного его роста не наблюдается. В 2003 г., относительно 2000 г., объем импорта снизился на 11,8%, в основном это произошло на тех предприятиях, которые не нацелены на развитие экспортно-импортных связей. Импорт остальных предприятий вырос на 3–89%. Значительная его часть идет из стран СНГ, в частности из России (фурнитура и обивочные ткани, производство которых в Беларуси практически отсутствует). Сальдо внешнеэкономической деятельности в мебельной про-

мышленности положительное, экспорт превышает импорт почти в 3 раза.

Количество стабильно рентабельных предприятий в отрасли остается довольно низким. Как правило, руководители убыточных предприятий не считаются с предпочтениями покупателей и производят мебель устаревшего ассортимента. По своему дизайну, прочности механизмов, качеству внешних покрытий, обивки и фурнитуры она проигрывает импортной. Естественно, что предприятия в этом случае испытывают большие трудности со сбытом продукции. В целом по мебельной промышленности за последние 2 года рентабельность реализации продукции выросла до 7,2%.

Основные проблемы отрасли.

Импорт современного деревообрабатывающего оборудования определяет будущий рост этой отрасли. Импорт немецкого деревообрабатывающего оборудования в Россию и Украину последовательно увеличивается, начиная с 1998 г. По итогам первых девяти месяцев 2001 г. Россия, сделавшая закупки данного оборудования в Германии на сумму около 70 млн. евро, стала пятым по значению партнером немецких производителей. Польша импортировала в 2001 г. немецкого деревообрабатывающего оборудования на сумму 72 млн. евро и экспортировала соответствующую продукцию в Германию на сумму 12 млн. евро, став одним из самых серьезных ее партнеров.

По концерну «Беллесбумпром» наблюдается недоиспользование производственных мощностей, значителен износ ОФ, составляющий более 50% в целом по отрасли и превышающий на некоторых производствах критический уровень в 70%.

Обновление основных производственных фондов в деревообрабатывающей промышленности носит не массовый, а эпизодический характер, что явно недостаточно ввиду большой величины износа. Это подтверждает и отсутствие положительной динамики инвестиций в основные фонды, что может привести к критическому увеличению количества предприятий, работающих неэффективно.

Нехватка оборотных средств вынуждает предприятия приостанавливать производственный цикл в ожидании реализации произведенной партии мебели. Чрезмерно высокие ставки

кредитных ресурсов делают невозможным доступ к банковскому финансированию.

Белорусская мебельная и деревообрабатывающая промышленность является малопривлекательной для зарубежных инвесторов. Инвестиционная активность в этой отрасли заметна только в СЭЗ, в которых производится до 20% белорусской мебели.

В концерне «Беллесбумпром» создан централизованный инновационный фонд, в который предприятия отчисляют определенный процент из прибыли. Далее этот фонд распределяется согласно заявкам предприятий. Средства из фонда расходуются на модернизацию машин и оборудования, в 2003 г. за счет средств фонда был обновлен транспортный состав мебельных предприятий (электрокары, погрузчики).

В некоторых странах Европейского Союза (Франция и Германия) пользуется спросом натуральная мебель из сосны, которая выпускается Вилейской мебельной фабрикой и ЗАО «Бобруйскмебель». Перспективным направлением в выпуске мебели является производство ее из мягколиственных пород дерева, которые могут быть заготовлены в достаточном количестве в лесхозах Беларуси. Древесина из этих пород дает широкие возможности для дизайна.

В настоящее время производство мебели в Беларуси из древесных плит становится все более убыточным. ДСП изготавливают семь белорусских предприятий, и из-за большой энергоемкости процесса их продукция стала дороже российской. Целесообразно было бы покупать ДСП по более низким ценам, но не хватает собственных оборотных средств. В результате корпусная мебель из плит белорусских предприятий имеет большую цену по сравнению с российскими, не отличаясь оригинальным дизайном и теряя конкурентоспособность как на внутреннем рынке Беларуси, так и в странах СНГ.

Объемы продаж дешевой мебели невысокого качества и устаревшего дизайна белорусских производителей, где определяющим фактором покупки является цена, падают вследствие снижения покупательной способности.

Кроме белорусских предприятий, на рынке мебели Беларуси присутствуют представители зарубежных компаний, предлагающие продукцию класса «комфорт» с высокими потребительскими свойствами и современным дизайном. Основная доля рынка импортной мебели принадлежит итальянским (60%), российским (20%), немецким и финским фирмам (по 10%). Импортная мебель предназначена для покупателей с высокими доходами, имеющих большие квартиры или собственные дома. Несмотря

на высокие цены, спрос на этом сегменте рынка на импортную мебель остается стабильным.

