Мебельщик Сибири

№12 сентябрь 2020

ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫЙ ЧЛЕН АССОЦИАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

КОМПАНИЯ РАБОТАЕТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО С ТОРГОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Kapan
www.kapan.biz

вместе 15 лет с вами

Kapan www.kapan.biz является товарным знаком Kapan co.ltd. Все права защищены

НАША ГЕОГРАФИЯ ПОСТАВОК:

Абакан, Апшеронск, Армавир, Архангельск, Барнаул, Белгород, Брянск, Владимир, Волгоград, Волгодонск, Вологда, Воронеж, Егорьевск (МО), Иваново, Казань, Калуга, Кострома, Красногорск (МО), Краснодар, Кузнецк, Курск, Липецк, Лобня (МО), Люберцы (МО), Москва, Муром, Новосибирск, Ногинск (МО), Омск, Отрадное, Пенза, Подольск (МО), Ростов-на-Дону, Рыбинск, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Симферополь, Смоленск, Сочи, Ставрополь, Таганрог, Тверь, Тольятти, Томск, Тула, Ульяновск, Уфа, Фрязино (МО), Химки (МО), Чебоксары,Череповец, Ярославль

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

МЕБЕЛЬ

ИНТЕРЬЕР ДИЗАЙН

23–27 НОЯБРЯ 2020

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

При поддержке: МИНПРОМТОРГ РОССИИ; РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР; ЭКСАР; РОСЭКСИМБАНК; СОЮЗ ТОРГОВЫХ ПАЛАТ РОССИИ

При содействии: Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России; Союз лесопромышленников и лесопромышленников России

Под патронатом: ТПП РФ

www.meb-expo.ru

Организатор: ЭКСПОЦЕНТР

Expo Rating

Реклама 12+

www.mebelsib.biz

12+

Журнал «Мебельщик Сибири» № 12 (300) сентябрь 2020 г.
Учредитель: Ширяева Светлана Юрьевна
Адрес редакции и издателя: 630033, г. Новосибирск
ул. Оловозаводская, 47
тел./факс: +7 (383) 352-35-05, 352-31-01
E-mail: mebel@x1.ru

Главный редактор: Светлана Юрьевна Ширяева
моб. +7 913-912-4-333

Свидетельство о регистрации ПИ №ТУ54-00876
от 02.11.2018 г.
Зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Сибирскому федеральному округу.

Отпечатано в ООО «ДЕАЛ»
г. Новосибирск, ул. Брюллова, 6а.
тел. +7 (383) 334-02-77, www.dealprint.ru
Подписано в печать: 18.09.2020 г.
Дата выхода: 21.09.2020 г.
Тираж 10 000 экземпляров.

Журнал распространяется бесплатно
по предприятиям мебельной отрасли.
Курьерскую доставку осуществляют:
г. Новосибирск, «БИС-Курьер»
ул. Герцена,12, тел.: +7 (383) 217-69-67

СОДЕРЖАНИЕ

ПУБЛИКАЦИИ

РОСКОШЬ СЕГОДНЯ: BOYARD МЕНЯЕТ КАНВУ КЛАССИЧЕСКОЙ ЛИЦЕВОЙ ФУРНИТУРЫ 8
МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА «ВАША МЕБЕЛЬ» ЗАПУСТИЛА ПРОИЗВОДСТВО В НОВОСИБИРСКЕ 10
НОВОСТИ 12
ОТКРЫТИЕ ФАБРИКИ «АНГСТРЕМ»: ДОРОГУ ОСИЛИТ ИДУЩИЙ 16
МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ 26
ЗАДАЧА ВСЕГДА ПРОСТА, ЕСЛИ ЗНАЕШЬ РЕШЕНИЕ 32
1С-БАЗИС: ПРОИЗВОДСТВО. НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ 34
МАРКЕТПЛЕЙСЫ: ВЫСОКАЯ СТЕПЕНЬ ДОВЕРИЯ ГАРАНТИРУЕТ РОСТ 36
ТЕРЕНС КОНРАН — ДИЗАЙНЕР И БИЗНЕСМЕН, ИЗМЕНИВШИЙ БРИТАНЦЕВ 48
ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 56
INTERZUM 2021 ПРОДВИГАЕТ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В НОВОМ ПАВИЛЬОНЕ ДЛЯ СТАРТАПОВ 58
КОНКРЕТНЫЕ ПЛАНЫ БЕЗОПАСНОГО МЕРОПРИЯТИЯ LIGNA В 2021 ГОДУ 59

Менеджеры по рекламе:
Светлана Ширяева
моб.: +7 913-912-4-333

Илья Дмитриев
моб.: +7 953-808-76-43

Дизайн макетов, верстка:
Павел Осипов
Юрий Катанский

Ответственность за достоверность информации, содержащейся в рекламе, несут рекламодатели. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗДАНИИ

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА. РАСЦЕНКИ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩАЕМЫМ МАТЕРИАЛАМ. РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ. АНКЕТА ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ЖУРНАЛА ПО ПОДПИСКЕ 63

Светлана Ширяева, главный редактор журнала «Мебельщик Сибири»

Дорогие мебельщики, дорогие друзья!

Мы по-прежнему находимся в обстановке абсолютной нестабильности, но именно это подчас приносит желание начать что-то новое, сделать рывок вперед, посмотреть на свою работу абсолютно с другой стороны и что-то кардинально изменить. Мебельный бизнес сейчас очень сильно меняется, идет серьезное перераспределение рынков сбыта, многие крупные компании по тем или иным причинам претерпевают кадровые перестановки.

В этом номере Наталия Пекшева в статье по маркетплейсам выступает в новом качестве — как основатель и руководитель проекта Delicatex.

Буквально на днях пришла информация о кадровых изменениях в Rehau: для нас, пожалуй, важно то, что возглавлявший много лет мебельное направление Владимир Минаков со следующего года покидает свой пост, а его преемник пока неизвестен.

Значимым мероприятием для компании «Ангстрем» и для мебельной отрасли в целом стало открытие Фабрики фасадов в индустриальном парке Масловский в Воронежской области. Мы посетили открытие фабрики и с удовольствием рассказываем об этом производстве и его возможностях в этом номере.

А еще — мы готовимся к выставкам «Лесдревмаш» и «Мебель», которые пройдут в Москве в Экспоцентре в октябре и ноябре. До сих пор идут обсуждения среди мебельщиков, будет достойное число посетителей или нет. Думаю, что людям сейчас не хватает личного делового общения, информации, и у многих появилось желание что-то менять, развивать новые направления и в плане географии, и в плане ассортиментных линеек. Мне кажется, что потенциальных клиентов будет предостаточно.

Всем желаю на этом невероятном скачке спроса воспользоваться им по-максимуму и заработать как можно больше, ведь про то, каким будет следующий год, мы не знаем.

www.mebelsib.biz

ФУРНИТУРА для корпусной мебели

Ручки
Петли
Ящики

blum®

Система выдвижения LEGRABOX

Больше, чем просто ящик

ТЕПЕРЬ ЦЕНА НИЖЕ!*

г. Новосибирск
ул. Д. Ковальчук, 1 к4
+7 (383) 325-30-50
nois@nois.su

г. Новосибирск
ул. Ватутина, 99Н
+7 (383) 352-39-71
lb@nois.su

г. Бердск
ул. Ленина, 27
+7 (383) 311-00-77
berdsk@nois.su

ноис.рф

nois.su

*Количество товара ограничено. Цены снижены на некоторые системы выдвижения LEGRABOX (длина 500 мм, высота M и C, цвета белый шелк, черный, серый орион). Срок действия сниженных цен: бессрочно с 01.09.2020 года. За консультацией по актуальным ценам и характеристикам систем выдвижения LEGRABOX обращайтесь к менеджерам в офисах продаж компании «НОИС».

МЕБЕЛЬНАЯ ФУРНИТУРА
РОССИЙСКАЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ
КОМПАНИЯ
г. Смоленск, тел.: +7 (4812) 42-24-29
info@aldi04.ru www.aldi04.ru

LOFT Style

***Приглашаем вас посетить наш стенд** на выставке*
«Мебель, фурнитура и обивочные материалы»
ОРГАНИЗАТОР: АО «ЭКСПОЦЕНТР»
23—27 НОЯБРЯ 2020

FM 038.000 FP632M15K30

NEW PRODUCT

Уникальная система защиты от проворота:
1…ручка-крючок
2…фиксирующая втулка

ВАЛМАКС®
дизайн и производство лицевой мебельной фурнитуры

& SAGITTARIO®
DESIGN STUDIO

Произведено компанией ООО "ВАЛМАКС", Россия, 456320, Челябинская обл., г. Миасс, а/я 919, Тургоякское шоссе 2/9, тел.: 8 (3513) **289-996 многоканальный**

www.valmaks.ru

России НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Пластиковая фурнитура

ЗАГЛУШКИ
ОПОРЫ
КОЛЕСА

для мягкой, корпусной, школьной и другой мебели

ИЗГОТОВЛЕНИЕ НА ЗАКАЗ

ООО «Регион-Пласт»
www.region-plast.com
г. Екатеринбург, ул. Кислородная, 8а

(343) 216-9194
(343) 216-6730

iBAVET
BOYA & VERNIK

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА МЕБЕЛИ

ЕВРОСТИЛЬ
комплектующие для производства мебели

- ПОЛИУРЕТАНОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- АКРИЛОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- ПОЛИЭФИРНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- КРАСИТЕЛИ и ПАТИНЫ
- ESFERA — МАТЕРИАЛЫ НА ВОДНОЙ ОСНОВЕ
- НИТРОЦЕЛЛЮЛОЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
- РАСТВОРИТЕЛИ

bsi. ISO 9001:2015 Quality Management

г. Ростов-на-Дону, ул. В. Черевичкина, 101
Тел./факс (863) 333-01-01
E-mail: info@ibavet.com www.ibavet.com

г. Москва, ул. Амурская, 2, стр. 11
Тел. +7 (495) 137-79-49
E-mail: msk@eurostil.su

г.Пенза, проезд Германа Титова, 1а
Тел. +7 (928) 129-08-59
E-mail: pmz@eurostil.su

@IBAVET.RUS

РОСКОШЬ СЕГОДНЯ: BOYARD МЕНЯЕТ КАНВУ КЛАССИЧЕСКОЙ ЛИЦЕВОЙ ФУРНИТУРЫ

Прощай, однообразие! BOYARD прицельно разбавляет привычный российскому мебельщику ассортимент классических ручек новой, эксклюзивной коллекцией, созданной истинными мастерами Италии на легендарной фабрике, где веками оттачивали безупречный стиль и качество известной на весь мир лицевой фурнитуры. Для нашего рынка, где изобилуют стандартные формы, это революция с итальянской страстью и точным русским расчётом, а для компании BOYARD — результат динамичного и содержательного сотрудничества с фабрикой ROBERTO MARELLA. В бизнесе, как в жизни: в межнациональных браках часто рождаются красивые дети, так и здесь на свет появилась превосходная коллекция la Famiglia, призванная удовлетворить потребность в разнообразных моделях по предельно невысокой стоимости.

LA FAMIGLIA — ПРИНЯТЬ В СЕМЬЮ, НЕЛЬЗЯ ОСТАВИТЬ!

Название коллекции la Famiglia переводится с итальянского как «Семья», потому что все ручки похожи на колоритных представителей темпераментной итальянской семьи, у каждой есть своё авторское «я», и каждая может похвастаться высоким качеством и безупречностью исполнения. BOYARD долго и кропотливо выверял детали — стилистическую направленность, формы, палитру, чтобы представители семейства la Famiglia стали родными российскому производителю. Модели изготовлены методом литья из высокосортного сплава цинка и алюминия по формам, созданным известными итальянскими дизайнерами специально для BOYARD, с учетом всех текущих европейских стандартов качества.

На сегодняшний день в коллекции десять фурнитурных тандемов — это 18 уникальных форм в самых востребованных в России стилях: колониальная итальянская классика, арт-деко, тосканский (средиземноморский) стиль, современная классика. Семейство la Famiglia будет развиваться и в самое ближайшее время порадует эстетов мебели пополнением.

АРТ-ДЕКО — МИКС ИЗЫСКАННОЙ КЛАССИКИ И ПРОГРЕССИВНОГО МОДЕРНА

Для мебели в этом стиле представлены строгая FRANCHESKA, романтичная MADONNA и изысканная FLORENCE. Геометричная пара FRANCHESKA добавит повторяющихся чётких линий, овальных и ступенчатых форм, в которых очень нуждается гламурный и прямолинейный арт-деко. Ажурные MADONNA и FLORENCE, как ювелирные украшения, украсят мебель в роскошном и элегантном проявлении стиля. Ручки сочетаются с натуральными фасадами с классической фрезеровкой в белых, бежевых, горчичных, ореховых оттенках, очень любимых в России.

CASA

VITA

VERONA

ТОСКАНСКИЙ СТИЛЬ — АНТИЧНАЯ РОСКОШЬ И ПРИРОДНАЯ ПРОСТОТА

Мягкие, естественные формы пары CASA, цветочного дуэта VITA и уютной скобы VERONA внесут финальные штрихи в колоритную мебель и уверенно разместятся на шпонированных фасадах с выраженной фактурой, возможно, патиной в натуральных тёмных и светлых оттенках.

СОВРЕМЕННАЯ КЛАССИКА, РУСТИК — ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН И ДЕРЕВЕНСКИЙ ШИК

Современное ответвление итальянской классики с каждым годом всё больше нравится городскому населению, предпочитающему смелые брутальные решения. Характерная и своенравная парочка TESLA дополнит мебель с нотками лофта и хорошо встанет на фасады в древесном массиве с глубокой текстурой, а также с проработкой «бетон», «ржавчина» и «асфальт». Свободный AMSTERDAM и точёная и выдержанная пара MARCO будут уместны на шпонированных фасадах натуральных оттенков.

ИТАЛЬЯНСКАЯ КОЛОНИАЛЬНАЯ КЛАССИКА — ГАРМОНИЯ ПРОТИВОПОЛОЖНЫХ КУЛЬТУР ВОСТОКА, АФРИКИ И ЕВРОПЫ

Отдельное место в семье la Famiglia отведено скобе IRIS с плавными линиями и округлыми краями. Ручка сочетается с фасадами в натуральных покрытиях с фрезеровкой или фасадами в белой, бежевой, зелёно\\\\й, голубой окраске. Любопытно, что название IRIS придумал дизайнер в процессе создания модели. Он вдохновился цветами ириса в ювелирных украшениях и воплотил их образ в ручке.

IRIS

Созданная с южной чувственной любовью под чутким руководством BOYARD, коллекция la Famiglia уже пользуется успехом среди российских производителей.

По материалам BOYARD

TESLA

MARCO

AMSTERDAM

МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА «ВАША МЕБЕЛЬ» ЗАПУСТИЛА ПРОИЗВОДСТВО В НОВОСИБИРСКЕ.

Красноярская фабрика «ВАША МЕБЕЛЬ» с 1995 года производит корпусную мебель для детской, спальни, гостиной, кухни в сегменте «эконом». Качественная продукция фабрики с интересным эксклюзивным дизайном завоевала российского потребителя и рынки стран ближнего зарубежья. Компания «ВАША МЕБЕЛЬ» — это более 70 дилеров в 60 городах России.

В начале августа 2020 года состоялся запуск производства в Новосибирске. Это второй по счету город, в котором, помимо складов, располагаются производственные мощности компании для производства корпусной мебели. Открытие новой фабрики в период кризиса — это стратегически важный для компании шаг, который позволит нарастить мощности производства и объемы продаж и, в то же время, сократить расходы на доставку материалов и готовой продукции.

Новая фабрика разместилась на площади в 3 000 кв. м, которые поделены равномерно: 1 500 кв. м — производственных площадей и 1 500 кв. м — складских.

Фабрика оснащена высокотехнологичным оборудованием: форматно-раскроечным центром с ЧПУ Gabbiani итальянской компании SCM, кромкооблицовочным станком концерна IMA Schelling, гибким сверлильно-присадочным станком с ЧПУ Skipper 100 итальянского производителя Biesse Group. Помимо этого, новая фабрика оснащена итальянским оборудованием Masterwood, которое позволяет изготавливать сложные детали нестандартных форм и размеров.

В ближайшие месяцы уже поступит в распоряжение новосибирской фабрики и широкоформатный высокоскоростной австрийский УФ-принтер DURST для печати на фасадах. Причем, чернила используют-

ся тоже европейские от поставщика принтера. Пока фасадная часть будет производиться в Красноярске и поставляться на новосибирские склады.

«Здесь мы планируем запустить фабрику по аналогии с фабрикой в Красноярске. Сейчас запущены основные участки по изготовлению корпусов, готовим к отправке принтер для фасадов с печатью. В ближайшей перспективе — установка прессов для производства фасадов в пленке ПВХ. Также планируется запустить участок мягких изделий, на котором мы будем изготавливать кухонные уголки, которые, как ни странно, но до сих пор пользуются спросом», — говорит **Алексей Петрович Даньшин, руководитель технического отделения.**

Новосибирская фабрика начала выпуск корпусной мебели, которой компания будет обеспечивать запросы оптовых складов от Новосибирска и до европейской части России. Это производство будет очень гибко и оперативно реагировать на запросы клиентов, тем самым сократив сроки изготовления мебели.

Стоит отметить, что новое производство — это всегда не только новый промышленный комплекс, но и новые рабочие места, что очень важно в нынешних экономических условиях. Но по этому вопросу Алексей Петрович заметил, что и в Новосибирске, и в Красноярске сложно с квалифицированными рабочими кадрами для мебельного производства. Трудно подобрать, к примеру, хорошего оператора на станки с ЧПУ, как, впрочем, и на ряд других профильных специальностей.

Алексей Петрович Даньшин, руководитель технического отделения

Фабрика распложена на левом берегу города Новосибирска в районе ул. Станционная и имеет удобные логистические пути. В настоящее время уже начат выпуск первой продукции, а к концу года планируется вывести работу фабрики на полные производственные мощности.

Второй город. Третья фабрика. Это только начало.

По материалам пресс-службы «Ваша мебель»

ОТКРЫТИЕ АКАДЕМИИ ЦИФРОВЫХ МЕБЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Отвечая на запросы рынка в подготовке квалифицированных кадров, компания SCM совместно с Колледжем архитектуры, дизайна и реинжиниринга №26 («26 КАДР») и разработчиком программного обеспечения для мебельного производства «БАЗИС-Центр» представляет Академию Цифровых Мебельных Технологий.

Этот образовательный центр на базе колледжа «26 КАДР» позволит молодым специалистам отрасли получить практические навыки работы на современном цифровом производстве, а мастерам — повысить свой профессиональный уровень.

В рамках мероприятия состоится торжественное открытие Академии Цифровых Мебельных Технологий, в программе которого: презентации новейших цифровых продуктов компании «БАЗИС-Центр»; практические семинары по технологиям изготовления мебели, использованию инструмента, материалов, клеёв и фурнитуры; демонстрация в работе высокотехнологичного оборудования; презентация возможностей Академии; формирование профессиональных стандартов мебельных компетенций.

Кому это будет интересно: владельцам мебельных предприятий, руководителям производств, инженерам-технологам; компаниям, осуществляющим коммерческие услуги в мебельном производстве; дизайнерам; hr-специалистам и представителям отдела кадров мебельных компаний; работникам отрасли, мастерам, заинтересованным в профессиональном росте.

В программе: программное обеспечение от компании «БАЗИС-Центр»; практическая демонстрация изготовления изделий, смоделированных с помощью программного обеспечения БАЗИС на станках SCM; презентация оборудования в работе: обрабатывающие центры, нестинг, раскрой, кромкооблицовка, технологии финишной обработки, столярные станки; презентация Академии цифровых мебельных технологий; профессиональная подготовка кадров для мебельной промышленности; новый стандарт компетенции «Оператор деревообрабатывающего станка с ЧПУ»; демонстрация лучших производственных практик с использованием стандартов Worldskills.

Квалифицированные специалисты будут консультировать всех посетителей по любым вопросам на протяжении всего мероприятия, а в предусмотренное свободное время Вы сможете пообщаться с коллегами из профессионального сообщества за чашечкой ароматного кофе!

Сегодня цифровая смарт-фабрика становится не просто реальностью, а производственной необходимостью для мебельных и деревообрабатывающих предприятий, задача которых — сохранить конкурентоспособность и усилить свои позиции на рынке.

С ростом использования программных продуктов на фабрике возрастает значение квалифицированного персонала, а умение работать с софтом, интегрированным в производственный процесс, становится важным фактором в процессе подбора кадров.

Приглашаем Вас принять участие в Открытии Академии Цифровых Мебельных Технологий!

Регистрация и подробная программа на сайте https://www.scmgroup.com/ru

ВЭБ.РФ ПЛАНИРУЕТ СОЗДАТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР ЛПК В КРАСНОЯРСКЕ

ВЭБ.РФ предлагает создать образовательный центр профессионального обучения на базе фабрики «Мекран» в Красноярске. Для этого разрабатывается проект создания образовательного центра по обучению и стажировке работников ЛПК и студентов профильных учебных заведений на базе лесоперерабатывающего комплекса «Мекран» в Красноярске.

«Учитывая уникальность производственного комплекса, а также потребность рынка труда в высококвалифицированных специалистах, ВЭБ.РФ инициировал проект создания учебного центра, который предоставлял бы широкий спектр образовательных услуг. Речь идет о профессиональном образовании как студентов профильных вузов и колледжей, так и об обучении и переобучении работников предприятий ЛПК, особое внимание будет уделено профориентации школьников — для них планируется организовывать выездные уроки и экскурсии. К реализации проекта планируем также привлечь ведущие профильные образовательные учреждения, предприятия ЛПК, производителей оборудования и прочие заинтересованные организации. Данный проект поддерживает администрация Красноярского края и Министерство просвещения РФ», — отметил первый заместитель председателя ВЭБ.РФ, член правления Николай Цехомский.

Для разработки концепции проекта планируется создать рабочую группу из представителей ВЭБ.РФ, профильных министерств, предприятий ЛПК, экспертных организаций и образовательных учреждений Красноярского края. Рабочая группа подготовит образовательные программы, финансово-экономическую модель, разработает эскизный проект по перепрофилированию части помещений ООО УК «Мекран», опре-

делит источники финансирования, организует взаимодействие с производителями лесозаготовительного оборудования, проработает включение в национальный проект «Образование» (Молодые профессионалы).

Директор Департамента государственной политики в сфере среднего профессионального образования и профессионального обучения Министерства просвещения РФ Виктор Неумывакин: «В Министерство просвещения Российской Федерации

поступило предложение о создании образовательного центра на базе предприятия для подготовки специалистов по широкому спектру профессий в лесной промышленности. С точки зрения подготовки кадров для реального сектора экономики, предприятия вызывают особый интерес, именно потому, что ребята получают навыки, не оторванные от производства, когда они выходят на завод, на предприятие. Это всегда вызывает интерес у сферы образования. Система среднего специального образования очень бурно развивается в последнее время, мы очень серьезно обновляем техническую базу учреждений образования. Почти 5 млрд ежегодно вкладывает РФ в обновление материально-технической базы в создание мастерских в техникумах и колледжах. Но интерес вызывает, конечно, производственный процесс. Мы знаем такие примеры в машиностроении, знаем такие примеры в металлургии, в различных сферах туризма, но в лесной и мебельной промышленности пока нет. Будет создана рабочая группа, которая определит сроки запуска центра, его кадровую потребность».

В настоящее время на площадях бывшей мебельной фабрики «Мекран» работает обособленное подразделение «Краслесинвеста» (дочернее предприятие ВЭБ.РФ), которое производит строганую продукцию, столярную плиту, мебель для сада, двери из ангарской сосны и лиственницы мощностью 10 тыс. куб. метров. В настоящее время большая часть производственных площадей не задействована. Площадь цехов составляет около 40 тыс. м2. Производственная площадка позволяет строить новые объекты.

Мебельная фабрика «Мекран» специализировалась на производстве мебели бизнес-класса. В 2014 году на фоне мирового финансового кризиса произошло резкое сокращение гостиничного рынка, что привело к консервации мощностей. В 2017 году ВЭБ.РФ, основной кредитор «Мекрана», принял решение по запуску фабрики как структурной единицы «Краслесинвеста». Удалось сохранить не только производственные площади, но уникальное оборудование и частично персонал. В 2018 году на площадях мебельной компании «Мекран» было запущено уникальное для России производство столярной плиты. Сырье — пиломатериалы поступают от АО «Краслесинвест» с производства пиломатериалов в Богучанском районе. Реализация экологически чистой и качественной продукции происходит как на рынок России, так и на экспорт.

По материалам ВЭБ.РФ

NOLTE GROUP: ЮРИДИЧЕСКИ НЕЗАВИСИМЫЕ МЕБЕЛЬНЫЕ КОМПАНИИ — КОНЦЕНТРАЦИЯ НА ОСНОВНОЙ ОБЛАСТИ «КУХНИ»

В Группе Nolte компании, выпускающие различную корпусную мебель и мебель для кухни, всегда работали вполне самостоятельно. Недавно было принято решение Группы сделать эти подразделения юридически независимыми и сконцентрироваться на производстве кухонь в будущем. С этой целью 1 сентября 2020 года предприятия мебельной подгруппы с Nolte M bel GmbH & Co. KG и Express M bel GmbH & Co. KG должны быть переданы недавно основанной Nolte M bel Industrie Holding GmbH с расчетом на более высокий экономический эффект. Акционерами новой компании, базирующейся в Гермерсхайме, являются Георг Нольте и Оливер Бяловонс, единственные управляющие директора Nolte M bel и Express M bel.

Участвующие стороны договорились не разглашать экономические детали сделки. Трудовые отношения примерно 500 сотрудников из предыдущей мебельной подгруппы будут переведены в новую группу.

Под руководством Оливера Бяловонса компании Nolte M bel и Express M bel с начала 2019 года претерпели глубокие изменения, которые сопровождаются значительными улучшениями в качестве продукции, структуре и бизнес-процессах. Подгруппа мебели в настоящее время работает на полную мощность, несмотря на кризис в связи с коронавирусом. Оливер Бяловонс также возглавит новую компанию в качестве управляющего директора.

Манфред Випперманн, управляющий директор Nolte GmbH & Co. KGaA, материнской компании Nolte Group: «Наши предыдущие подразделения по производству кухонь и мебели всегда работали независимо друг от друга и практически не имели точек соприкосновения. После положительных сдвигов в обоих направлениях в последние годы пришло время самостоятельно развивать мебельный сектор. Я хотел бы подчеркнуть огромную заинтересованность г-на Нолте и г-на Беловонса — без их предпринимательского интереса этот вполне логичный стратегический шаг был бы невозможен. В дальнейшем Nolte Group сконцентрируется на своем основном бизнесе с Nolte Kitchens и Express Kitchens, который сравнительно хорошо пережил кризис в связи с Covid19».

По материалам moebelkultur.de

ВСТРЕЧА ГУБЕРНАТОРА ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ И. А. БЕЛОЗЕРЦЕВА И СОБСТВЕННИКА ФАБРИКИ «SV–МЕБЕЛЬ» В. М. СТЕКЛЯННИКОВА

В пятницу, 11 сентября, состоялась встреча Губернатора Пензенской области И. А. Белозерцева и генерального директора компании «SV-мебель» В. М. Стеклянникова. Также во встрече приняли участие Заместитель Председателя Правительства Пензенской области Д. Б. Бубнов и генеральный директор АО «Корпорация развития Пензенской области» Д. В. Полукаров.

Компания «SV-мебель» является крупнейшим российским производителем корпусной мебели, а также лучшим промышленным предприятием Пензенской области 2019 года. По итогам 2015-2018 гг. компания являлась лучшим экспортером Пензенской области. За 24 года существования на мебельном рынке компания не только расширила своё производство, но и открыла 10 собственных филиалов в России и 1 в Евросоюзе.

На территории индустриального парка «Отвель» компания планирует построить автоматизированное и роботизированное производство полного завершенного цикла корпусной мебели, кухонных гарнитуров и шкафов-купе. Общий объем инвестиций в проект составит более 2 млрд рублей, по итогам реализации проекта будет создано более 200 новых рабочих мест.

«Готовы вас поддержать, предоставить все возможные преференции. Для нас очень важно, чтобы открывались новые предприятия, появлялись новые рабочие места. Будем создавать все условия, чтобы предприятие развивалось и дальше», — поддержал планы инвестора глава субъекта Федерации.

В завершении встречи Губернатор Пензенской области Иван Белозерцев и генеральный директор компании «SV-мебель» Владимир Стеклянников подписали Протокол о намерениях по взаимному сотрудничеству в рамках реализации инвестиционного проекта по расширению действующего мебельного производства на территории Пензенской области.

По материалам «SV-мебель»

ОБНОВЛЕН СОСТАВ ПРАВЛЕНИЯ REHAU В ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ

В рамках взятого в 2017 году курса международная группа REHAU продолжает последовательно укреплять дивизиональную модель управления. На уровне группы именно дивизионы отвечают за ведение своего бизнеса во всем мире и за достигнутые результаты, последовательно развивая свои центральные и региональные структуры и компетенции.

С 01.01.2021 года в регионе сбыта Восточная Европа (REHAU EAE) будут, в связи с этим, реализованы следующие организационные изменения, призванные еще больше закрепить усиление ДИВИЗИОНАЛИЗАЦИИ как модели управления бизнесом в нашем регионе.

В состав Правления REHAU по Восточной Европе войдут региональные лидеры релевантных дивизионов в регионе сбыта Восточная Европа:

Павел Иваненко — директор направления светопрозрачных конструкций в Восточной Европе:

• продажи и маркетинг дивизиона WS в Восточной Европе;

• общее руководство и ответственность за бизнес дивизиона WS в Восточной Европе.

Андрей Иванов — директор направления инженерных систем в Восточной Европе:

• продажи и маркетинг дивизиона BS в Восточной Европе;

• общее руководство и ответственность за бизнес дивизиона BS в Восточной Европе.

Преемник Владимира Минакова — директора направления мебельных решений в Восточной Европе:

• продажи и маркетинг дивизиона FS в Восточной Европе;

• общее руководство и ответственность за бизнес дивизиона FS в Восточной Европе.

Андрей Белоедов, заместитель Председателя Правления REHAU в Восточной Европе, успешно осуществлявший с 2015 года общее руководство маркетингом и продажами дивизионов WS, BS и FS в регионе сбыта Восточная Европа в ранге исполнительного директора, выходит из состава Правления и принимает на себя в дивизионе WS полную

ответственность за руководство маркетингом и продажами в другом европейском регионе сбыта, в состав которого входят Польша, Чехия, Словакия, Латвия, Литва и Эстония в должности исполнительного директора по маркетингу и продажам дивизиона WS в этом новом среднеевропейском регионе сбыта (WS Middle Europe) дивизиона WS.

В результате этих изменений маркетинг и сбыт каждого дивизиона в нашем регионе сбыта Восточная Европа будут представлены в региональном Правлении по Восточной Европе своими региональными лидерами, что является дополнительным свидетельством укрепления рыночных позиций и роли дивизионов в структуре управления компанией.

Остальные члены Правления REHAU в регионе сбыта Восточная Европа продолжат выполнять свои обязанности в составе Правления:

Константин Гайнуллин — председатель Правления

• Главный исполнительный директор по Восточной Европе (CEO EAE);

• Директор завода.

Ольга Мазурова — член Правления:

• директор по персоналу по Восточной Европе.

Маргарита Шалагинова — член Правления:

• финансовый директор по Восточной Европе.

Александер Вагнер — член Правления:

• управляющий по административным вопросам по Восточной Европе.

Функции генерального директора ООО «РЕХАУ» переходят к CEO EAE **Константину Гайнуллину**, который продолжит и дальше выполнять функции генерального директора ООО «РЕХАУ Продукцион».

Павел Иваненко будет выполнять функции заместителя генерального директора ООО «РЕХАУ» по направлению светопрозрачных конструкций.

Андрей Иванов будет выполнять функции заместителя генерального директора ООО «РЕХАУ» по направлению внутренних инженерных сетей.

Преемник Владимира Минакова будет выполнять функции заместителя генерального директора ООО «РЕХАУ» по направлению мебельных решений.

Реализованные таким образом изменения обеспечат еще большую сосредоточенность наших региональных структур на потребностях рынка, наших клиентов и партнеров и позволят существенно укрепить фундамент для дальнейшего развития нашего бизнеса в Восточной Европе.

По материалам REHAU и tybet.ru

ОТКРЫТИЕ ФАБРИКИ «АНГСТРЕМ»: ДОРОГУ ОСИЛИТ ИДУЩИЙ

В пятницу, 28 августа, в индустриальном парке «Масловский» состоялось официальное открытие фабрики фасадов мебельного холдинга «Ангстрем».
Были приглашены высокие гости: инвесторы, партнеры, представители прессы. В числе приглашенных значились губернатор Воронежской области Александр Викторович Гусев, директор ФРП РФ Роман Васильевич Петруца, руководитель ФРП Воронежской области Вадим Анатольевич Дмитриев и другие почетные гости.
Мы также получили приглашение и с удовольствием посетили это событие, важное не только для холдинга «Ангстрем», но и для всей мебельной отрасли в целом.

Основатель компании «Ангстрем» Геннадий Викторович Чернушкин с особым трепетом рассказал собравшимся о трудностях и победах в создании такого масштабного проекта:

«История нашей компании очень схожа с новейшей историей России, потому что мы официально зарегистрированы с 1991 года, а бизнес-инициативу начали проявлять даже чуть раньше. Мы так же, как и наша страна, проходим через все этапы развития, через все трудности, взлеты и падения. Проект производственно-логистического комплекса мы начали в 2010 году — построили логистический центр. К сегодняшнему дню проект должен был полностью завершиться, но наступил 2014 год с известными событиями. Мы на какое-то время остановились, встряхнулись, а затем продолжили двигаться к намеченной цели. Сегодня вместе с вами будем запускать и открывать очередную часть.

Эта сцена не вместит всех тех, кто долгие часы, встречи, размышления потратил на то, чтобы этот проект состоялся. Более того, нам хотелось бы, чтобы он не просто состоялся, а был еще неким ориен-

тиром для окружающего пространства. Конечно, архитектуру можно было выбрать проще — это существенно дешевле, это облегчает окупаемость. Но все-таки нельзя жить негармонично и заниматься только бизнесом, должно быть место красоте, работе, семье и самообразованию.

Архитектурой данного проекта нам очень хотелось показать, что в Воронеже и Воронежской области не только здание аэропорта или развлекательного объекта, но и производственный комплекс может быть таким. Нам казалось важным, чтобы сотрудникам приятно было ходить на работу.

Да, пока проект не реализован в полной мере, хотя мы уже начали выпускать продукцию. Инвестиции были разделены на две части, сейчас освоено финансирование ФРП, но и то не в полном объеме — из-за ситуации с коронавирусом часть оборудования придет ближе к концу года.

Я хотел бы поблагодарить очень многих людей вне компании, ведь благодаря их пониманию стало возможным то, что мы с вами сегодня наблюдаем. Это и различные департаменты областного правительства во главе с губернатором, и ФРП, и Федеральный центр компетенций, банки и страховые компании — так из маленьких ручейков стекаются большие могучие реки».

После торжественной части все гости мероприятия отправились на экскурсию по фабрике. Даже губернатор Воронежской области Александр Гусев заметил, что с годами управленческой работы инженер в нем все же не умер, и ему очень интересно увидеть производство.

Новейшее оборудование фабрики нам показал Сергей Фомич Радченко, член наблюдательного совета «Ангстрем».

Это было очень впечатляюще, но чтобы получить, как говорится, полную картину мира, мы обратились к специалистам «Ангстрем», которые непосредственно занимались проектированием, запуском и отладкой производства.

«За время реализации проекта перед командой стояли самые разные задачи, — поделилась **консультант ООО ПК «Ангстрем» Любовь Ивановна Семенихина,** — *разработать задание на технологическую часть проекта; найти лучшие инжиниринговые компании для сотрудничества; подобрать современное высокотехнологичное оборудование; проработать роботизацию и автоматизацию рабочих мест и оборудования; организовать встречи с иностранными партнерами, производящими оборудование для мебельной промышленности, и многие другие».*

Подробно о задачах, которые ставились при проектировании производства, о выборе оборудования, о работающих линиях и о тех, что будут получены и запущены в ближайшее время, рассказала главный технолог Фабрики Фасадов «Ангстрем» Ирина Николаевна Елютина. Она отметила, что в основу проекта заложена бизнес-модель современных высокотехнологичных производств: «Концептуально новое производство отличается подходом к производственному процессу. Большая часть трудоемкой работы поручается искусственному интеллекту, а участие человека

минимизируется. Для изготовления современной продукции закуплено автоматизированное оборудование, внедрены передовые технологии, спроектированы новые процессы производства.

Производство фасадов операционное. Его сложно автоматизировать — здесь априори много ручного труда. Процесс автоматизации такого производства сложный. На этапе проектирования мы обращались во множество инжиниринговых компаний за рекомендациями. Каждое производство имеет свои особенности, поэтому проект был адаптирован под задачи компании. Мы все делали на собственном опыте, узнавали информацию из разных источников, посещали выставки, зарубежные предприятия.

На выставке LIGNA в Ганновере уровень оборудования очень высокий, и мы оттуда немало почерпнули. По приобретению части оборудования у нас были сомнения, которые после посещения выставки рассеялись. Мы увидели тенденции в мебельном производстве, увидели последние разработки лидеров мирового станкостроения».

Первое, самое большое, крыло здания — это склад готовой продукции, и затем два рукава здания к складу: это цех фасадов и параллельно ему — цех каркасов. Он также, как и цех фасадов, имеет площадь 17 тыс. кв. м и производственные участки. Проектирование цеха каркасов начинается уже в октябре.

Каждый цех будет иметь свою линию упаковки, откуда упакованные и укомплектованные необходимой фурнитурой мебельные детали будут поступать на склад готовой продукции.

На сегодня дан старт работе фабрики фасадов. *«Запуск цеха фасадов планируется в несколько этапов,* — рассказывает Ирина Николаевна. — *Сейчас первый этап запуска, и в цехе находятся не все единицы оборудования. На сегодняшний день у нас закуплено от того, что запланировано, порядка 30%. Сейчас частично в работе используется старое оборудование, и параллельно осуществляется второй этап. На третий этап запланирована автоматизация и роботизация производства».*

На участке подготовки фасадов работает современный деревообрабатывающий центр CENTATEQ N-700 от компании Homag. Он функционирует по инновационной технологии нестинг, что обеспечивает точность изготовления деталей за счет выполнения операций раскроя и фрезерования на одном станке. Используется высококачественная плита МДФ производства Kastamonu. Здесь готовят фасады под облицовку в пленку ПВХ.

Облицовывание деталей МДФ пленкой ПВХ производится на оборудовании одного из ведущих немецких производителей прессов BÜRKLE.

Также используется станок для шлифовки кромок итальянской Компании De Stefani, который предназначен для подготовки поверхности кромок фасадов из МДФ, облицованных пленками ПВХ. Шлифование кромок гарантирует качество внешнего вида фасада за счет устранения шагрени на кромках и способствует прочности клеевого соединения.

Но фасады МДФ в пленке ПВХ — далеко не единственный вид фасадов, которые производят на «Ангстрем».

«На сегодня мы производим рамочные фасады с углом 45 и 90 градусов, фасады, окутанные в пленку ПВХ, фасады, отделанные ЛКМ, в том числе эмалями, стеклоизделия, плоские фасады с наклеенным профилем, декоративные элементы. Применяем технологию патинирования, — рассказывает Ирина Елютина. — *В линейки фасадов в плёнке ПВХ преобладают на сегодня в дизайне гладкие фасады с интегрированной ручкой — они наиболее продаваемы».*

Также один из основных видов фасадов на фабрике — рамочные фасады различных, в основном, древесных декоров с углами 45 и 90 градусов.

«Для изготовления рамочных фасадов мы используем профиль собственного производства. В зависимости от изготавливаемого продукта часть фасадов отделывается ЛКМ по классической технологии прозрачных акриловых систем с применением патины», — объясняет Ирина Николаевна.

Ирина Николаевна Елютина

На данном участке техническому оснащению уделено особое внимание, ведь от уровня оборудования зависит и качество готового изделия, и себестоимость, и скорость изготовления.

«Оборудование для механической обработки профиля — компании КОСН, станки, которые зарекомендовали себя как надёжное, высокотехнологичное оборудование. У нас сейчас эксплуатируются 5 единиц оборудования КОСН. Они являются основным оборудованием для участка машинной обработки профиля. На сегодня мы приобрели дополнительно уникальную линию КОСН, аналогов которой в России просто нет. Подобная линия поставлялась в США. Она будет изготавливать элементы фасада от хлыста до готовых деталей мебели. Линия выполняет операции чернового раскроя, раскроя под углом, сверления отверстий, впрыскивания клея, вставки шканта и затем присаживает под петлю или под ручку. Эта линия практически полностью автоматическая. Она была у нас запланирована на первом этапе, но из-за коронавируса сроки поставки увеличились. Поставка линии планируется в ноябре. Ее особенность и уникальность в том, что она может обрабатывать и мелкие детали: если стандартные линии КОСН делают минимальный размер деталей до 395 мм, то эта машина может обрабатывать детали от 155 мм, и мы закроем весь ассортимент рамочных фасадов», — рассказывает Ирина Елютина.