Выводы.

1. В рамках концерна «Беллесбумпром» или группы ведущих предприятий отрасли целесообразно формирование корпоративных структур (ФПГ, холдинги, корпорации), предусматривающее привлечение требуемых инвестиций для модернизации производства. Без этого выход на мировой рынок просто невозможен. Только корпоративные мебельные группы могут занять доминирующее положение на рынке мебели Беларуси и противодействовать вытеснению белорусской мебели с различных сегментов рынка зарубежными производителями.

Финансово-промышленные группы находятся в преимущественном положении в сравнении с другими интеграционными структурами, в которых привлечение финансовых ресурсов осуществляется посредством продажи акций стратегическим инвесторам. Важным условием является создание и функционирование интеграционных формирований в рамках существующей нормативно-правовой базы, которая предусматривает определенные стимулирующие меры при создании ФПГ, в соответствии с действующим с июля 1999 г. законом «О финансово-промышленных группах».

Глобальную стратегическую цель финансово-промышленной группы «Мебельная промышленность» можно сформулировать следующим образом: обеспечение внутреннего рынка мебелью высокого качества и широкого ассортимента и завоевание своей рыночной ниши на международном рынке.

Цель среднесрочной стратегии должна состоять в создании инвестиционного фундамента в отрасли для последующего развития за счет повышения качества, снижения себестоимости и улучшения управления отраслью.

Основные задачи при этом состоят в следующем:

– реализация структурной перестройки через образование финансово-промышленной группы, объединяющей отраслевой банк, производителей продукции, поставщиков сырья и потребителей;

– разработка маркетинговой стратегии, направленной на закрепление в первую очередь позиций на внутреннем рынке по производству продукции повседневного спроса с низкой себестоимостью и высоким качеством;

– разработка инвестиционной стратегии, заключающейся в аккумулировании средств в точках роста (на обновлении и модернизации ОПФ);

– активная наступательная позиция при использовании электронной коммерции и работе в Интернет;

– разработка и внедрение системы постоянно действующего финансового мониторинга;

– разработка и реализация технической политики, направленной на обновление оборудования и машин на первом этапе, хотя бы через линию «Second Hand». В первую очередь это касается оборудования, наиболее значительно влияющего на снижение качества и увеличивающего себестоимость;

– разработка и реализация кадровой политики, направленной на привлечение и мотивацию специалистов высокого уровня, могущих и желающих работать эффективно в изменяющихся условиях рынка.

Комплексная автоматизированная система управления, объединяющая в единое информационное пространство все подразделения независимо от их территориальной расположенности и вида деятельности, повысит оперативность и эффективность менеджмента, позволит оптимизировать затраты по снабжению предприятия сырьем и материалами.

2. Нарастивание объемов производства без обновления производственной базы, внедрения новых технологий ведет к росту издержек производства, снижению его эффективности, увеличивая затраты на рубль товарной продукции. Необходимо обновить производственные ресурсы в условиях, когда средств на выполнение подобной задачи катастрофически не хватает. Представляется целесообразным использование в этих условиях двух вариантов: лизинг деревообрабатывающего оборудования и создание СП на базе действующих цехов, которые могли бы выделиться в дочерние предприятия. Местный партнер мог бы передать в собственность СП производственный корпус и часть имеющегося оборудования, а доля иностранного партнера заключалась бы в поставке современного деревообрабатывающего оборудования.

Из числа льгот и преимуществ лизинга перед другими вариантами финансирования обновления ОП можно выделить следующие: быстрое обновление оборудования без единовременных крупных финансовых вложений; возможность быстрого «переключения» на более современные виды оборудования; кредитование и возможность отсрочки начала платежей и более низкой их ставки, чем кредитных, за счет использования налоговых и иных льгот; гибкость лизинговых соглашений в части сумм и сроков выплат (может быть принята индивидуальная схема финансирования, в соответствии с которой лизинговые платежи будут ежемесячными, ежеквартальными, ежегодными). Помимо этого, предприятие имеет право ведения ускоренной амортизации, а также освобождается от обязательной продажи иностранной валюты. Имущество, взятое по договору лизинга, не учитывается на балансе

арендатора, и предприятие освобождается от уплаты налога на собственность. Лизинговые платежи включаются в себестоимость продукции, что дает предприятию возможность более гибкого подхода к установлению цен на продукцию и выбора стратегии маркетинга.