Затем детали профиля планируется собирать на ваймах Fiorenza.

На этапе раскроя профиля нам повезло увидеть эксклюзивное оборудование — линию оптимизации поперечного раскроя, произведенную итальянской компанией Salvador.

Она позволяет осуществлять автоматическую обработку деталей, что повышает производительность и снижает влияние человеческого фактора. Автоматизация процесса гарантирует точную торцовку профильного погонажа, а также минимально допустимые отклонения угловых размеров.

«Аналог сложно найти, — делится Ирина Елютина, — *на сегодня это оборудование в большей степени эксклюзивное. На оборудовании для поперечного раскроя специализируется не так много фирм. Salvador — давно существующая итальянская компания, которая изготавливает станки по индивидуальному заказу. Это линия оптимизации раскроя профиля, которая позволяет за счет оптимизации повысить процент полезного выхода. Это линия с автоматической подачей и магазином предварительного позиционирования, куда закладываются детали, которые автоматически подаются в зону реза для раскроя».*

Также участок раскроя профиля оснащен форматно-раскроечным круглопильным (дисковым) станком F45 Elmo Drive производства немецкой компании Altendorf GmbH. Это современное оборудование с интеллектуализированной системой управления. Станок обеспечивает точность раскроя и увеличивает производительность за счет полуавтоматической перенастройки. Особенностью оборудования является наклон пильного агрегата +/- 45 градусов.

«Это универсальное оборудование, — говорит Ирина Николаевна. — *Когда мы его закупали, перед нами стояла задача повысить качество и точность распила. Хоть он и предназначен для раскроя листов, мы его используем для раскроя профиля, потому что у нас есть такие профильные детали, которые кроят-*

ся под сложным углом. Это декоративные элементы карнизов и цоколей. Мы приобрели станок на сервоприводах, который автоматически настраивается и четко выдерживает угол. Это станок нового поколения автоматических машин. Все настройки делаются через программное управление».

Безусловно, важную роль в производстве рамочных фасадов играет то, насколько технологично организован процесс сборки. На фабрике фасадов «Ангстрем» к этому также подошли со всей ответственностью.

Из нового оборудования на участке устанавливают сборочную вайму проходного типа, произведенную итальянской компанией Fiorenza. Это оборудование гарантирует долгий срок службы и точность работы станка, который четко дозирует усилие прижима.

Такая вайма обеспечивает стабильное качество собранных фасадов, а также повышает производительность за счет автоматизации процесса сборки.

«На вайме проходного типа будет полностью автоматизирована сборка фасадов 90 градусов. Это оборудование будет собирать как фасады для собственного продукта Магнум, Сиерра, так и для нашего давнего партнера ИКЕА», — рассказывает Ирина Елютина.

Другая модель сборочной ваймы — Fiorenza SFR 8/4 — представляет собой уникальное оборудование, аналогов которому в мире нет. Она уже приехала, и в ближайшее время ее запустят. Это поворотная вайма роторного типа, имеющая 4 рабочих поля. Здесь будут собирать фасады под 45 градусов. Ее закупка позволит повысить качество сборки фасада за счет фиксации рамки с шести сторон и увеличить скорость сборки до 4-х фасадов в минуту. Полуавтоматическая система управления обеспечит точность изготовления фасадов.

Собранные фасады проходят отделку ЛКМ, что обеспечивает уникальный внешней вид фасада и прочность поверхности при эксплуатации.

Сегодня на фабрике работает приобретенная ранее линия отделки с вертикальной сушилкой производства итальянской компании Cefla с автоматической спрей-системой окраски поверхности. На втором этапе планируется приобрести новую, более современную линию от Cefla.

«Сейчас мы приобретаем спрей-автомат с водной фильтрацией ROCTRE W, тремя контурами подачи и уникальным запатентованным пленумом, который распределяет воздушные потоки, что способствует равномерному покрытию ЛКМ и уменьшает загрязнение кабины, и четырехсекционную сушилку.

В помещении установлена система приточно-вытяжной вентиляции, что способствует созданию «чистой комнаты» и, соответственно, повышает качество лакокрасочного покрытия, чтобы поверхность получалась максимально качественной, без попадания пыли и мелких твердых частиц», — говорит Ирина Николаевна.

Также для отдельных выкрасов стоит ручная камера окраски с сушилкой Cefla, достоинством которой является наличие водяной завесы, обеспечивающей наиболее эффективное улавливание распыла ЛКМ. Зона сушки с окрасочной камерой полностью закрыта и оборудована приточно-вытяжной вентиляцией для создания избыточного давления от внешней приточной системы, что способствует созданию обеспыленного помещения. Особенности конструкции позволяют получить качественное лакокрасочное покрытие.

Довольно сложным в процессе производства фасадов является участок обработка стекла.

На данный участок была приобретена автоматическая линия раскроя стекла от Intermac, подразделения группы компаний Biesse (Италия), которая дает точность раскроя, качество реза без наплывов и увеличение производительности. Дополнительные опции позволяют сократить технологический цикл изготовления криволинейных стеклоизделий.

опции позволяют сократить технологический цикл изготовления криволинейных стеклоизделий.

«Со стеклом очень сложно работать, — делится Ирина Николаевна Елютина. — *Стекло поставляется в объёмных пачках для транспортировки, для которых внутри цеха нужно использовать мощный погрузчик. Для подачи пачек со стеклом непосредственно на линию раскроя используется кран. На линии в зоне автоматической подачи установлено 6 пирамид, в которые загружаются пачки, и из которых стекло по одному листу с помощью автоматического загрузчика подается на стол раскроя. Раскрой выполняется по карте раскроя, которая создаётся в программе оптимизации. Мы очень довольны работой линии, отзывы самые положительные. Она выполняет самые опасные операции в автоматическом режиме: подает стекло, режет, и человеку на выходе остается только вручную сделать надлом, и то он тоже полуавтоматический, так как там есть воздушный стол и специальные рейки, с помощью которых надлом делать намного удобнее. Затем вручную стекло перемещают в специальные передвижные стойки для дальнейшей обработки».*

Безусловно, оборудование — это не только станки, но и оснастка. Пирамиды, в которые устанавливаются краном пачки, изготовила воронежская фирма «Интермаш».

«Одна пирамида — их собственная разработка, сделанная специально для нас, — рассказывает Ирина Елютина, — *это поворотная пирамида: пачки разного стекла загружаются с двух сторон, и при необходимости пирамида поворачивается, чтобы автоматический загрузчик мог снять то один вид стекла, то другой».*

Так как спрос на гладкие фасады неуклонно растет, компания приняла решение о внедрении на производство современной кромкооблицовочной линии. Здесь ставки делались на визуальную целостность фасада и снижение роли человеческого фактора.

«Сейчас, на втором этапе, у нас закупается участок автоматической кромкооблицовки: рассматриваются два производителя — IMA Shelling и Homag, — делится Ирина Николаевна. — *Мы выбираем максимально автоматизированные кромкооблицовочные участки в системе MES (ред. — Manufacturing Execution System — система управления производством, специально разработанная для повышения эффективности планирования и управления производством), чтобы минимизировать человеческий фактор, то есть мы хотим, чтобы у нас станок работал автоматически и считывал всю информацию со штрих-кода, а уровень подготовки рабочих на данном участке не играл большой роли. При этом мы планируем ручную подачу, но с возвратным транспортером и автоматическим переворотом. Это будет линия с отдельным компьютером, который управляет участком: кромкооблицовочный станок, возвратный транспортер и 2 манипулятора для передачи деталей. Это будет система управления для передачи информации на оборудование. Так как речь идет о фасадах сегментов средний+ и премиум, то мы говорим о использовании полиуретанового клея, прозрачного и белого, — то есть мы хотим полностью минимизировать клеевой шов, чтобы фасад смотрелся как единое целое. Также рас-*

сматриваем возможности изготавливать фасады из акриловых пластиков и высокий глянец».

Запросы рынка постоянно меняются, и современная фабрика должна уметь оперативно перестроиться, не потеряв качество, время и производительность.

«Так как производство сейчас очень нестабильно, а фабрика ориентирована как на изготовление практически индивидуальных заказов, так и на производство серийных, все оборудование гибкое, на сервоприводах, ориентировано на быструю перенастройку. Это было основной задачей при выборе оборудования», — говорит Ирина Елютина.

«Все станки, которые сейчас уже установлены и работают и те, которые еще поступят в распоряжение производства, будут соединены с общим сервером. Через сервер мы будем снимать информацию и передавать ее на оборудование: это информация о том, сколько оборудование работало, сколько возникло простоев, а также передача заданий для операторов», — добавляет она.

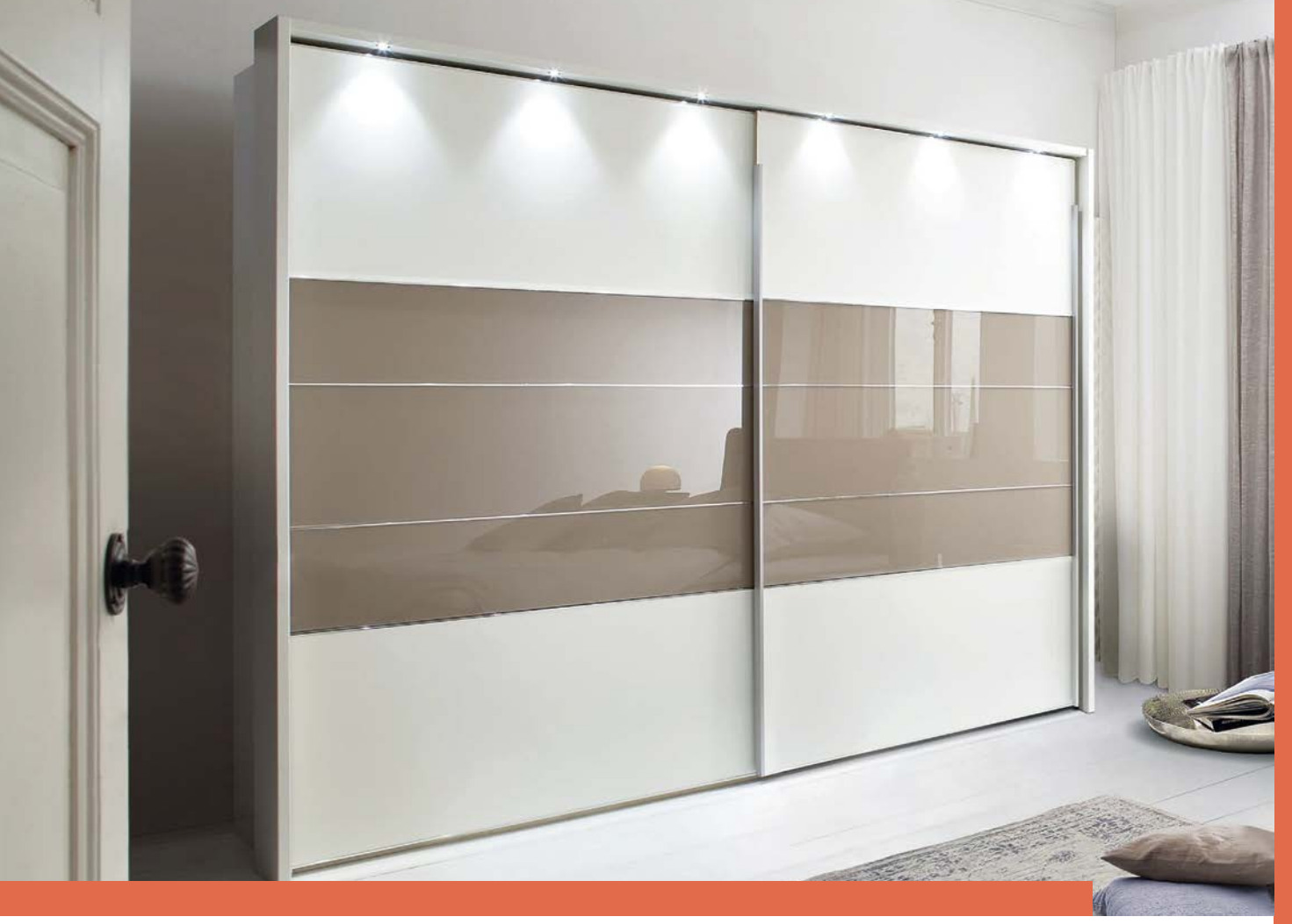
Современное автоматизированное мощнейшее производство мебельных фасадов позволит значительно расширить ассортимент фабрики.

Петр Казорин, коммерческий директор «Ангстрем», поделился новыми возможностями для создания большего числа современных коллекций:

«До запуска данной фабрики мы не могли полностью обеспечить нашего клиента качественным продуктом. У нас было всего 5 коллекций, теперь стоит задача выпустить 50 коллекций, обеспечить не каждую двадцатую семью, а каждую вторую или третью, и стать лидером данного рынка».

Новый производственный комплекс «Ангстрем» станет одной из самых автоматизированных и технологичных мебельных фабрик России. «Новейшее оборудование немецких, итальянских, австрийских и других мировых производителей позволит производить фактически любые из ранее представленных на рынке и находящихся в разработке видов мебельных фасадов, при этом сокращая технологический процесс и дополнительные транспортные издержки», — отметил **директор фабрики фасадов Вячеслав Владимирович Шамарин.**

Светлана Ширяева



СТЕКЛО КОМПЛЕКТУЮЩИЕ для шкафов–купе

Комплектующие для шкафов–купе

MODERN COUPE

ФАБРИКА
РАЗДВИЖНЫХ ДВЕРЕЙ

всего 10 mm

УЗКАЯ СИСТЕМА «ОПТИМА»

SOFT TOUCH

белый бежевый капучино шоколад

серебро сатин зерно чёрный

УЗКАЯ СИСТЕМА «ОПТИМА NEW»

серебро белый бежевый капучино шоколад чёрный

БЕСПЛАТНАЯ ЛИНИЯ **8-800-200-52-13**

г. Новосибирск:
ул. Сибиряков-Гвардейцев, 49/2
modern_kupe@inbox.ru
8 (383) 353-52-13
8 (383) 344-97-99

г. Кемерово:
пр-т Советский, 5
kemerovo@modern-coupe.ru
8 (3842) 452-352
8-951-581-78-57

НОВЫЙ ОФИС:
ул. Бетонная, 4
info@mk54.ru
+7 (383) 383-06-63

Весь ассортимент продукции представлен на нашем сайте
MODERN-COUPE.RU

Конструкторы фасадов шкафов-купе и кухонных фартуков: **КОНСТРУКТОР54.РФ**

МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

КТО ТАКИЕ ЛИШНИЕ ЛЮДИ?

У каждой компании есть свои «жирные времена», когда предприниматель зарабатывает хорошую прибыль и предполагает, что завтра будет еще лучше. Объемы вырастут, прибыль вырастет. И, соответственно, объем работы увеличится. И когда-то, в далеком светлом будущем, предпринимателю понадобятся дополнительные сотрудники. И вот в это самое время появляются люди «про запас».

ЧЕМ ЭТО ПЛОХО?

Когда вы берете сотрудника в штат, предполагается конкретная должность и определенный объем работы. Но на первых порах обучения и введения в должность объем работы маленький. А сотрудник привыкает работать именно с таким объемом работы и именно за эти деньги. И когда (или если) случается, что сотрудник действительно нужен, то вы не достигаете своей цели, так как он не готов работать больше и за те же деньги.

Зарплату вы платите сотруднику исходя из профиля должности и ситуации на рынке труда. То есть в расчет не берется объем фактически выполняемой работы. Это только вы, как предприниматель, думаете, что сотрудник понимает, что он не дотягивает до своей зарплаты.

Таким образом, получается перерасход денег в расходной части бюджета. А также вы показываете коллективу, что можно больше зарабатывать, делая меньше. То есть вы снижаете своими руками производительность труда на своем предприятии.

КАКОЕ ЕСТЬ РЕШЕНИЕ?

На мой взгляд, одно из решений — это:

- **технологии;**
- **оплачиваемые переработки;**
- **анализ потерянного времени сотрудниками и анализ рабочего дня каждого сотрудника**

Технологии.

Сейчас самое замечательное время для этого. Уже многие попробовали форматы работы на удаленке. У меня в компании две части бизнеса: одна часть в РФ, вторая — в США. Мы используем программы для постановки задач, для учета остатков, а также я опираюсь на искусственный интеллект для прогноза продаж. Многие функции/операции/расчеты у нас происходят посредством технологий. Этому в США уделяется особое значение, так как там зарплаты еще больше. И при неправильном планировании штата и постановке задач потери будут страшнее. Как пример автоматизации работы, мы используем программу 3PL Warehouse Manager для складских решений: учета движения товаров, расчет стоимости доставки, складской обработки для каждой позиции. Программа 3PL Warehouse Manager интегрирована со всеми каналами продаж и ра-

Николай Дубин — генеральный директор и учредитель компании Puzzlemebel (г. Омск), которая занимается производством как серийной, так и индивидуальной корпусной мебели.

Николай работает в отрасли более 15-ти лет, а его мебельному производству — уже больше 10-ти.

За это время было много сделано: оптимизировано и расширено производство, грамотно выстроены бизнес-процессы внутри компании.

Производство делает заказы как для сторонних компаний, так и для своих торговых марок с последующей реализацией на российских и зарубежных маркетплейсах.

Три года назад компания начала экспансию на рынки США и Канады, которая увенчалась серьезным успехом. На сегодняшний день для компании — это один из важных рынков сбыта, который постоянно растет.

За это время Николай Дубин для конкурентоспособности собственной компании сделал немало выводов и наработок по увеличению рентабельности предприятия, чем и готов сегодня поделиться с мебельщиками.

ботает в режиме онлайн. Коммуникация у нас в компании осуществляется через систему ticket. Это позволяет получать ответы на каждый вопрос, так как ему присваивается уникальный номер.

Переработки.

Да, это банально, но многие готовы поработать на несколько часов больше, либо поработать активнее, чем обычно, за дополнительное вознаграждение. Этот метод сохранит вам стоимость целого сотрудника, так как вы можете ввести премию за дополнительную работу, но не платить «лишним» работникам. Окладную часть вы вынуждены платить всегда, вне зависимости от сезона и объема количества работы. А премию за дополнительную работу вы можете назначать по мере необходимости, например, в высокий сезон продаж.

Анализ использования рабочего времени.

На мой взгляд, это очень важный способ не только против раздувания штата организации, но и для финансового здоровья компании в целом. Многим кажется, как и мне иногда, что все сотрудники работают слаженно и эффективно. Но, уверяю вас, это не так! По нашим замерам до половины рабочего времени сотрудника уходит впустую. Это не только самое очевидное в виде распития чая, походы в курилку и разговоров на отвлеченные темы… но и не отлаженность самих бизнес-процессов в компании.

Проанализировав работу многих наших сотрудников, например, отдела продаж, я пришел к выводу, что они нам не нужны. Так как стоимость обслуживания/содержания этого отдела огромная, а финансовый результат не достаточный для постоянного заработка от работы b2b. Особое внимание также стоит уделить бэк-офису, так как они не относятся к бюджетообразующим подразделениям, и увеличение штата в данном случае особенно критично. Так я решил перестроить полностью свою компанию:

- **оптимизировал численность отдела оптовых продаж;**
- **уволил сотрудников отдела розничных продаж мебели на заказ**

В последнее время выросли расходы на привлечение клиентов, так как было много запросов на разный ассортимент в малом количестве. Это привело к росту себестоимости продукции и к увеличению цен на изделия. Соответственно, объем продаж падал. Я нашел для себя выход в переходе от продаж b2b к b2c через маркетплейс прямо к потребителю. Это позволило снизить издержки и себестоимость продукции.

Для определения эффективности использования рабочего времени за день можно воспользоваться следующей формулой:

$К_{ирв}=Т_ф/Т_у$, где:

$К_{ирв}$ — коэффициент эффективности использования рабочего времени;

$Т_ф$ — фактическое время, которое было отработано сотрудником за день;

$Т_у$ — установленная продолжительность рабочего дня.

Предлагаю вам сделать 3 шага, которые упростят вам работу и позволят вам зарабатывать больше.

1. Провести анализ использования рабочего времени, путем составления таблицы использования времени, где вы (или человек, которому вы это поручите) будет фиксировать израсходованное время на выполняемые операции и, особенно на результат, который получили в итоге.

Время начала действия	Время окончания действия	Название действия	Затрачено времени
10.00	10.15	Составление коммерческого предложения	15 минут

Обычно наибольшее количество времени уходит на действия, которые не оказывают влияния на получение прибыли компанией. По итогу вы должны либо отказаться от таких бизнес-процессов, либо максимально упростить и автоматизировать их. В некоторых случаях уже этого достаточно.

2. По результатам выполнения первого пункта вы уже увидите своих лишних сотрудников, чья работа никак не влияет на деятельность компании. Теперь вам надо перестроить сам бизнес-процесс и перераспределить функционал «лишних» сотрудников на их коллег. Таким образом, лучшие сотрудники получат премию за дополнительные обязанности, а с остальными вы проститесь. Рациональное перераспределение функционала позволяет сохранить ценных работников и поднять их уровень мотивации и, как следствие, эффективность их деятельности.

3. Надо понимать, что все ушло в цифру. Мой совет: не отставать и тестировать разные программы для упрощения работы.

Для себя выделил 3 фишки, которые дают wow-эффект в продажах:

- **CRM-система, интегрированная с e-mail и телефонией;**
- **Ведение дневника рабочего времени;**
- **Все цифры – на dashboard!**

На своем опыте скажу, что это очень трудно и вызывает огромное сопротивление. Но дает компании существенные конкурентные преимущества:

- **Сокращение цикла продаж;**
- **Повышение точности и скорости проведения продажи;**
- **Увеличение производительности труда отдела продаж;**
- **Рост объема продаж в компании.**

Оптимизировав численность персонала, ваша компания уменьшит расходы на фонд оплаты труда, удалит или модернизирует неэффективные бизнес-процессы, а вы, возможно, придете к более глобальной идее, как именно развивать ваш бизнес и выйти на новый уровень.

Успехов вам!

ФАСАДЫ и СТОЛЕШНИЦЫ

Фасады
Столешницы
Мебельные детали

Людмила
пластик LEMARK, MELATONE
клей красный МИРА, 54а
г. Новосибирск, офис-склад: ул.Мира, 54а, тел. (383) 353-39-39, 353-39-70, e-mail: 3533939@gmail.com
офис: ул. Станционная 2/4, тел. (383) 353-75-75 e-mail: 3600772@gmail.com

Людмила
пластик ABET, ARPA
клей красный МИРА, 54а
г. Новосибирск, офис-склад: ул.Мира, 54а, тел. (383) 353-39-39, 353-39-70, e-mail: 3533939@gmail.com
офис: ул. Станционная 2/4, тел. (383) 353-75-75 e-mail: 3600772@gmail.com

Комплект декоративных элементов
9 Серии

ТОМСКИЕ МЕБЕЛЬНЫЕ ФАСАДЫ

г.Томск, пр. Фрунзе 119е, тел.: (3822) 545-150
fasad@tomskfasad.ru www.tmf70.ru

Николаевские фасады

since 2003

Надоела старая кухня? Обнови фасады!

г. Новосибирск, ул. Галущака, 1,
т.: (383) 227-24-01, 8-913-915-96-52
ул. Олимпийская, 37, т. (383) 248-89-11,
e-mail: kablashov@yandex.ru
www.fasad.novosiblrsk.ru

Lemark Melatone

Декоративный пластик HPL
Акриловый пластик
Кромка ABS

FineVinyl Huadong LG Hausys Authorized Distributor

Пленки ПВХ и ПЭТ
для мембранно-вакуумного прессования, каширования и окутывания

СЕГМЕНТ-АБРАЗИВ ЗАВОД ШЛИФОВАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Абразивные материалы
«Сегмент-Абразив»

valresa

Лакокрасочные материалы VALRESA (Испания)
для профессиональной отделки

WAKOL Anspruch verbindet

Клеи контактные Wakol (Германия)
для производства мягкой мебели и матрасов

MERITIN&CO neoflex

Клей ПВА, ЭВА расплав, ПУР (реактивный) для мебельных и дверных производств

пластики и пленки

УНИВЕРСАЛЬНОСТЬ КАЧЕСТВО ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ

К О М П Л Е К С Н О Е Р Е Ш Е Н И Е

Приглашаем к сотрудничеству дилеров!

ГК «Пластики и Пленки» — лидер на рынке РФ по комплексному снабжению предприятий мебельной, дверной и строительной промышленности пластиками HPL и акриловыми (ПММА), пленками ПВХ/ПЭТ, кромками ABS, клеевыми, лакокрасочными и абразивными материалами.

пластики и пленки www.plastics-foils.ru
ООО КЛЕЕВЫЕ СИСТЕМЫ www.eks-msk.ru
valresa www.valresa.ru
СЕГМЕНТ-АБРАЗИВ ЗАВОД ШЛИФОВАЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ www.segment-abrasive.ru
WAKOL Anspruch verbindet www.wakol.ru

+7 (495) 646-13-04

Москва, головной офис:
г. Москва, Павелецкая наб., дом 2, стр. 1 БЦ «Loft Ville»

+7 (495) 646-13-04 доб. 710
+7 (968) 614-10-67

Филиал в Новосибирске:
г. Новосибирск, ул. Долинная, д. 2Г

ALTENDORF® COMPETENCE CENTER

ЮБИЛЕЙНАЯ СЕРИЯ

ТОЧНЫЙ.
ДОЛГОВЕЧНЫЙ.
ЛИМИТИРОВАННЫЙ

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ и ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ

ALTENDORF EDITION F 45!

- Мощный двигатель и плавный ход
- Удобный и эргономичный пульт управления
- Непревзойденная точность

Altendorf Group:
40 лет Hebrock* +
114 лет Altendorf

На двоих - более 150 лет работы в станкостроении

F45 с традиционной зеленой панелью**

На отдельную комплектацию F45 в серии Edition — специальная цена

* С 2018 года Hebrock входит в Altendorf Group
** Предложение на Altendorf Edition F 45 действует до конца октября 2020 г. и ограничено количеством станков в юбилейном дизайне

+7 (495) 215-07-07
info@altendorf-rus.ru
www.altendorf-rus.ru

ЭЛСИ ПРОИЗВОДСТВО ФРЕЗ ДЛЯ ДЕРЕВООБРАБОТКИ

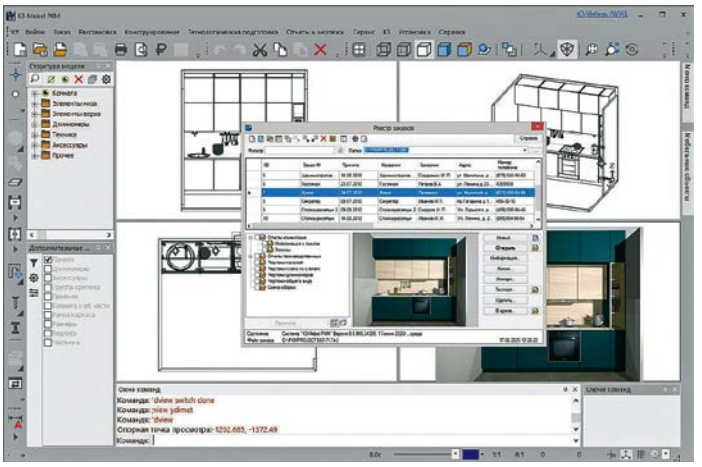
ИНСТРУМЕНТ УСПЕХА!

- ИЗГОТОВЛЕНИЕ насадных и концевых фрез для качественной деревообработки со сменными ножами из твёрдых сплавов и быстрорежущей стали
- ПОСТАВЛЯЕМ запасные части, профильные и стандартные ножи к фрезам ЭЛСИ и других производителей
- ОТПРАВКА продукции транспортными компаниями и почтой

Россия, Владимирская обл., г.Муром, ул. Энергетиков, д. 1-Б
Тел.: +7(49234)34647, моб.: +7 (920) 9201215 (WhatsApp, Viber) e-mail: elsi@elsifr.ru www.elsifr.ru

ЗАДАЧА ВСЕГДА ПРОСТА, ЕСЛИ ЗНАЕШЬ РЕШЕНИЕ

Современные задачи требуют современных решений. Думаем, с этим согласятся многие. Остается найти это современное решение — единственно правильное и подходящее лично Вам.



НАШЕ РЕШЕНИЕ ВАШИХ ЗАДАЧ

Основная задача любого производителя мебели — привлечь, заинтересовать и удержать клиента. Единственный способ этого добиться — быстро и четко принять заказ в присутствии покупателя; показать красивую картинку: как будет выглядеть заказанная мебель в его квартире; тут же сделать все необходимые расчеты. И здесь автоматизированные системы проектирования Вам в помощь! Именно таковой и является программа **«К3-Мебель 8.0», предназначенная для автоматизации проектирования, производства и продажи корпусной мебели.**

«К3-Мебель 8.0» универсальна. Она подходит любому мебельному предприятию, независимо от его размеров и специфики, и работает со всеми видами производства корпусной мебели, **как с серийным, так и с индивидуальным, изготавливающим мебель под заказ.**

«К3-Мебель 8.0» помогает не только **автоматизировать** такие участки мебельного предприятия, как **прием заказа, проектирование, производство**, но и позволяет связать их в одно целое, обеспечивая все службы единым источником информации, которым, по сути, является построенная в программе трехмерная модель изделия. При таком подходе повторный ввод данных не требуется, и информация не теряется и не искажается.

КОГДА ГОВОРЯТ ФАКТЫ, СЛОВ НЕ НУЖНО

Программа «К3-Мебель» существует уже 25 лет. За это время многие мебельщики доверили ей свой бизнес. Все они отмечают, что с «приходом» на их предприятие программы производительность труда повысилась на 20-30%; значительно сократился брак (конкретных цифр нет, но практически до нуля); время обработки заказов уменьшилось в десятки раз; достигнута значительная экономия материалов; продукция стала более конкурентоспособной и многое другое.

НЮАНСЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

«К3-Мебель 8.0» позволяет создавать **мебель любой сложности и формы**, такую как, например, изделия с радиусными или s-образными фасадами, профильными системами, криволинейными панелями со всевозможными вырезами и пр.

По функциональным возможностям все мебельные программы достаточно близки друг к другу, это и неудивительно, ведь задача перед ними стоит одна. Различия — в нюансах, но это именно то, на что следует обращать самое пристальное внимание…

К примеру, в «К3-Мебель 8.0» заложена **возможность работы с типовыми изделиями** на базе прототипов, широкий набор которых пользователь может пополнять по своему усмотрению. Данный вид работы позволяет быстро получать разные по конструкции изделия, всего лишь меняя некоторые параметры.

Вся механическая работа, как то: **расстановка крепежа, кромковка, сверловка** и ряд других специфических мебельных операций в «К3-Мебель 8.0» максимально автоматизирована. Что нужно в программе, скажем, для навески дверей? Только выбрать тип двери и указать нишу. Все остальное: сверловку отверстий, учет шага 32 мм, необходимые зазоры и прочее, программа сделает сама.

Что касается **фрезеровки**, о которой часто спрашивают, то при её создании пользователь практически ничем не ограничен. Сечение и траектория фрезы могут быть произвольными. Процесс фрезеровки полностью параметризован, вплоть до сдвига фрезеровки в долях толщины панели, в мм и т. д.

Не стоит забывать, что «К3-Мебель 8.0» — это не просто мебельная программа. Это еще и полноценный геометрический редактор, полностью ориентированный на процесс моделирования. В последней версии у программы **новый, удобно настраиваемый интерфейс.** Появились трёхмерные маркеры, позволяющие мгновенно изменять размеры и положение объектов; добавлен новый режим

отображения невидимых линий пунктиром и многое другое... Всё это делает работу в программе намного удобнее. Значительно расширены списки форматов файлов, поддерживаемых программой. Среди них .obj, .dae, .3ds, .fbx, .ply. и многие другие (75 форматов импорта, 17 форматов экспорта).

ПРОДАЖА ДОЛЖНА БЫТЬ ЛЕГКОЙ, БЫСТРОЙ И КРАСИВОЙ

В том случае, когда у предприятия есть своя торговая сеть, или оно делает мебель под заказ, необходима возможность **автоматизации приема заказов**. И в этом, по мнению пользователей, программе «К3-Мебель» нет равных.

Удобный расстановщик позволяет в присутствии клиента быстро подобрать из каталога или создать «с нуля» мебель по его желанию и под его помещение, а также продемонстрировать заказ «во всей красе» с помощью встроенных в программу средств трехмерной визуализации. Принимая заказ, вы можете быстро заменять материалы, фасады, фурнитуру и пр., предлагая покупателю различные варианты заказанной мебели, на выбор. Не вызовет затруднений и изменение размеров изделий из каталога, количества в них полок, ящиков и пр. Автоматически созданная программой отчётная документация предоставит клиенту полную информацию о заказе, с расчётом цены и эскизами изделий. При необходимости можно воспользоваться полезной функцией автоматического создания схемы сборки.

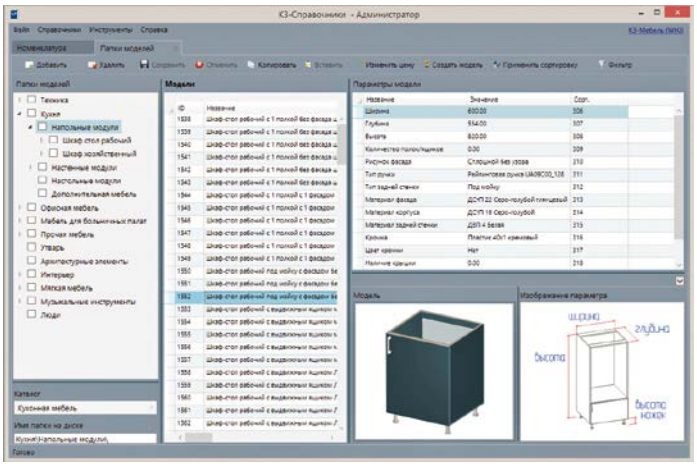
В случае необходимости, быстро найти нужный заказ поможет «прозрачная» система хранения заказов, реализованная в программе.

КОНСТРУКТОРСКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА: ТОЧНОСТЬ И КАЧЕСТВО

В «К3-Мебель 8.0» представлен **полный список необходимой отчётной документации**, которая создаётся в автоматическом режиме. При этом допускается возможность ручного редактирования. Набор отчетов может быть расширен самим пользователем.

В новой версии программы заметно улучшены **автоматически создаваемые чертежи панелей**, увеличена скорость их построения и учтены многочисленные пожелания пользователей.

Модуль раскроя листовых материалов позволяет оптимизировать использование материалов. Он может быть настроен на взаимодействие с приложением «К3-Мебель 8.0» и автоматически получать из него информацию о деталях, но может работать и как самостоятельное приложение с ручным вводом информации. Так или иначе, модуль решает задачи оптимального расположения деталей на листе и экономии материалов, ускорения работы при распиловке, грамотного хранения и использования остатков. По результатам его работы может быть автоматически сформирован полный набор необходимой документации.



За станки отвечает **модуль К3-Мебель ЧПУ**, который автоматически генерирует **управляющие программы для станков**. Список поддерживаемых станков пополняется, возможна индивидуальная доработка модуля в соответствии с используемыми технологиями и потребностями каждого отдельного предприятия.

ХРАНЕНИЕ ДАННЫХ: ПОРЯДОК В «ДОМЕ» — ПОРЯДОК В ГОЛОВЕ

Для эффективной работы мебельного предприятия необходима система удобного хранения информации о материалах и фурнитуре, с которыми работает предприятие, о сборочных единицах, используемых при конструировании, о каталогах изготавливаемой мебели. Требуется поддерживать эти данные актуальными и обмениваться ими с другими пользователями программы. Это сложная задача, и в предыдущих версиях «К3-Мебель» она решалась с привлечением внешней базы данных, работу в которой, мягко говоря, нельзя было назвать простой.

В новой версии программы **для хранения данных и работы с ними** используется разработанный нами **новый модуль — К3-Справочники**. Он помогает эффективно управлять большим хранилищем информации, а при наличии сетевой архитектуры, позволяет, в связке с «К3-Мебель 8.0», организовать клиент-серверную работу с этими данными. Встроенный инструмент подключения библиотек даёт возможность пользователям приложения осуществлять обмен между собой наборами материалов и фурнитуры.

ТОТ, КТО ДЕЛАЕТ, У ТОГО ПОЛУЧАЕТСЯ

Новая версия «К3-Мебель 8.0» — продукт эволюционного развития. Это не просто новая цифра в названии — это новая генерация приложения, которое готово и будет развиваться вместе с Вами. Программа заслуживает того, чтобы о ней говорили, чтобы её изучали, чтобы на ней работали.

К3 МЕБЕЛЬ
www.k3-mebel.ru
sale@k3info.ru
+7 (495) 155-75-64

1С-БАЗИС: ПРОИЗВОДСТВО. НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ АВТОМАТИЗАЦИИ

Компания «Базис-Центр» ни на день не останавливает работу по созданию новых программных продуктов для автоматизации мебельных предприятий. В конце лета прошла первая презентация комплексной системы управления (ERP системы), в которой объединены возможности системы БАЗИС в области конструкторского и технологического проектирования с возможностями автоматизации управления производством системы «1С: Предприятие». Внедрение подобных систем на мебельных предприятиях стало актуальной задачей, поскольку получение конкурентных преимуществ только за счет автоматизации проектирования и изготовления изделий себя уже исчерпало.

Система «1С-БАЗИС: Производство», как составная часть системы БАЗИС, также построена по модульному принципу, где каждый отдельный модуль предназначен для автоматизации определенного бизнес-процесса. Это позволяет на любом предприятии создать оптимальный комплекс программ, работающий в едином информационном пространстве. Причем сделать это можно постепенно, сообразуясь с финансовыми возможностями. Главное в том, что на любом этапе внедрения предприятие будет иметь работающую и приносящую дополнительную прибыль конфигурацию программного обеспечения.

СИСТЕМА «1С-БАЗИС: ПРОИЗВОДСТВО» БАЗИРУЕТСЯ НА ПЯТИ ПРИНЦИПИАЛЬНЫХ МОМЕНТАХ:

- **Платформа «1С: Предприятие».** Несмотря на то, что существует немало различных систем управления, именно «1С: Предприятие» получила наиболее широкое распространение. Если же говорить о малом и среднем бизнесе (в России к этому сегменту относится более 90% мебельных компаний.), то здесь у программных продуктов 1С преимущество просто подавляющее.

- **Максимальная гибкость системы.** Анализ отечественного рынка систем управления показал, что в их основе заложена некая «жесткая» модель, которая, безусловно, теоретически правильная. Для внедрения таких систем требуется «сломать» существующие, складывающиеся годами структуру и порядок и директивно заставить всех работать по-новому. В системе «1С-БАЗИС: Производство» реализован принципиально иной подход, который можно назвать многовекторным. Хотите «сломать» все до основания и построить новый порядок на производстве — пожалуйста, система позволяет это. Но если вас не устраивают последствия подобной «революции», вы можете автоматизировать компанию постепенно, учитывая психологию людей, ситуацию на рынке и на производстве, финансовые возможности компании и прочие «реалии жизни». Система «1С-БАЗИС: Производство» позволяет автоматизировать ту производственную структуру, которая существует и реально работает, шаг за шагом делая ее более и более эффективной. Подобная гибкость дает возможность каждому предприятию выбрать свою стратегию автоматизации, чтобы с минимальными издержками достичь поставленных целей.

- **Основное внимание автоматизации производства.** Ситуация на производстве во многом определяет эффективность работы компании. Соответствующие модули системы «1С-БАЗИС: Производство» позволяют инициировать производственный процесс, оперативно отслеживать его ход, реагировать на внештатные ситуации, формировать различные документы и информационные массивы для передачи в другие системы. Особо надо отметить алгоритм автоматического построения плана производства, основанный на принципах искусственного интеллекта. Он учитывает графики работы оборудования и персонала, имеющиеся ограничения на допуск к работам на определенном оборудовании, технические характеристики станков, графики снабжения производства материалами и графики сдачи готовой продукции. Все эти данные при настройке системы вносятся в базу и в процессе работы могут корректироваться при необходимости.

- **Общее информационное пространство с конструкторскими и технологическими модулями.** БАЗИС-Мебельщик, БАЗИС-Раскрой, БАЗИС-ЧПУ и другие давно и хорошо известные мебельщикам программы образуют с системой «1С-БАЗИС: Производство» единую платформу. Следовательно, никаких проблем с двусторонней передачей информации, никаких промежуточных форматов, что характерно при объединении программных продуктов от разных производителей. Можно провести следующую аналогию. Во всех «мебельных» системах автоматизации передача данных на станки с ЧПУ производится через промежуточные форматы, а в БАЗИС-ЧПУ – напрямую в систему управления станка. Что лучше, очевидно любому специалисту. Отметим еще два нюанса интеграции проектирования и управления в рамках единой платформы: автоматическое отслеживание изменений моделей изделий в системе управления и формирование параметрических спецификаций на стандартные изделия с различными вариантами исполнения на основе 3D-моделей.