3. Чтобы занять достойное место в глобальном хозяйстве мирового рынка, требуется применять эффективный механизм реализации продукции. Для этого целесообразно создать лесную биржу. Электронный рынок является своеобразным организатором бизнес-процессов между многочисленными участниками. Создание системы электронных торгов позволит: скоординировать технологические связи; создать единое информационное, экономическое, финансовое и правовое пространство в сфере лесоперерабатывающей промышленности; сократить число и стоимость посредников; обеспечить прямой доступ к ценам производителей и новым клиентам.

4. Инвестиции в человеческий капитал дают отдачу в 5–6 раз большую, чем вложения в материальное производство. Мировой банк на примере обследования 192 стран пришел к выводу, что 64% экономического роста в странах с переходной экономикой связаны с человеческим и социальным капиталом, 16% – с физическим и 20% – с природным. Без широкомасштабной переподготовки имеющихся кадров и привлечения молодых, с предпринимательским складом мышления специалистов невозможен качественный рост в лесопромышленном комплексе. Это очень ясно продемонстрировала прошедшая приватизация. Начинать надо было с кадров.

5. Большинство предприятий отрасли имеют излишние производственные площади и раздутые штаты, что замедляет развитие производства. В основном мебельщики предпочитают производить широкий диапазон продукции; под крышей одного предприятия зачастую объединяются технологически не связанные производства, что приводит к снижению эффективности. Целесообразно все производства, кроме отвечающих стратегическим целям, менее прибыльные либо требующие дополнительных инвестиционных затрат, или закрыть, сдать в аренду, или организовать СП.

Углубление предметной и технологической специализации позволит повысить качество продукции. Для выхода на мировые рынки требуется введение системы контроля качества на базе стандартов ISO 9001.

Необходимо оптимизировать электро- и теплоснабжение. Использование конденсатоотводчиков на паровом оборудовании и процесса газогенерации вместо прямого сжигания древесных отходов в котлах поможет снизить издержки на энергоресурсы.

6. Целесообразна организация импортозамещающих предприятий по производству основных материалов, фурнитуры, комплектующих для мебели в составе ФПП. Это позволит снизить издержки производства и обеспечить конкурентоспособность продукции.

7. Должна быть создана маркетинговая служба, занимающаяся изучением потребностей покупателей. Для более динамичного обновления ассортимента требуется внедрение модульного принципа конструирования мебели. Переснащение существующих мебельных предприятий до уровня сборочных позволит повысить эффективность труда на них.

При выходе на новые рынки следует учитывать предпочтение каждой группы потребителей, проводить маркетинговые исследования, изучать конъюнктуру национальных рынков. Во многих странах отдается предпочтение мебели с национальным колоритом, что необходимо учесть.

8. Рост спроса на продукцию мебельщиков напрямую зависит от темпов роста жилищного строительства. Увеличение темпов жилищного строительства и создание системы ипотечного кредитования приведут к мебельному буму. Объемы выпуска следует сопоставлять с темпами роста жилищного строительства.

Необходимо сотрудничество мебельщиков со строителями и в вопросе производства встроенной мебели, производство которой на мировом уровне увеличивается, а у нас в стране она практически не производится.

9. Одним из важнейших качеств мебели является эстетичность. Сегодня, когда мебельный рынок достаточно широк, потребитель обращает все больше и больше внимания именно на дизайн мебели. На данный момент на белорусских

мебельных предприятиях нет собственных дизайн-центров, и потому большинство отечественной мебели выглядит однообразно и стандартно. При большом выборе белорусской продукции не каждый потребитель может подобрать мебель по своему вкусу и предпочитает зарубежных производителей. Такое положение заметно по всей наomenclature.

Для выхода из сложившейся ситуации необходимо создание современных дизайн-центров. Наиболее рациональным решением в этой ситуации будет организация подобного центра на базе концерна «Беллесбумпром». Учредителем этого предприятия может стать сам концерн «Беллесбумпром», а акционерами – мебельные предприятия республики. Такое решение будет наиболее приемлемым, так как, не затрачивая больших средств, предприятия получат возможность заняться проектированием и выпуском мебели нового уровня. Концерну дизайн-центр может приносить определенную прибыль не только за счет обслуживания собственных предприятий, что будет производиться на льготных условиях, но и предоставления оплачиваемых услуг сторонним предприятиям, не входящим в концерн.

Литература

1. Селицкая Е. Н. Мебельная промышленность Беларуси: достижения и проблемы // Лесное и охотничье хозяйство. – 2001. – № 2. С. 10–11.
2. Рассоха Е. Деревообработка должна стать эффективной // Лесное и охотничье хозяйство. – 2004. – № 1. – С. 12–13.
3. Барановский С. И. Структура рынка мебели Беларуси // Маркетинг, реклама и сбыт. – 2003. – № 3. – С. 36–38.