- **Ориентация на пользователя.** Простота, компактность и естественность интерфейса всех модулей системы БАЗИС мебельщики оценили еще в самых первых версиях. Система «1С-БАЗИС: Производство» разработана по такому же принципу: «сел и работай».

ОСНОВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ «1С-БАЗИС: ПРОИЗВОДСТВО»:

- автоматическое формирование и актуализация производственных планов;
- расчет даты сдачи готовой продукции на склад непосредственно после приема заказа;
- мониторинг производственного процесса в реальном времени;
- формирование табличных и графических отчетов о состоянии заказов, находящихся в производстве;
- оперативный контроль закупочных цен, взаиморасчетов и других показателей хозяйственной деятельности.

Внедрение системы «1С-БАЗИС: Производство» предоставляет мебельному предприятию реальную возможность резко улучшить основные показатели эффективности работы:

- экономические показатели, например, размер производственных издержек и материальных запасов, себестоимость продукции, размер прибыли;
- организационные показатели: оптимальность управленческих решений за счет учета актуальной информации о производстве, прозрачность бизнес-процессов, связь материального вознаграждения с результатами труда (мотивация персонала) и так далее.

Реакция мебельщиков на появление системы «1С-БАЗИС: Производство» и первые результаты внедрения со всей очевидностью показывают ее своевременность и актуальность.

+7 (496) 623-09-90
www.bazissoft.ru

МАРКЕТПЛЕЙСЫ: ВЫСОКАЯ СТЕПЕНЬ ДОВЕРИЯ ГАРАНТИРУЕТ РОСТ

Пандемийная действительность стала очередным толчком к движению в сторону онлайн-продаж. Закрытые точки розницы поспособствовали тому, что определенная часть населения, которая не покупала товары онлайн, была вынуждена опробовать и открыть для себя этот способ покупки.

И если интернет-магазины компаний после открытия салонов постепенно возвращаются к прежним или несколько большим объемам, то маркетплейсы не просто показали существенный рост, но и продолжают наращивать обороты.

Это подтолкнуло некоторых, как, например, Hoff, форсировать запуск маркетплейса, других — выйти на маркетплейсы со своим товаром. Но если всем понятно, что создание маркетплейса требует времени, серьезных финансовых вложений и человеческих ресурсов, то многим со стороны казалось, что выйти на маркетплейс и торговать — не так уж проблемно. По факту подготовка к выходу на такие онлайн-площадки требует также немало времени и денег, а для продавцов мебели это осложняется еще и тем, что необходимо выполнить условия по работе с габаритным грузом.

Рассказать о работе с маркетплейсами мы пригласили топ-менеджеров и специалистов компаний, которые довольно давно работают на этом рынке, разбираются в специфике продаж, но кто-то с маркетплейсами не первый год, а кто-то заходил на них совсем недавно.

Изначально я попросила рассказать, какой мебелью компания занимается и, как и в какой момент в компании пришли к работе с маркетплейсами.

Никита Семенов, вице-президент, член Совета директоров группы компаний «Тополь»:

«В России с маркетплейсами мы работаем давно, и это для нас абсолютная норма. Я не считаю это чем-то необычным. Если есть площадки, если они дают трафик, то мы с ними работаем.

Никита Семенов, вице-президент, член Совета директоров группы компаний «Тополь»

А наша история с экспортом началась с 2016 года, после того как в 2015 году рубль сильно просел. Это также совпало с сильным падением локального рынка, и мы стали серьезно задумываться о том, как нам компенсировать падение и искать какие-то новые рынки, какие-то новые возможности. Заметно ослабевший рубль в этом деле сильно помог: появилось понимание того, что появилась возможность развиваться за счет дешёвого рубля, и мы начали думать об экспортном направлении. Решили остановиться на Европе, потому что этот рынок самый близкий для нас. Изначально мы пошли нетрадиционным путем: открыли дочернюю компанию в Германии в самом крупном деловом центре — Дюссельдорфе, столице земли Северный Рейн-Вестфалия. Он и логистически очень удобен, и с точки зрения структуры, и в плане ведения бизнеса. Нашли там надежных партнеров, имеющих глубокую компетенцию на местном рынке».

Наталия Пекшева, основатель и руководитель Delicatex:

«Это новый проект. Называется Delicatex. Компания создана несколько месяцев назад специально для того, чтобы торговать товарами для дома и мебелью на маркетплейсах. Сейчас в ассортименте товары, начиная от постельного белья и журнальных столиков до матрасов, диванов и обеденных групп.

Мы разрабатываем продукцию и производим ее на контрактной основе на фабриках наших партнеров, которые специализируются на производстве той или иной продукции. Большинство продукции мы производим под собственной торговой маркой Delicatex. В последнее время также участились обращения от производителей по поддержке вывода их продукции на маркетплейсы.

Мы продаем проверенные практикой и опытом продукты, так меньше рисков и быстрее эффект, изначально мы выводим то, что по нашей аналитике имеет массовый спрос. Возможность разрабатывать более уникальные продукты есть, но этим мы займемся на следующих этапах. Пока уникальны только цветовая гамма и выбор текстильных обивок.

У меня есть опыт управления мебельной розницей и создания коллекций мебельного текстиля, я хорошо представляю тенденции развития мебельной отрасли, мировой и, в том числе, российской. И я понимаю, что у маркетплейсов сегодня формируется собственная лояльная аудитория, и это сегодня один из тех сегментов розничного рынка, где наблюдается кратный рост. Я понимаю, что крупным брендам входить туда сложнее, потому что им сложно балансировать между собственными наработанными уже каналами сбыта, такими как дилерские, франчайзинговые и собственные розничные сети, собственные

Наталия Пекшева, основатель и руководитель Delicatex

интернет-магазины, и маркетплейсами, под которые необходимо серьезно подстраиваться, что и организационно, и временно, и финансово не так просто.

При этом понятно, что лояльная аудитория, которая уже на маркетплейсах сконцентрирована и удовлетворена удобством взаимодействия, скоростью обработки заказов и сервисом, готова покупать не только то, что там уже продаётся, но и то, что будет продаваться. Сегмент товаров для дома и мебели достаточно потенциален, это определенная рыночную ниша, или, скорее, канал сбыта, который мне интересно развивать».

Николай Дубин, генеральный директор и учредитель компании Puzzlemebel:

«Наша компания занимается производством корпусной мебели как для сторонних компаний, так и для своих торговых марок с последующей реализацией на российских и зарубежных маркетплейсах.

Маркетплейсы — это генератор трафика со всей страны. Ни один магазин или сеть не даст такого трафика. И покупатели имеют к маркетплейсам серьезное доверие, которое постоянно растет».

Роман Мальков, Директор департамента развития Группы Компаний «НАЙДИ»:

«Наша компания занимается производством мебели в стиле «лофт» и изготовлением товаров для сада. Продажи осуществляли в b2b-формате.

В период пандемии стало понятно, что офлайн-режим сильно просел, если не обнулился вообще. Но потребительский спрос никуда не делся. Безусловно, покупательская способность изначально также упала, но сидя дома на карантине, у потенциального покупателя появилось много свободного времени, и чем еще можно заняться, кроме как посерфить по интернету в поисках нужных вещей».

Роман Мальков, Директор департамента развития Группы Компаний «НАЙДИ»

Подбор маркетплейсов, на которых планируется продавать, каждый, конечно, определяет, исходя из трафика маркетплейса, собственных возможностей работы с ним и ряда других факторов.

«Конечно, маркетплейсы стоит выбирать по количеству аудитории, где сегодня лидирует Weildberis, на втором месте Ozon, затем следуют Aliexpress, Беру и Gods, но при этом у всех этих маркетплейсов есть разный опыт, разные условия работы с крупногабаритным продуктом, и поэтому кто-то из них более готов к работе с крупногабаритным продуктом, кто-то — менее. Аудитория также отличается и по глубине лояльности, и по чеку потребления, поэтому здесь нельзя рекомендовать что-то одно. Многое зависит от того, с каким чеком и с каким продуктом ты идешь, так как Aliexpress, к примеру, явно ориентируется на самый низкий чек. Несмотря на то, что его российская площадка Tmall ориентирована на брендовый товар, чек все равно должен оставаться дисконтным. В общем, для каждой компании, желающий выйти на маркетплейсы, рекомендации должны быть индивидуальны, — объясняет Наталия Пекшева.

Для ГК «Тополь» выход на российские маркетплейсы — пройденный этап. Сейчас компания активно расширяет свое присутствие в европейском онлайн-пространстве. Еще в 2018 году в интервью нашему изданию Никита Семенов рассказывал, что чуть больше, чем за год присутствия марки Polini Kids на немецком рынке, удалось, к примеру, занять около 12 % онлайн-рынка по этой продукции.

«В первую очередь мы ориентировались, конечно, на зарубежные рынки, и работа на зарубежных маркетплейсах для нас была интересной. Мы активно развиваем этот блок теперь уже не только в Германии: это и Британия, и Франция, и Испания, и Италия, и страны Бенилюкс, и Австрия. На текущий момент мы представлены на 16 платформах, самой сильной из них является Amazon, — он генерит почти половину всей выручки из всех 16 платформ. В Европе маркетплейсов заметно больше: есть и общие —Amazon, Ebay, есть конкретно касающиеся мебели и детских товаров, есть площадки, которые формируются уже сами своими сетями, как, к примеру, у нас Детский мир тоже пытается сделать свой маркетплейс, Hoff тоже сделал свой маркетплейс и привлекает туда поставщиков. Мы с Hoff активно работаем. Я считаю, что их идея имеет преспективу, это удобный инструмент, он точно будет иметь какую-то определенную рыночную нишу и какую-то долю рынка займет. А насколько он будет успешным, говорить пока рано, время покажет.

Очень перспективная площадка Wildberris, но у них на сегодня нет выстроенной работы с крупногабаритными товарами, они только сейчас начали анонсировать эту работу. Понимая их структуру и их возможности, уверен, что со временем они это раскачают», — делится Никита Семенов.

Компания Puzzlemebel в онлайн-пространстве в большей степени ориентирована на работу с рынками США и Канады.

«Продаем на Amazon, Ebay, Wish. Выбирал по принципу посещаемости и статистике созданных аккаунтов», — говорит Николай Дубин.

Роман Мальков отметил, что маркетплейсы выбирали, в первую очередь, по охвату аудитории, но чем крупнее маркетплейс, тем больше времени уходит на то, чтобы начать там продавать.

Что касается ассортимента, то продавать можно любой товар, но надо понимать, что далеко не любой товар будет пользоваться спросом.

«Маркетплейс — это отражение общего рыночного спроса и, причём, в базовом сегменте, — считает Наталия Пекшева. — *Габариты мебели, её внешний вид должны пользоваться массовым спросом, и, если у нас в России потребляется 90% бежевых диванов, значит покупатели хотят видеть там именно бежевые.*

Поэтому так легко выходить на маркетплейсы брендам, которые уже под этот спрос делают продукт. Они хорошо знают, что продавать, и имеют высокую долю рынка. Если они справляются с балансированием ценообразования, акционной тактикой, то это прибавляет им объем продаж. Если с этим сложно справиться, а в мебели это, поверьте, не просто, то каналы сбыта начинают друг с другом конкурировать. Маркетплейсы достаточно эффективно занимаются продвижением, рекламной активностью и, скорее всего, в таком случае могут перетянуть объемы продаж на себя и брать с этого крупные комиссии. Поэтому таким компаниям будет сложнее работать, имея маркетплейс как дополнительный канал сбыта. В мебели, мне кажется, это действительно так».

Роман Мальков считает, что, по большому счету, продавать на маркетплейсе можно все, что угодно. «Самое главное, чтобы был продающий контент — именно на подготовку этого инструмента уходит больше всего ресурсов, в том числе временных», — добавляет он.

Бренд компании-продавца, в целом, на маркетплейсах не играет такой заметной роли, как при продажах в торговых центрах и через собственный интернет-магазин, что отмечают практически все эксперты.

«Понятие бренда на маркетплейсах снижено, поскольку самый главный бренд — это собственный бренд самого маркетплейса, который обеспечивает гарантию быстрой доставки, высокого сервиса и других стандартов обслуживания, которые удобны клиенту, и ради которых он покупает через маркетплейсы. А сам бренд уже имеет чуть меньшее значение. Конечно, если известный бренд, то это многое добавит, но, так или иначе, на маркетплейсах можно продавать продукцию с не очень сильным брендом. Здесь гораздо большее значение имеет обратная прямая связь с покупателями и отзывы тех, кто уже покупал продукт», — говорит Наталия Пекшева.

«В целом, на маркетплейсах бренд не имеет большого значения, — отмечает Никита Семенов, — *но с точки зрения классического маркетинга, позиционирования и так далее безусловно нужно строить бренд. И если вы хотите продвигаться на рынке, то вы должны уделять внимание его контенту, истории, представленности и правильному позиционированию.*

На зарубежных маркетплейсах, к примеру, мы не позиционируемся напрямую как российская продукция: мы не скрываем, что все сделано в России, но и акцентов в этом смысле не делаем. На самом деле, место производства также не имеет уже большого значения, потому что все люди привыкли к тому, что место производства у каждого отдельно взятого бренда может быть разное. Большое значение имеют качество, сервис, дизайн, то есть те вещи, которые для потребителя важны, а где конкретно это было произведено, не так уж важно».

Оказывается, что для работы с маркетплейсами и место производства тоже не имеют значения. Хотя, скорее, это больше про европейский рынок. Наши-то, как мне кажется, все равно делают различия между китайскими, российскими и европейскими товарами, хотя в массовом сегменте это, видимо, тоже сводится к минимуму.

Все, о чем мы до этого говорили, может создать ощущение того, что работать с маркетплейсами не так уж сложно, и свои силы может попробовать практически каждый — место производства и компания-производитель роли не играют, товар можно продавать практически любой, аудитория огромная. Но не тут-то было! Если четко и грамотно не выстроить весь процесс, то очень быстро придется об этих площадках забыть.

Множество нюансов, сложностей, условий и правил, с которыми придется работать и которым нужно следовать, а особенно при работе с мебелью — крупногабаритным товаром.

«Это отдельный вид бизнеса, поскольку здесь есть много всякой специфики, — делится Наталия Пекшева. — *Это касается и работы с логистическими операторами, потому что это пул логистических операторов, начиная с Почты России и заканчивая логистическими операторами Ozona. Конечно, если у тебя есть собственная служба, есть сборщики, доставщики, которые привозят, поднимают на этаж, собирают и осуществляют сервисную подачу бренда уже на момент доставки и сборки, конечно, это тоже очень*

существенное преимущество. Продукт, который продаётся через маркетплейсы, привезут доставщики, которые не будут представителями бренда, и могут быть какие-то тонкости, которые не обеспечат удовлетворение от покупки, которое могло бы быть. Поэтому здесь продукт должен быть изначально подготовлен, должен иметь минимальную необходимость сборки, удобную инструкцию и очень высокого качества упаковку, в которой продукт может транспортироваться через несколько перегрузок, несколько складов и не получить никаких повреждений. А в мебели это сделать непросто, ведь мебель довольно часто — рекламационный продукт. Поэтому мебель к продаже на маркетплейсе нужно готовить.

Рисков много: на одном маркетплейсе могут требовать специальную упаковку, которая является стандартом данного маркетплейса; на другом маркетплейсе есть ограничения по габаритам; где-то могут не разрешать упаковывать один заказ в 2 или 3 упаковки. Есть много особенностей, которые не являются сложностями, а являются другими стандартами работы. Если связывать себя с этим, то нужно перестраивать бизнес так, чтобы было удобно работать. Когда ты входишь в сети DIY, это тоже не просто: там требуется и комплектация, и своеобразная упаковка, и подробная и понятная инструкция по сборке. Поверьте, в каждом сегменте бизнеса есть свои особенности».

Одной из важных особенностей работы через маркетплейсы является подробная инструкция, которую практически все разрабатывают специально для маркетплейсов, ведь установка и сборка — удовольствие не из дешевых для массовой мебели.

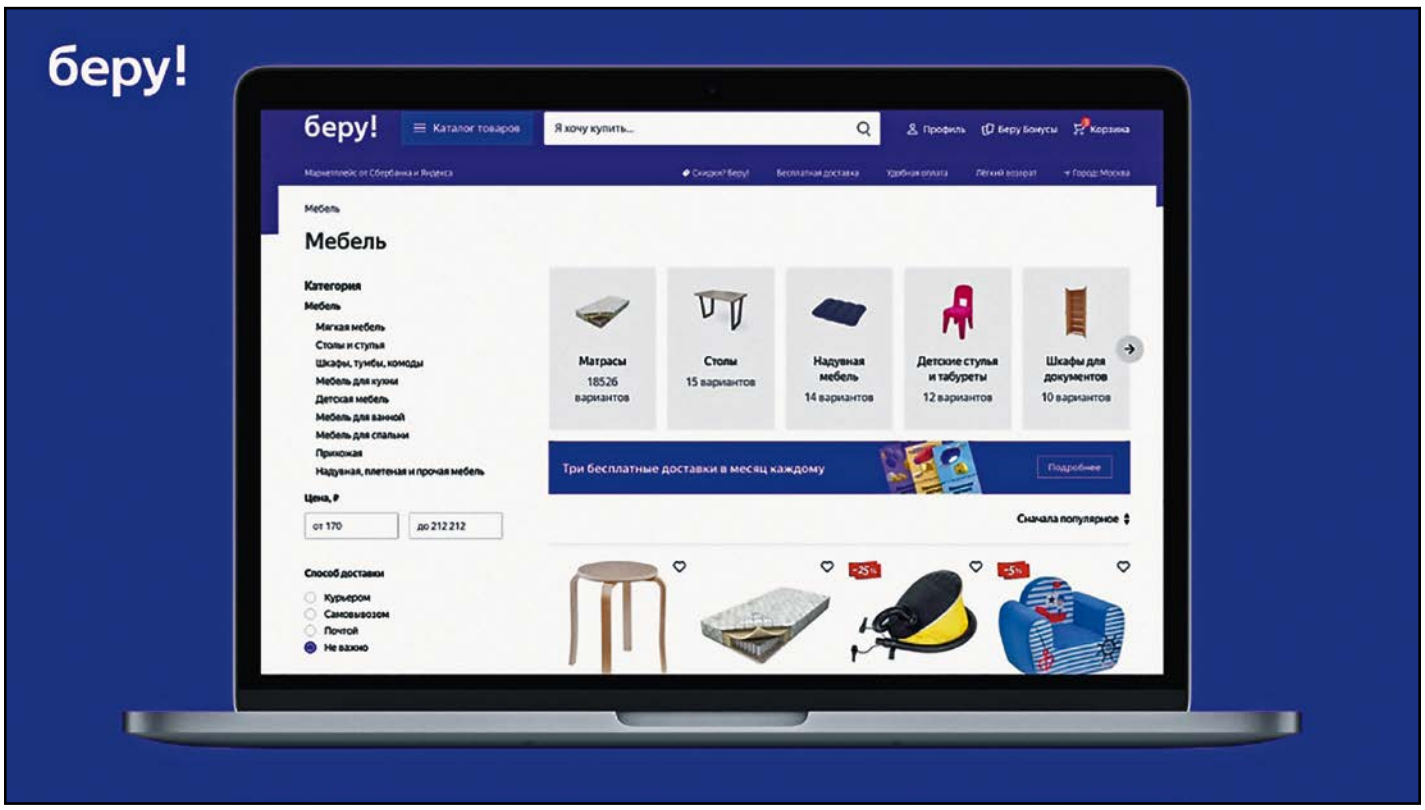
«Мы работаем также, как ИКЕА, продаем «плоские коробки», и сборка подразумевается самим потребителем, — говорит Никита Семенов. — *Для этого у нас глубоко и очень серьезно проработаны инструкции по эксплуатации: это целая книжка, которая показывает пошагово каждое движение, которое человек делает, чтобы легко и без проблем собрать продукт. Мы изначально создаем продукт таким образом, чтобы его было легко собирать. Надо понимать, что мы работаем в сегменте «средний» и «средний минус», а услуги по сборке стоят дорого, и те люди, которые являются нашими потребителями, наряду с дизайном и удобством ценят еще и доступность. И если мы эту доступность не дадим, то базовые ценности нашего продукта теряются».*

О создании подробной инструкции по сборке говорит и Роман Мальков:

«Мебель обычно продается в разобранном виде, поэтому требуются подробные инструкции по сборке. Учитывая тот факт, что наша компания раньше не работала с B2C-сегментом, это стало основной сложностью, с которой мы столкнулись и, в первую очередь, из-за времени. Качественные инструкции готовятся долго! Также необходимо было разработать индивидуальную упаковку для каждой единицы продукции».

«У нас в ассортименте есть продукция, которая требует сборки, — рассказывает Наталия Пекшева, — *но при этом у Ozona есть услуга по сборке, и он уже ее осуществляет на всей территории присутствия. Aliexpress в ближайшее время такую услугу введет с их собственной компанией, которую они привели в качестве логистического оператора в Россию. Также есть довольно много людей, которые готовы собирать мебель самостоятельно, имея в руках инструкции, и отказываются от такой услуги. У услуги сборки довольно высокая себестоимость. Но если это продукт дорогой, премиальный, то услуга по сборке может быть спрятана в стоимость товара. В остальных случаях сборка идет отдельно и не является дешевой. И, соответственно, люди часто отказываются от этой услуги. Да и среди фирменной розницы услуги доставки до подъезда не так уж мало — люди не хотят переплачивать за подъем на этаж и сборку.*

На самом деле, есть люди с очень высоким достатком, которые просто привыкли покупать онлайн, для них это новый стандарт потребления, и они спокойно готовы доплачивать за сборку, а не собирать все своими руками. Если сегодня мы зайдем в дом любого москвича, то найдем там несколько вещей из Икеа, и он мог собирать их тоже сам, это же не зна-



чит, что он не готов оплатить сборку, это просто ему в удовольствие».

Упаковка и транспортировка для продажи мебели — важная составляющая, ведь мебель — довольно рекламационный товар. Кроме этого, на каждом маркетплейсе различные требования к упаковке. Но самым неприятным в этом становятся возвраты. Нарушенная упаковка практически не может сохранить при транспортировке целостность и товарный вид возвращенного продукта.

«Возвращенный товар — это издержки, он практически не годится для дальнейшей продажи, так как чаще всего приходит с серьезными повреждениями, потому что уже не имеет правильной упаковки, которую поставщик делает изначально», — замечает Наталия Пекшева.

Николай Дубин говорит о том, что маркетплейсы не учитывают особенности работы с мебелью: *«У мебели есть специфика работы с рекламациями. Коэффициент боя выше, чем у других групп товаров. По этой метрике улетал в бан с потерями продаж. Также очень сложно с возвратами. В Америке возврат — почти обычное дело. На Amazone заказывают по несколько товаров, выбирают из них и потом сдают то, что не понравилось. Мебель при возврате не упакуешь правильно, как это делается на фабрике. Поэтому приходит обратно бой. А возврат от покупателя за счет продавца».*

В начале сентября Правительство Российской Федерации опубликовало Проект Постановления «Об утверждении Правил продажи товаров по дого-

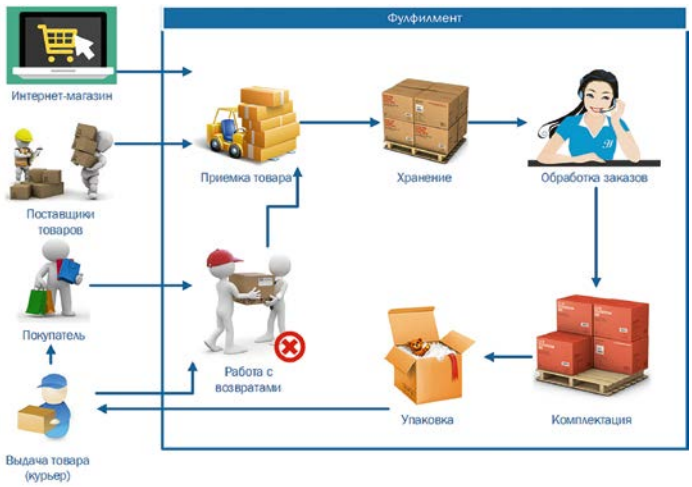
Николай Дубин, генеральный директор и учредитель компании Puzzlemebel

говору розничной купли-продажи», где целая глава посвящена онлайн-торговле. В том числе опубликован «Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации», который подготовлен Минпромторгом России 01.09.2020. В этот перечень входит мебель. С одной стороны, возвраты, действительно убыточны для продавца, а теперь будет законное право не принимать возврат, если дефекты не обнаружены, но клиенту что-то не нравится. С другой, это может отпугнуть покупателей от покупки мебели через маркетплейс и вызовет бурю негативных отзывов желающих сделать возврат и в адрес продавца, и в адрес самого маркетплейса.

Ассоциация компаний Интернет-торговли (АКИТ) направила в Министерство промышленности и торговли РФ предложения к проекту, в котором в том числе предлагается уточнить определение понятных критериев сохранности товарного вида и дать потребителю возможность по соглашению с продавцом вернуть товар надлежащего качества с утраченным товарным видом. Иначе могут последовать негативные отзывы, которые будут понижать рейтинг продавца.

А рейтинги на маркетплейсе играют огромную роль в продвижении товара, именно поэтому невозможно работать без оперативной организации доставки и без клиентского сервиса.

«Рейтинг продукта, который генерируют сами покупатели, — одна из важных составляющих маркетплейса, — говорит Наталия Пекшева. — *Такая систематизированная обратная связь является очень серьезным фактором, и, собственно, она является либо фактором продвижения, либо фактором замирания продукта и его спроса на маркетплейсе. Если*



у тебя нет наличия на складе продукции, и ты не смог отправить вовремя продукт, скорее всего, маркетплейс, автоматически поняв, что на вашем продукте можно потерять продажи, будет пессимизировать карточки, они будут опускаться вниз всяческих выдач, и покупатели просто не долистают и не увидят ту продукцию, продажа которой когда-то была провалена. Например, на Ozon, если не отгрузить со склада продукцию в 24 часа, то личный кабинет продавца блокируется для начала на несколько дней, а если это происходит 2-3 раза, то продавать на маркетплейсе дальше просто не получится. Поэтому есть такие вещи, как постоянное наличие и высокое качество продукции, которые должны быть априори, чтобы не получить негативный опыт и не оказаться в аутсайдерах».

Никита Семенов отмечает, что на площадке такого крупного агрегатора, как Amazon, присутствовать довольно тяжело: *«Это требует очень серьёзной большой подготовки инфраструктуры, идеальной работы клиентского сервиса и других различных мероприятий, которые с этим связаны. Помимо этого, необходим четко работающий склад, доставка, чтобы были решены все вопросы, связанные с отправкой продукции уже конечному потребителю, потому что при нормальном режиме работы вы всё должны делать сами. Если же вы передаете это на fulfillment by Amazon (ред. — FBA, бизнес-модель, согласно которой большая часть обязанностей продавца по хранению, упаковке, доставке товаров переходят к Amazon), то в сегменте крупногабарита и мебели это будет экстремально дорого. С мебелью работать в таком режиме, я бы сказал, в принципе, невозможно. На разных маркетплейсах с продаж платится от*

ВЫ УЖЕ ОТКАЖЕТЕСЬ ОТ СВОИХ КЛИЕНТОВ И ПОТЕРЯЕТЕ ДОХОД, НО ЕЩЕ НЕ НАЧНЕТЕ ПОЛУЧАТЬ ДЕНЬГИ ОТ РАБОТЫ НОВОГО НАПРАВЛЕНИЯ. ЭТО ОЧЕНЬ СЛОЖНЫЙ ПЕРИОД.

10 до 15% с выручки в любом случае. Но если вы оплачиваете абсолютно все остальные услуги, касающиеся обработки грузов, отправки, складирования, то это безумные затраты, а то, что касается крупногабаритных товаров, таких как мебель, то это просто нереально. А работать из России в Европе также практически невозможно, потому что никто не будет ждать. Даже если платформа разрешит длинную доставку, а это возможно не везде, то просто клиенты не будут ждать 2 месяца, пока вы товар привезете. То есть одна из самых больших сложностей, как я и говорил, это логистика и клиентский сервис. Так на Amazon существует требование доставки готовой продукции конечным потребителям в течение суток. Если вы не имеете всю инфраструктуру, начиная с софта и заканчивая обработкой груза на складе, подписанными контрактами и условиями с логистическими компаниями, вы физически не сможете там работать. После нескольких нарушений ваш аккаунт просто закроют».

Зарубежные маркетплейсы — это, конечно же, огромная аудитория, крупные дополнительные рынки сбыта, которые привлекают бизнес-сообщества. Группа компаний «Тополь» работает с маркетплейсами и в России, и за рубежом. Я попросила Никиту Семенова поделиться, чем, с его точки зрения, российские маркетплейсы и условия работы с ними отличаются от зарубежных.

«Говоря об отличиях российских и зарубежных маркетплейсов, я бы выделил 2 основных блока. Во-первых, уровень развития, зрелость бизнеса с точки зрения и организации процессов, и софта, и проработки интерфейсов, и карточек, и прочих вещей на Западе на порядок выше и лучше в силу эволюционного процесса, так как они начали намного раньше и являются пионерами в этой области. Amazon — крупнейшая компания в мире в этом смысле, инвестирует миллиарды и десятки миллиардов долларов в развитие, а все остальные повторяют лучшие практики,

естественно, сильно опаздывая. Второй момент: я считаю, что у нас в России есть системные проблемы с логистикой. Они настолько серьезные, глубокие, что они, по сути, парализуют нормальную работу интернет-торговли крупногабаритом. Это основная проблема, которая сильно тормозит развитие нашего бизнеса в России, потому что в Европе все эти вопросы настолько четко отработаны, что если ты имеешь конкурентоспособный товар, то не встает вопрос о том, как его доставить в какую-либо страну. Это отлично работает не только по Германии, но и по доставке из Германии в любую европейскую страну.

У нас же реально нормально выстроить работу возможно только в рамках крупных мегаполисов, таких как Москва и Питер и, возможно, еще несколько крупных городов. Вся остальная Россия для нас просто заблокирована, и это тормозит развитие бизнеса в целом. Это также тормозит развитие самих маркетплейсов, потому что суть их бизнеса — это генерация трафика, генерация лидов, привлечение покупателя. Но если ты прекрасно сработал по привлечению покупателя, но не можешь обработать этот заказ, он теряет смысл. Миллионы людей хотели бы, наверное, из каких-нибудь деревень Якутии, покупать нашу или чью-то другую продукцию, но это просто физически невозможно. У нас есть одна общероссийская компания, которая пытается оказывать такой сервис, — ПЭК, но это слабый уровень сервиса, и ты после нескольких отправок понимаешь, что все это нужно прекратить», — прокомментировал Никита Семенов.

Получается, что страна большая, большая численность населения, интерес к покупке на маркетплейсах растет, а использовать это полноценно невозможно. Безусловно, люди, живущие в отдаленных уголках России, не имеют широкого выбора в салонах и были бы готовы, наверное, приобретать на маркетплейсах различные товары, но… Зато в небольших европейских странах можно добраться до любого уголка из различных городов Европы. Охват куда шире!

«У меня нет опыта работы с зарубежными маркетплейсами, но я знаю, что уже этот процесс сейчас запущен в России, — говорит Наталия Пекшева. — *У многих российских компаний сейчас очень достойная себестоимость продукции для того, чтобы выходить на зарубежные маркетплейсы, и, думаю, что в этом есть серьёзный потенциал российских производителей и продавцов».*

Я попросила экспертов, которые работают на зарубежных маркетплейсах, рассказать, насколько сложно выйти на зарубежные площадки, и что для этого необходимо.

«Возможность, безусловно, есть, но это полная перестройка всего бизнеса, — делится Николай Дубин. — *Придется отказаться от существующих клиентов, каналов продаж, некоторых сотрудников, и начать с чистого листа. Это подходит только для тех, кто хочет глобальных перемен. И это требует огромного количества денег на пробы (новые линейки моделей, покупка оборудования, создание отличных от азиатских производителей и местных производителей товаров). Другими словами, вы уже откажетесь от своих клиентов и потеряете доход, но еще не начнете получать деньги от работы нового направления. Это очень сложный период. К слову, длина денег — полгода. И планировать ассортимент надо на полгода вперед.*

При этом надо изучать конкурентов и четко понимать, как будете конкурировать со всем миром, особенно с азиатскими производителями. Также важно учесть национальные особенности той страны, где

собираетесь продавать. Это, в том числе, и нюансы в дизайне, и строительство/планировки недвижимости. Лучше открыть американское юрлицо (ред. — речь идет о работе в США и Канаде) с договором аренды офиса/склада, но говорят, что делают с русским паспортом и платежной системой Payoneer».

«Международный рынок очень интересен для нашей компании, — рассказывает Роман Мальков. — *Мы видим в нем перспективу. Сложность заключается, в первую очередь, в дорогой логистике и необходимости в наличии склада там. Без этих составляющих выход на международные маркетплейсы невозможен».*

«Мы активно работаем в Израиле, в США мы также открыли представительство, но пока не стали его развивать, потому что ресурсов на все рынки не хватает, ведь каждый рынок требует времени, внимания, инвестиций, — говорит Никита Семенов. — *Но мы видим потенциальную возможность работать и в Северной Америке, и в других странах. Конечно, эти рынки очень сильно отличаются по цветовым решениям, дизайну и т. д., продукт нужно адаптировать, и это серьезная подготовительная работа.*

Даже на европейский рынок мы не смогли по каким-либо критериям выйти ни с одним продуктом, не изменив его. Это касалось и требований безопасности, потому что российские и европейские требования безопасности по детской мебели глобально отличаются, и традиционных вещей — например, у детских кроватей там просто приняты другие размеры. Поэтому все продукты нам так или иначе при-

шлось переделывать, но по дизайну и другим базовым вещам европейский рынок к нам достаточно близок.

Чтобы выйти на зарубежные маркетплейсы, нужен примерно год».

Все эксперты отмечают падение офлайн-продаж.

«Мы видим, как офлайн-розница теряет свои позиции, спрос и трафик наблюдается сегодня только в самых сильных мебельных центрах, он концентрируется, и мы видим, как медленно вымирают мебельные центры группы B и C. С уходом продавцов из такого рода мебельных центров эта часть спроса частично перетечет в онлайн. А дальше поток уже распределится на собственные интернет-магазины и маркетплейсы. Думаю, что именно сейчас происходит перераспределение рынка», отмечает Наталия Пекшева.

О серьезных снижениях на рынке офлайн-продаж говорит и Никита Семенов:

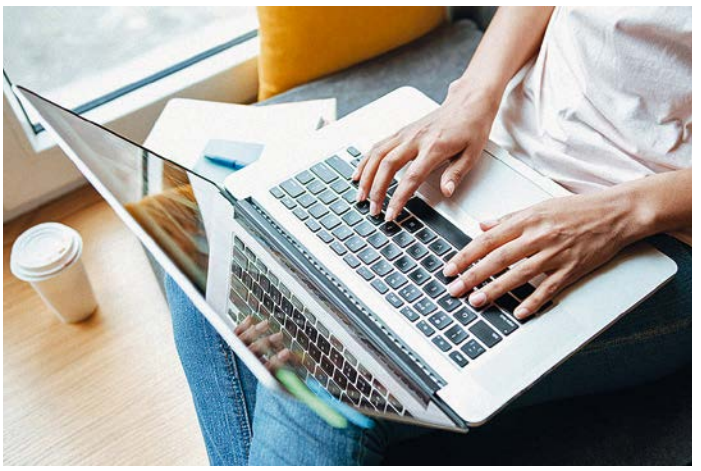
«Весь сегмент офлайн-розницы за последний год сильно просел. Несмотря на то, что у нас в большей степени детская мебель, мы, конечно, больше сосредоточены на специализированной рознице, и даже там идёт очень сильное проседание. А на фоне общего падения офлайн-розницы мебель для новорожденных на несколько лет просела двукратно, потому что магазины ещё и сокращают представленность товара, витрину, так как по формальным показателям другие товары показывают лучшие данные по продажам с кв. метра».

Я попыталась с точки зрения потребителя проанализировать свои непродуктивные, неудачные выходы в торговые центры и поняла, что покупка не состоялась, потому что нет выбора. Я, конечно, люблю и поотрывать, и потрогать, т. е. получить максимум информации, но когда ты можешь открывать и трогать 2 модели, а остальное все равно тебе покажут в каталогах, то смысл теряется, и невольно задумываешься, что мог бы получить огромный выбор большого числа производителей в Сети. Получается замкнутый круг: ТЦ уменьшают площади и число выставленных моделей, потому что снизился трафик, а трафик снижается, потому что представленность сильно сократилась. Скорее всего, офлайн-рознице придется менять систему взаимодействия с клиентом.

«Я считаю, что офлайн-розница будет трансформироваться в направлении шоу-румов: это будет место консультаций, место ознакомления с физическим продуктом для всех людей, которые этого хотят, вплоть до того, что магазины, скорее всего, со временем в итоге превратятся в точки заказов через онлайн», — считает Никита Семенов.

А как же собственные интернет-магазины компаний, насколько они будут успешны и перетянут ли на себя часть трафика? Насколько они будут успешны наряду с маркетплейсами?

«Конечно, собственный интернет-магазин для бренда компании, которая является федеральным игроком, это очень важно, — считает Наталия Пекшева, — *и это важно для уникального омниканального опыта покупателя. Также это позволяет компании создать более высокую концентрацию бренда и более глубокое проникновение в массы, они за это борются. Для брендов также очень важно иметь взаимодействие напрямую с покупателем. Собственный интернет-магазин — это недешевое удовольствие, в него надо вкладывать много сил, рекламной активности. Если правильно подавать и продвигать интернет-магазин, то затраты исчисляются десятками миллионов. Да и очень мало специалистов в данной отрасли на мебельном рынке, которые смогут обеспечить высокое качество онлайн-присутствия. Но если есть накопленные за годы опыт и клиентская база, отстроена персональная коммуникация, есть высокая лояльность покупателя, то, конечно, это очень серьезное преимущество перед другими игроками. Единственное, это*



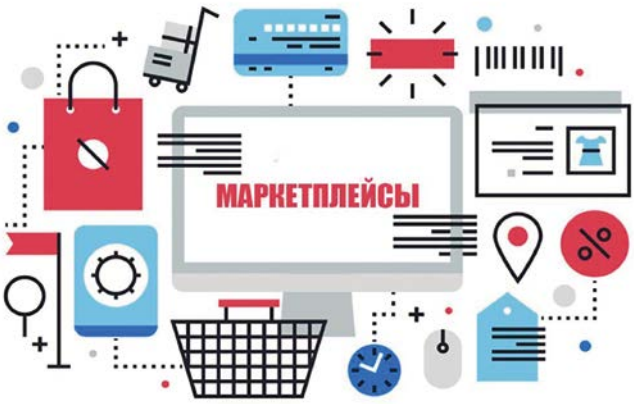
требует дальнейшего углубления, персонализацию, какие-то дополнительные сервисы, развитие дополнительных партнерских связей, чтобы становиться для покупателя не просто продавцом мебели, а продавцом интерьера, продавцом сервисных услуг и т. д.

Нужно расширять свою коммуникацию с клиентом и точки контакта с ним настолько, насколько это только возможно. Я думаю, что себе это смогут позволить только самые крупные игроки мебельного рынка. Поэтому если кто-то уже это сделал или движется в эту сторону, то, конечно, это серьезное преимущество на рынке.

Каждая компания находится на своем уровне развития, и у каждой — свой путь».

Никита Семенов уверен, что собственные интернет-магазины со временем будут проигрывать маркетплейсам:

«Собственный интернет-магазин не может дать того, что дает маркетплейс, кроме самого факта заказа. Мы тоже видим, что доля наших интернет-магазинов в Европе в общих продажах редко превышает 5-10%. Это как раз показывает, что для клиента



важны сервис, удобство, выбор — это всё, что даёт маркетплейс, в том числе, гарантии. Например, все маркетплейсы гарантируют безопасность платежей и возврат денег в случае наличия каких-то вопросов. Естественно, это невозможно с собственным интернет-магазином: они превращаются в дополнительную сервисную функцию, которую может дать компания, но которая не является конкурентным преимуществом».

Все эксперты отмечают, что продолжится активный рост продаж через маркетплейсы, потому что эти площадки притягивают покупателей высокой надежностью, широким ассортиментом, быстротой совершения покупки.

Николай Дубин отмечает, что рост продолжится за счет огромного ассортимента в каждой категории, привычки людей покупать на маркетплейсах все группы товаров и высокого уровня доверия клиента к маркетплейсам в плане качества продукции, надежности платежей и гарантии возврата денег.

«Доверие растет и из-за жесточайшей политики маркетплейсов по отношению к продавцу. Существует перечень действий/бездействий продавца, а также различных метрик, за которые наступают санкции вплоть до блокировки аккаунта. Эти метрики постоянно обновляются и находятся в динамике. Они имеют целевые показатели, отклоняться от которых нельзя», — поясняет он.

«Рост продаж через маркетплейсы, безусловно, продолжится, — отмечает Наталия Пекшева. — *За первое полугодие этого года и у Ozon, и Wildberries объемы продаж выросли практически в 2 раза. И рост будет продолжаться за счет того, что люди по-другому начинают потреблять: новые поколения, которые становятся потребителями, не готовы тратить много сил и времени на покупку стандартных вещей.*

К тому же, на маркетплейсе, если что-то не понравилось в привезенном товаре, то продукт сразу же возвращается обратно продавцу, а за каждый негативный отзыв соответственно понижается уровень. Поэтому поставщики максимально заинтересованы удовлетворить покупателей и продать им качественный продукт, чтобы не получить возврат или какой-либо негатив. Это и способствует расположенности людей к маркетплейсам, здесь они имеют быстрый и качественный сервис».

«В ближайшее время именно продажи через маркетплейсы будут расти, — говорит Роман Мальков. — *Потребитель всё больше привыкает к таким покупкам, тем более молодое поколение. Современные маркетплейсы значительно расширяют ассортимент, и постоянно добавляют новые категории товара, тем самым привлекая потенциальных покупателей. География присутствия также растет. Всё это способствует росту охвата аудитории и увеличению продаж».*

ВСЕ ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ПРОДОЛЖИТСЯ АКТИВНЫЙ РОСТ ПРОДАЖ ЧЕРЕЗ МАРКЕТПЛЕЙСЫ, ПОТОМУ ЧТО ЭТИ ПЛОЩАДКИ ПРИТЯГИВАЮТ ПОКУПАТЕЛЕЙ ВЫСОКОЙ НАДЕЖНОСТЬЮ, ШИРОКИМ АССОРТИМЕНТОМ, БЫСТРОТОЙ СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПКИ.

*«Я думаю, что в России будет продолжаться перемещение из офлайна в онлайн, — **полагает Никита Семенов,** — и как только поменяется сервис, как только будет отлажена логистика, будет взрывной рост.*

Я считаю, что на российском рынке имеет большую перспективу Ozon, мы видим, как Ozon развивается, и очень довольны работой с ними. Я думаю, что такие площадки, как Ozon, Беру, безусловно, имеют будущее. Рано или поздно в страну придет и Amazon, возможно, через покупку каго-то из локальных игроков. Но, я думаю, параллельно у нас будут развиваться и профильные площадки.

Всем, желающим работать с маркетплейсами хочу пожелать терпения, трудолюбия, удачи, денег побольше, жадности поменьше — все требует инвестиций и труда!».

Когда готовила статью, несколько раз запрашивала в Сети информацию по работе с маркетплейсами. Материал написан, а предложения недорого обучить работе с маркетплейсами или быстро и без проблем запустить на любых маркетплейсах продажи моего товара продолжают сыпаться в виде рекламы до сих пор.

Но мне почему-то кажется, что каждая компания сама должна пройти свой путь, понять, как она будет работать с маркетплейсами, определить свою стратегию и двигаться к намеченной цели. И тогда получится все, что задумано.

Светлана Ширяева

ДИЗАЙН МЕБЕЛЬ

Кухни
Диваны
Стили
Тренды

МЕБЕЛЬНАЯ ФАБРИКА ВЕСТА

Ведущий производитель корпусной мебели в Западно-Сибирском регионе

Приглашаем Вас к сотрудничеству!

Готовые и модульные кухонные гарнитуры

• шкафы • комоды • тумбы
• прихожие • другая корпусная мебель

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА:

• персональный подход
• гибкая система скидок • низкие цены

Принимаем заказы на серийное изготовление корпусной мебели

г. Новосибирск, ул. Долинная, 2а
+7 (383) 295-62-65, 295-62-64
мебельвеста.рф

8 495 662 33 74, 8 925 669 99 08, 8 901 900 50 36, 8 901 900 50 36
www.mkmeridian.com

Торговый Дом Меридиан

Торговый дом МЕРИДИАН — это качество, проверенное временем!

ТЕРЕНС КОНРАН — ДИЗАЙНЕР И БИЗНЕСМЕН, ИЗМЕНИВШИЙ БРИТАНЦЕВ

Сэр Теренс Конран (Terence Conran, 4 октября 1931 — 12 сентября 2020) — основатель сетевых магазинов Habitat и The Conran Shop, владелец дюжины престижных лондонских ресторанов, соосновательЛондонского Музея дизайна, организатор и участник множества многомиллиардных девелоперских проектов, он был одним из самых влиятельных игроков и ньюсмейкеров в мире дизайна.

Его цитировали, к нему прислушивались в правительстве, его книги по дизайну расходятся миллионными тиражами. Уже к 50 годам заслуги и достижения Конрана были столь очевидны, что Елизавета II посвятила его в рыцари, а Питер Гринуэй снял о нем фильм.

Теренс Конран родился в Кингстоне-на-Темзе в 1931 году, его отец был бизнесменом из ЮАР. Мать, по воспоминаниям самого Теренса, воспитывала их с сестрой в атмосфере творческой свободы. Любимыми игрушками Теренса-ребенка были деревянный конструктор и набор инструментов. Теренс учился в лондонской Центральной Школе Искусства и Дизайна, которая позже стала частью знаменитого Колледжа искусств Central Saint Martins (CSM). Первый проект, в котором он принял участие, был интерьер гидросамолета Princess — крупнейшего на тот момент воздушного судна в мире. Проект делала архитектурная фирма Денниса Леннона в рамках Фестиваля Британии 1951 года, и ради участия в нем Конран оставил учебу.

В 1952 году он открывает студию Conran & Company в Ноттинг Хилл, проектирует мебель и делает интерьеры магазинов. Он был автором модных бутиков Bazaar, принадлежавших тогдашней «иконе стиля» Мэри Куант. Корпусную мебель, которую Конран выпускал в плоских упаковках под брендом Summa, он с успехом продавал корпоративным клиентам, но ему хотелось выйти на розничных покупателей. Его не устраивало то, как продавали мебель в традиционных английских магазинах: ему нужны были абсолютно новые способы подачи и презентации товаров. Позже Конран подчеркивал неоднократно, что решил

Теренс Конран, около 1950

Кресло Duchess и торшер Beep. Дизайн Теренс Конран

продавать мебель, потому что понял: никто не сможет делать это лучше него. В 1964 в Челси открылся первый магазин мебели и предметов интерьера Habitat, который буквально в считанные годы стал быстрорастущей сетью (уже в 1980-м в Европе и Америке работало 47 магазинов).

Его Habitat был не столько магазином в традиционном понимании, сколько целой концепцией, пропагандирующей и демонстрирующей новый стиль жизни. Конран чутко уловил настроение свободы, новизны и раскрепощенности, охватившее тогда абсолютно все сферы жизни, включая повседневность. Битлз, Роллинг Стоунз, артхаус, новая волна, Твигги, мини и бикини, поп-арт стали приметами времени и символами эпохи 1960-х. И магазины Конрана отлично вписались в этот ряд. Лаконичные стеллажи, функциональные светильники, компактные кресла, обитые поп-артовскими тканями, стильные аксессуары, цветная посуда, плетеные коробки — качественный и понятный дизайн по вполне доступным ценам сразу покорил молодых, образованных, ироничных и креативных британцев.

Дома у Теренса Конрана

Рекламный плакат, посвященный юбилею Habitat в 2014

Конран продавал не только предметы, спроектированные в его студии, он заключал контракты с производителями модных дизайнерских предметов по всей Европе. Посетителей встречали продавщицы в костюмах от Мэри Куант и со стрижками от Видала Сассуна. Рассмотрев интерьеры некоего идеального модного дома в шоу-руме, вдохновленные увиденным, покупатели отправлялись на открытый склад, где сами же набирали товары в плоских упаковках.

«Люди быстро поняли, что такие мелочи, как пара светильников в абажурах из рисовой бумаги или даже цветные разделочные доски, могут полностью изменить облик их жилища», — говорил Конран. До Habitat британцы не знали, что такое сковорода-вок и пододеяльник с боковым клапаном. В Habitat можно было купить мебель Имзов и постеры с новейшими произведениями Дэвида Хокни и Эдуарда Паолоцци.

Музей дизайна в Лондоне — его любимое детище. *«Будучи студентом, я много времени проводил в музеях, и мне уже тогда казалось, что история декоративных искусств и технических изобретений представлены в них очень хорошо, но катастрофически не хватает современных достижений. Мне было обидно, почему мы как страна так бережно относимся к своему великому прошлому и совершенно не интересуемся ни настоящим, ни будущим. Как только у меня появились более менее серьезные деньги, я начал думать о том, как организовать нечто особенное по этой теме»,* — рассказывает он о том, как у него появилась идея открыть музей дизайна. Предшественником был проект Boilerhouse («Бойлерная»), открытый им в подвале Музея Виктории и Альберта в 1982 году. В 1989 открылся и сам музей в лондонском районе Шед Темз, редевелопментом которого занималась компания Конрана. Музей стал одной из важнейших британских культурных институций.

Коллекции сосудов из цветного стекла, дизайн Теренс Конран

В конце 2000-х стала ощущаться нехватка площадей для проекта такого масштаба. В 2008-м было найдено новое здание в районе Кенсингтон — грандиозный памятник архитектуры 1960-х, в котором раньше располагался Commonwealth Institute («Институт общественного благосостояния»). На его переустройство потрачено почти 80 млн. фунтов стерлингов,

Ercol Love Seat, дизайн Лучан Эрколани. The Conran Shop

интерьерами занимался Джон Поусон, а реконструкцией внешнего облика и прилегающей территорией — Рем Колхас и его бюро OMA. Самое большое единовременное пожертвование на новое здание музей получил от фонда Теренса Конрана — 7,5 млн. фунтов наличными и еще 10 млн., полученных от продажи старого здания. Всего же на «Бойлерную» и позже на сам музей Теренс Конран пожертвовал около 50 млн. фунтов стерлингов, за что в 2012-м году принц Уэльский вручил ему высшую награду британских меценатов — медаль за арт-филантропию.

Рестораны — еще одна сфера активных интересов Конрана. В 1953 году, по словам самого дизайнера, поворотным моментом стала первая поездка за границу, во Францию. Его тогда поразило французское умение жить, умение со вкусом и стилем оформить самую банальную повседневность. По сравнению с серым послевоенным Лондоном, Франция со всеми ее приветливыми кафе и бистро, вкусной едой и вином, рыночками, лавками и магазинчиками с красивыми вещицами показалась бесконечным праздником. Конран был возмущен, почему в его родной Британии нет ничего подобного, и решил внедрять хотя бы отдельные элементы подобного легкого и яркого стиля жизни среди соотечественников. Вернувшись из поездки, он открывает кафе Soup Kitchen в Ковен Гардене. Посетителям предлагали настоящий

Коллекция Organic. Habitat

Коллекция дизайна Тома Диксона для The Conran Shop

эспрессо, сваренный в кофемашине Gaggia (на весь Лондон тогда было всего два таких аппарата).

Через год Конран открывает бар Orrery на Кингс Роуд, где подавали вкуснейшие омлеты. Он серьезно увлекается средиземноморской кухней и заражает этим увлечением Лондон. Начинает выпускать книги рецептов и ресторанные гиды. Интерьеры всех своих заведений проектирует лично — а их за свою карьеру он открыл около 50, не только в Лондоне, но и в Париже, Токио, Нью-Йорке. Наверное, один из самых знаменитых и ныне действующих — ресторан Bibendum, открытый в 1986-м в историческом здании французской компании Michelin 1911 года постройки, которое Конран выкупил у шинного гиганта и отреставрировал, превратив в торгово-офисный центр. *«Каким бы бизнесом я ни занимался, будь то дизайн или розничная торговля, наибольшее удовольствие я получал от ресторанов»,* — любит повторять он.

Нельзя сказать, что его предпринимательская карьера всегда была безоблачной. В конце 1980-х на британский рынок пришла Ikea — тягаться с гигантом было сложно. К тому моменту Конран объединил все свои ритейлерские проекты в холдинг Storehouse (помимо Habitat это были популярные сетевые магазины BhS, Heal's, Mother Care), но в 1990-м его пришлось продать. Habitat одно время принадлежал Ikea, потом еще несколько раз перепродавался. Нынешние владельцы, Home Retail Group, делают все, чтобы возро-

Кресло Matador. Дизайн Теренс Конран

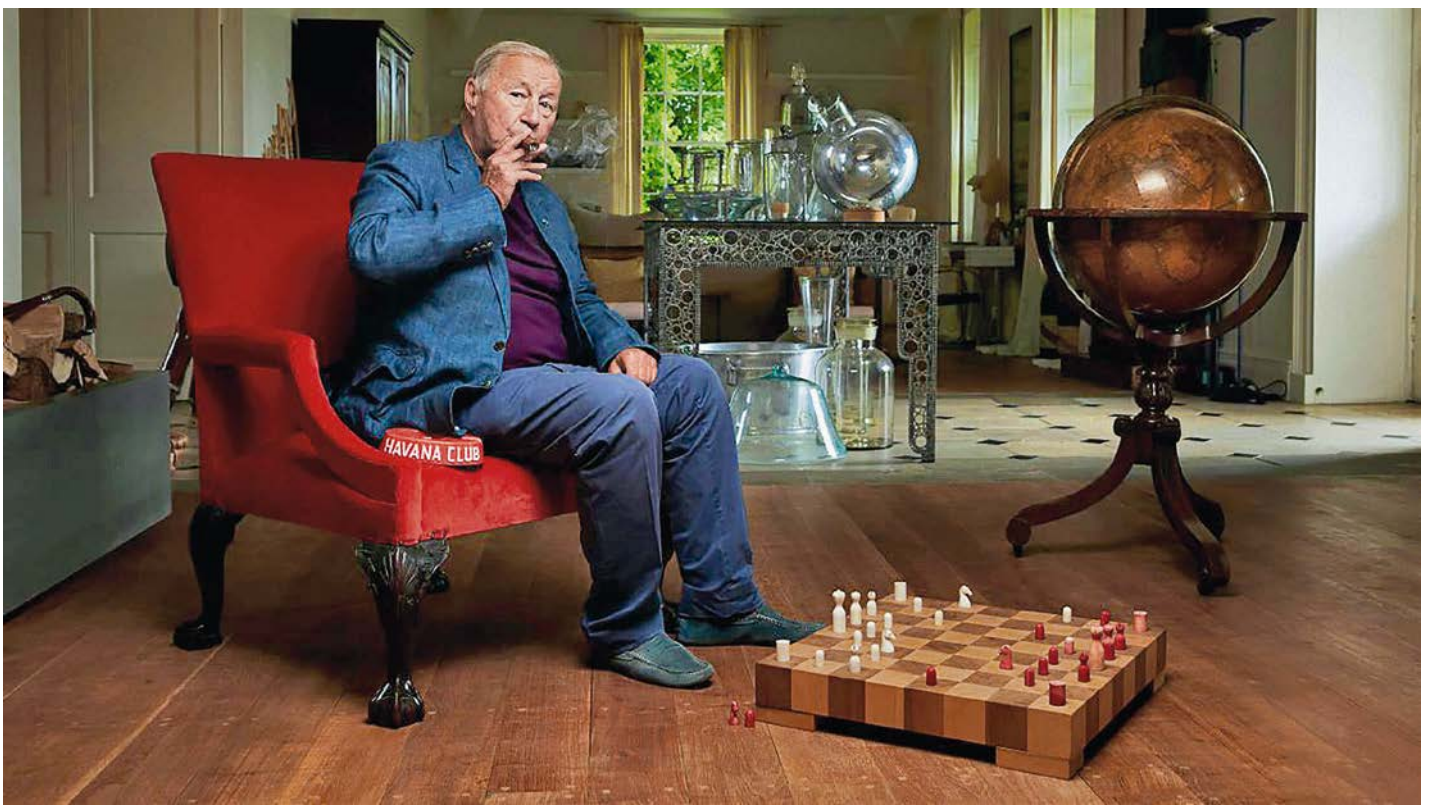
дить былой успех легендарного бренда. Помимо этого в 2006-м Конран продает 49% своего ресторанного бизнеса группе D&D London. Купленный им в 2000-м старинный Great Eastern Hotel, сразу ставший одним из самых успешных лондонских отелей, перекупила группа Hyatt. В 2015-м сын Теренса, 55-летний фэшн-дизайнер Джаспер Конран, назначенный годом ранее гендиректором всего отцовского холдинга, заявил, что устал, и ушел в отставку. Передать бразды правления по наследству не получилось.

Несмотря на потери и неурядицы, всевозможные слияния и поглощения, Теренс Конран никогда не опускает руки и, даже оставив пост директора, продолжает бурную деятельность: перманентно запускает то новые дизайнерские линии мебели, то новые девелоперские проекты, открывает очередной ресторан или издает очередной бестселлер о том, как преобразовать собственный дом или сад. Основанное им дизайнерско-архитектурное бюро Conran & Partners работает по всему миру: в прошлом году завершился грандиозный проект застройки токийского района Футака-Тамагава — на площади в 20 гектаров было построено 400 тыс. кв. метров жилья, магазинов, офисов, развлекательных центров, разбит городской парк и устроен променад, ведущий к железнодорожной станции. В том же году в лондонском микрорайоне Барбикан после реконструкции открылся Блейк-Тауэр — в бывшем 17-этажном хостеле теперь располагаются 74 апартаментов.

«Надеюсь, нереализованные амбиции и планы не будут давать мне покоя вплоть до самого последнего дня моей жизни. Работа над очередным бизнес-проектом — вот то, благодаря чему я чувствую себя молодым, бодрым, целеустремленным и полным творческих идей», — говорил Конран в свои 85.

«Я прожил яркую жизнь, работая в сфере дизайна. Дизайн касался всего, над чем я работал и что встречал на своем пути. Рестораны, отели и бары, которые мы оформляли или которыми управляли, магазины, интерьеры, здания, предметы обихода и мебель, книги, которые я писал, — все это объединяет дизайн, и он же превращает их в то, что я называю стилем жизни. И еще я осознаю, насколько же мне повезло: чем бы я ни занимался на протяжении всей своей жизни, будь то бизнес или работа, я делал это просто ради собственного удовольствия».

Антонина Плахина, interior.ru



Дизайн Джаспер Конран для Wedgwood. Фарфор

Конран (87 лет) и его жена Вики в гостиной усадьбы Doyen of Design

ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ

События
и экспозиции
мебельной отрасли

Екатеринбург
6-8 октября 2020

Стратегический партнер по деловой программе:

REKAND
МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

МВК УРАЛ
МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ-УРАЛ

ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ

Специализированная выставка
мебели, оборудования, комплектующих
и технологий для её производства

ОСЕННИЕ
ОТРАСЛЕВЫЕ
ВЫСТАВКИ

2020 EXPO URAL

grandexpoural.com

Специализированная выставка
машин, оборудования и технологий для лесной
и деревообрабатывающей промышленности

LESPROM-URAL

ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ,

24 – 27 августа
АРХ МОСКВА — 2020
Москва, Гостиный двор, ул. Ильинка, д. 4
Международная выставка архитектуры и дизайна
www.archmoscow.ru

09 – 11 сентября
SIBWOODEXPO 2020
Иркутск, СибЭкспоЦентр
Международная выставка оборудования, технологий, материалов и продукции лесозаготовительной, деревообрабатывающей промышленности и деревянного домостроения
www.sibexpo.ru

09 – 12 сентября
МЕБЕЛЬ — 2020
Минск, Футбольный манеж
Международная специализированная выставка-ярмарка
www.belexpo.by

15 – 17 сентября 2020 г.
HEIMTEXTIL RUSSIA.DIGITAL — 2020 (ОНЛАЙН ФОРМАТ)
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера
www.heimtextil-russia.ru

24 – 26 сентября 2020 г.
ДАЛЬЭКСПОМЕБЕЛЬ. ФУРНИТУРА. ИНТЕРЬЕР — 2020. ТЕХНОДРЕВ ДАЛЬНИЙ ВОСТОК — 2020
Хабаровск, Хабаровская международная ярмарка
Выставка мебели и комплектующих для ее производства
www.khabexpo.ru

30 сентября – 02 октября 2020 г.
ЭКСПОДРЕВ — 2020
Красноярск, МВДЦ «Сибирь», ВК «Красноярская ярмарка»
Деревообрабатывающая специализированная выставка
www.krasfair.ru

3 – 6 октября 2020 г.
ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА — 2020
Белгород, ВК «Белэкспоцентр»
Межрегиональная специализированная выставка
www.belexpocentr.ru

06 – 08 октября 2020 г.
ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ И LESPROM-URAL PROFESSIONAL — 2020
Екатеринбург, ЦМТ «Екатеринбург»
Ведущая в Уральском регионе международная специализированная выставка мебели, оборудования, комплектующих и технологий для её производства.
www.expoural.com

10 – 14 октября
INTERMOB – 2020
Турция, Стамбул
Международная выставка компонентов для мебели
www.intermobistanbul.com

14 – 17 октября
МЕБЕЛЬ И ИНТЕРЬЕР — 2020
ЛЕС И ДЕРЕВООБРАБОТКА — 2020
Алматы, Казахстан, ВЦ «Атакент»
Ведущие казахстанские проекты, посвященные мебельной и деревообрабатывающей промышленности
www.mebelexpo.kz

5 – 17 октября
МВМК — 2020
Ялта, Крым, Хрустальный зал отеля «Ялта-интурист»
Специализированная выставка мебели и дизайна
www.expocrimea.com

19 – 22 октября
ЛЕСДРЕВМАШ — 2020
Москва, Экспоцентр
18-я международная выставка оборудования и технологий для деревообработки и производства мебели
www.lesdrevmash-expo.ru

23 – 25 октября
BALTIC FURNITURE — 2020. DESIGN ISLE — 2020
Латвия, Рига, Baltic Furniture
Международная выставка мебели, интерьера и освещения
www.bt1.lv/mebelesundizains/rus

И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ СНГ И МИРА на 2020 г.

23 – 27 ноября
МЕБЕЛЬ — 2020
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
Международная выставка
www.meb-expo.ru

18 – 24 января 2021 г.
IMM COLOGNE – 2021, КЁЛЬН, ГЕРМАНИЯ
Международная выставка мебели
www.imm-cologne.com

26 – 31 января 2021 г.
I MOB – 2021. ISTANBUL FURNITURE FAIR
Турция, Стамбул
Международная выставка мебели
www.cnrimob.com

16 – 19 февраля 2021 г.
SIBBUILD — 2021. FORUM RUSSIA — 2021
Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»
Международная строительно-интерьерная выставка в Сибири
www.novosibexpo.ru

30 марта – 02 апреля 2021 г.
MOSBUILD – 2021
Москва, ЦВК «Экспоцентр»
Международная выставка строительных и отделочных материалов
www.mosbuild.com

07 – 10 апреля 2021 г.
UMIDS — 2021
Краснодар, ВКК «Экспоград Юг»
Международная выставка мебели, материалов, комплектующих и оборудования для деревообрабатывающего и мебельного производства
www.umids.ru

13 – 18 апреля 2021 г.
ISALONI — 2021
Италия, Милан, Fiera Milano
Международная выставка мебели, дизайна, освещения
www.salonemilano.it

13 – 15 апреля 2021 г.
MEBELEXPO UZBEKISTAN — 2021
Узбекистан, Ташкент, НВК «УзЭкспоцентр»
Международная выставка «Мебель и технологии производства»
www.mebelexpo.uz

13 – 15 апреля 2021 г.
МЕБЕЛЬ. & ИНТЕРЬЕР – 2021
Минск, Белоруссия, ВУП «Экспофорум»
Международная выставка мебели и интерьера
www.expoforum.by

15 – 18 апреля 2021 г.
СВОЙ ДОМ — 2021
Новосибирск, ВК «Новосибирск Экспоцентр»
Выставка инженерного оборудования и материалов для строительства и обустройства коттеджа или загородного дома
www.sibhouseexpo.ru

21 – 24 апреля 2021 г.
IZBUSHKA! СТРОИТЕЛЬСТВО. ДЕРЕВООБРАБОТКА — 2021
Челябинск, ДС «Юность»
Выставка о коттеджном строительстве, мебели и деревообработке
www.uralbuild.com

27 – 29 мая 2021 г.
КРЫМ. МЕБЕЛЬ. ИНТЕРЬЕР — 2021
Крым, Симферополь, «Форум. Крымские выставки»
Специализированная выставка мебели, фурнитуры и комплектующих
www.expoforum.biz

07 – 10 июня 2021 г.
МИР СТЕКЛА — 2021
Москва, Экспоцентр
Международная выставка стеклопродукции, технологий и оборудывания для изготовления и обработки стекла
www.mirstekla-expo.ru

INTERZUM 2021 ПРОДВИГАЕТ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В НОВОМ ПАВИЛЬОНЕ ДЛЯ СТАРТАПОВ

Interzum, ведущая мировая выставка компонентов для производства мебели и дизайна интерьера, проходящая в Кельне, является ключевым событием для лиц, работающих в этом секторе. Проводимое в два года раз мероприятие формата B2B охватывает широкий спектр тем, предлагая посетителям взглянуть на различные инновационные продукты для дома будущего. Для организаторов особенно важно молодое поколение предпринимателей во всех регионах мира. Эти развивающиеся предприятия являются источником инновационных и зачастую прорывных идей, но во времена кризиса, такого как сегодня, они испытывают трудности с привлечением клиентов и выходом на новые рынки. Поэтому Koelnmesse впервые выделяет павильон специально для стартапов на предстоящей выставке interzum с 4 по 7 мая 2021 года.

Почти все стартапы сталкиваются с одной и той же ситуацией: первая фаза запуска нового бизнеса невероятно сложна, даже если у нее уже есть множество уникальных идей и концепций, ожидающих воплощения в жизнь. Поэтому поддержка приветствуется, и именно это Koelnmesse будет предлагать основателям и пионерам компаний, начиная с Interzum 2021 — ведущего мирового мероприятия для поставщиков мебели и индустрии дизайна интерьера.

Новый Startup Area состоит из группы открытых друг для друга стендов, каждый из которых занимает 4 кв. м. Полный пакет услуг для молодых предпринимателей со всего мира включает в себя стандартную застройку стенда, освещение, набор различных средств коммуникации, а также входные билеты и парковочные талоны и еще множество других преимуществ. Стоимость участия составляет невысокую четырехзначную сумму в евро, которая прозрачна и фиксирована.

Мероприятие, на котором лица, принимающие решения из обрабатывающей промышленности и квалифицированных специалистов, архитекторы и дизайнеры собираются, чтобы открыть для себя большое количество новых материалов и производственных процессов, а также

обсудить удивительные идеи и концепции на различных форумах, является идеальной платформой для новых участников сектора. Interzum дает отрасли решающий импульс для глобального интерьерного бизнеса - именно здесь предприниматели, лидеры рынка и мультипликаторы устанавливают новые контакты и заключают выгодные сделки.

Около 75 000 посетителей-специалистов посетили последнее мероприятие в 2019 году. Из них более 55 000 приехали из-за пределов Германии. Примерно 50% посетителей были заняты в обрабатывающей промышленности, а еще 25% работали в розничной и оптовой торговле. Interzum привлекает необычно большое количество лиц, принимающих решения: примерно 70% посетителей мероприятия имеют серьезное влияние на решения о покупке. С такой аудиторией interzum является идеальным партнером и местом для налаживания новых отношений и создания нового бизнеса. Startup Area — идеальное место для компаний, которые ищут партнеров со свежими идеями.

Не менее важным фактором, чем выгодная стоимость участия в мероприятии, являются коммуникации с целевой аудиторией на решающей стадии запуска. Interzum предлагает чрезвычайно впечатляющий пакет услуг: стартапы, которые бронируют стенд в павильоне, получают поддержку в отраслевых журналах, в социальных сетях, в информационных бюллетенях и в учетной записи компании на ambista — отраслевой сетевой платформе, управляемой Koelnmesse. Они могут в Уголке ораторов воспользоваться услугой Matchmaking365. Они также продвигаются с помощью онлайн-листинга на веб-сайте interzum и через громкую презентацию стартапа в каталоге выставки, приложении interzum и онлайн-пресс-боксе — возможностей много. Эти мероприятия выходят за рамки участия молодой компании в выставке. Они способствуют устойчивому выходу на рынок перспективных инновационных предприятий.

Koelnmesse — ведущий в мире организатор выставок в сфере мебели, быта и стиля жизни. В торгово-выставочном центре Кельна проходит ведущая международная выставка imm cologne, а также выставки LivingKitchen, ORGATEC, spoga + gafa, interzum и Kind + Jugend, которые входят в число всемирно известных. Эти ярмарки всесторонне представляют сегмент мягкой и корпусной мебели, кухонную промышленность, сектор офисной мебели и жилые помещения на открытом воздухе, а также инновации в мебельной промышленности. За последние несколько лет Koelnmesse специально добавил в свой портфель международные ярмарки на наиболее важных быстрорастущих рынках. К ним относятся idd Shanghai, interzum bogotá в Боготе, interzum guangzhou в Гуанчжоу и Pueri Expo в Сан-Паулу.

По материалам выставки

КОНКРЕТНЫЕ ПЛАНЫ БЕЗОПАСНОГО МЕРОПРИЯТИЯ LIGNA В 2021 ГОДУ

Планирование LIGNA 2021 уже идет полным ходом. Самая важная в мире выставка для международной деревообрабатывающей промышленности пользуется большой популярностью в отрасли, несмотря на проблемы, связанные с пандемией Covid 19. Большой спрос на стендовые площади очевиден уже за восемь месяцев до ее начала. *«Мы снова займем десять залов и открытую площадку. Все крупные игроки решили принять участие в выставке. После многих недель социального дистанцирования с ограничениями, комендантским часом, онлайн-мероприятиями и видеоконференциями в домашнем офисе отрасль с нетерпением ждет очных встреч,* — говорит **Кристиан Пфайффер, генеральный директор Ligna и выставок по деревообработке в Deutsche Messe в Ганновере.** — *Выставка важна для возобновления производства и продаж, а также для личного консультирования и информирования клиентов. Мы делаем все, от нас зависящее, чтобы предложить безопасное и успешное мероприятие, на котором встречаются представители деревообрабатывающей промышленности, чтобы представить инновации и снова запустить бизнес».*

Являясь ведущей выставкой, LIGNA не только представляет мировой ассортимент инструментов, станков и систем для обработки древесины, но и дает импульс развитию отрасли. В центре внимания предстоящего мероприятия — трансформация процессов деревообработки, сборных конструкций в деревянном домостроении и технологические процессы биоэкономики. Эти три темы представлены как на выставочной площадке, так и на различных форумах и в других специальных форматах.

«В LIGNA мы увидим новые разработки и видения, которые всего через несколько лет станут частью технологических цепочек и бизнес-процессов деревообрабатывающей и перерабатывающей промышленности. На фоне пандемии Covid 19 это, как никогда, важно, — говорит **д-р Бернхард Дирр, управляющий директор Ассоциации немецких производителей машин и оборудования VDMA.** — *Если нам удастся сделать нашу отрасль во всем ее разнообразии видимой, осязаемой и ощутимй, то мы сможем говорить об успешной выставке Ligna 2021, независимо от количества посетителей или участников».*

«Конечно, все мы надеемся, что пандемия в мае 2021 года в основном закончится. Однако, в настоящее время никто не может предсказать, когда значительно снизится количество инфекций, и когда появится вакцина. Так что мы должны быть реалистами. Только из-за глобальных ограничений на поездки мы ожидаем меньшего количества иностранных посетителей, чем на «Ligna» 2019, — добавляет Пфайффер. — *И поскольку процесс заражения предположительно будет с нами в течение довольно длительного периода времени, мы должны найти новые способы, которые позволят компаниям участвовать в рынке. Для этого нам понадобится LIGNA 2021».*

Мероприятие также включает в себя концепцию гигиены, разработанную Deutsche Messe совместно с ответственными органами. Многочисленные меры безопасности гарантируют, что экспоненты и посетители получат наилучшую гигиену и защиту здоровья на всех участках выставочного центра. Индустрия гостеприимства города Ганновера также подготовлена. *«У нас открытие бизнеса и охрана здоровья идут рука об руку. Мы гарантируем высочайшие стандарты гигиены, безопасности и медицинского обслуживания для участников и посетителей выставки LIGNA 2021»,* — подчеркивает Пфайффер. — *Это относится к входам и выходам, а также к проходам в залах и к стендам экспонентов, а также к ресторанам ярмарки и отелям».*

Команда LIGNA в настоящее время также работает над разработкой формата цифрового участия, который будет предлагаться в дополнение к широко известному формату LIGNA. Это позволяет подключить к выставке экспонентов и посетителей с ключевых рынков, которые не смогут поехать в Ганновер.

По материалам LIGNA

Siberian Building Week

Сибирская строительная неделя

18+

16 - 19 ФЕВРАЛЯ 2021

Более
200
компаний-экспонентов из России, стран СНГ, Европы, Восточной Азии!

Свыше
10000
профессиональных посетителей!

Событие года –
IV Международный форум дизайнеров и архитекторов Сибири!

Международный интерьерный фестиваль **HomeFest.**

sbweek.ru

SIBERIAN_BUILDING_WEEK

+7 (383) 363 00 63

ЦЕНТР ЭКСПО

НОВОСИБИРСК ЭКСПО ЦЕНТР

ПРИМИТЕ УЧАСТИЕ!

Разгрузка / погрузка оборудования за счет организатора*

ЛЕС ДРЕВ МАШ

www.lesdrevmash-expo.ru

18-я международная выставка «Машины, оборудование, технологии для лесозаготовительной, деревообрабатывающей и мебельной промышленности»

Организатор:

ЭКСПОЦЕНТР

При поддержке:

МИНПРОМТОРГ РОССИИ

EUMABOIS Woodworking Technology Made in Europe

ЦЕНТРЛЕСЭКСПО

12+ Реклама

19 – 22 октября 2020

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

*Подробности уточняйте у менеджера:
+7 (499) 795-29-06, ldm@expocentr.ru

СВОЙ ДОМ

15 – 18 АПРЕЛЯ'21

0+

ВСЕ ДЛЯ СТРОИТЕЛЬСТВА И ОБУСТРОЙСТВА ВАШЕГО ДОМА!

Уникальная возможность познакомиться с широким ассортиментом инженерного оборудования и строительных материалов

Профессиональная помощь в создании неповторимого стиля собственного дома

svoidom-expo.ru

+7 (383) 363 00 63

info@centrexpo.su

ЦЕНТР ЭКСПО

НОВОСИБИРСК ЭКСПО ЦЕНТР

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИЗДАНИЯ

БЕСПЛАТНО

— по предприятиям и частным лицам, занятым в производстве, поставках, оптовой и розничной торговле мебелью, комплектующими, сырьем и материалами в Новосибирске и городах Сибирского региона. Система специализированной доставки в городах: Омск, Томск, Бийск, Барнаул, Кемерово, Красноярск, Новокузнецк, Хабаровск,Владивосток, Тюмень,Челябинск, Екатеринбург, Иркутск.

— на ITE «Сибирская Ярмарка» и мебельных ярмарках городов Сибири, Урала и Дальнего Востока;

— в Новосибирске журнал выкладывается для бесплатного распространения более чем на 60 предприятиях, специализирующихся на производстве и продаже фурнитуры, комплектующих, материалов и мебели.

Система специализированной доставки в г. Новосибирске: «БИС-Курьер» ул. Герцена, 12, тел.: (383) 217-69-67

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы в 2020 году

Объем и размещение	Цена (1 номер, руб.)
1-я полоса (лицевая обложка)	84 000
2-я полоса (2-ая сторона обложки)	42 000
3-я полоса (обложка)	29 500
4-я полоса (последняя обложка)	48 000
вкладка — 1 полоса	29 000
вкладка — 1/2 полосы	14 800
вкладка — 1/4 полосы	8 900
Эксклюзивный блок перед содержанием 1полоса	32 000
Фиксированное место	+10%

По всем вопросам обращайтесь к менеджерам или в редакцию тел./факс (383) 352-35-05, e-mail: mebel@x1.ru
Тел. редактора (383) 21-44-333 (мобильный), e-mail: sveta@x1.ru

ТРЕБОВАНИЯ к размещению материалов и размеры рекламных модулей

Макеты подаются в файлах CorelDraw 9.0 (5.0-13.0 — допускаются), Adobe Illustrator 5.0-11.0, *.EPS, *.AI, шрифты переведены в кривые (Convert to curves), разрешение импортированных изображений не ниже 240 dpi для цвета (не ниже 240 dpi для ч/б), верхняя граница 400 dpi (редуцируйте — resample — при ее превышении).

Для макетов в цвете — все импортированные изображения до импорта в файл Corel Draw должны иметь формат CMYK.

При подаче макетов в TIFF, PSD — формат CMYK, разрешение — для цветных макетов — 300 dpi, для черно-белых — 400 dpi (допускается не ниже 300 dpi). Для макетов в формате JPG устанавливайте минимальную степень сжатия.

Вы можете отправить макет на наш e-mail или FTP-сервер.

Последний срок подачи рекламы в номер — до 18:00 за 10 дней до дня выхода номера.

ЦВЕТ

(включено поле под обрез)

Обложка — 223*303
1/1 — 213*303 верт.
1/2 — 213*150 гориз.
1/2 — 303*105 верт.
1/4 — 105*150 верт.

ВАЖНО: в цветных макетах на расстоянии 8–10 мм от каждого края — не включать текст и существенные элементы изображения (под обрез уходит 5–3 мм).

Для справки:

В статьях (1 полоса) примерно 4500–5000 знаков без пробелов (2–10 абзацев); 5200–5800 (2–10 абзацев) знаков с пробелами.

ЗАЯВКА ДЛЯ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК СИБИРИ»

НАИМЕНОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

АДРЕС ДЛЯ КУРЬЕРСКОЙ ДОСТАВКИ

РОД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕЛЕФОН

ФАКС

ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО

ПЕРИОД ПОДПИСКИ

В городах Омск, Томск, Бийск, Барнаул, Кемерово, Красноярск, Новокузнецк доставка журнала курьерской службой осуществляется бесплатно.

Бланк необходимо выслать по факсу (383) 352-77-29 или на e-mail: mebel@x1.ru

Стоимость одного экземпляра журнала 180 руб. (НДС вкл.)

ЗДЕСЬ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК СИБИРИ» БЕСПЛАТНО

Monticelli-sib	Мира,54	335-12-03
Аристо Сибирь	Владимировская, 11а, к. 2	363 78 15
Бином, ООО	Журинская, 80/1	223-85-77
Борисов, ИП	1-я Ельцовка, 1	225-19-59
Глобал, ГК	Фабричная, 41/1	303-42-90
Глобал, ГК	Ватутина, 99/2, блок В1	230-20-25
Джокер	Сибиряков-Гвардейцев, 51/3	335-73-77
Командор	Оловозаводская, 25 (территория ДОК)	22-77-961
Ламитекс	Петухова, 69, к. 10	335-82-99
Макмарт	ул. Немировича-Данченко, 130/1	314-79-99
Мастерсиб, ООО	Большая, 278	364 44 93
МДМ-Комплект	Большая, 256-б	227-79-38
Мебельная фурнитура-Н	С.-Гвардейцев, 49/6	357-24-64
Мир кухни	Серебренниковская, 23	218-11-27
Модерн-купе	Сибиряков-Гвардейцев, 49/2	353-52-13
МТФ	Кривощековская, 15	363-98-16
Ноис	Дуси Ковальчук, 1, к. 4	230-21-80
Ноис	Ватутина, 99Н6	352-39-57
Первая фабрика фасадов, ООО	Бетонная, 4	328-00-79
Пласетас, ООО	Мира, 54а, корп. 2.	328-38-51
Рауфф	2-я Станционная, 46Г	362-18-99
Сибирский партнер	Ватутина, 38	352-87-30
Сибирь, МФ	Бетонная, 6	353-05-05
Т.Б.М.-Сибирь	Б. Хмельницкого, 113	363-55-05
ТД "Томлес"	2-я Станционная, 44	362-20-62
Томские мебельные фасады	Бетонная, 12	362-17-69
Торговый мир	Сибиряков-Гвардейцев, 49/3, к. 6	291-87-65
Торгсиб, ООО	Тайгинская, 3	272-22-25
Улгран ТД	Бетонная, 12	235 98 98
Уралплит, ООО	Толмачёвское шоссе, 47А, корп. 2	209-59-59
Фортуна, ООО	Мира, 54а, корп. 2.	344-97-06
Хеттих Рус	Петухова, 69, к.1	342-24-34
Центр мебельной фурнитуры	Советская, 64	236-25-97
Центр мебельной фурнитуры	Мира, 63а, корп. 17	361-13-38
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	278-72-37
Эжва-Сибирь	Тюменская, 18	399-00-50
Хеттих Рус	Петухова, 69, к.1	342-24-34
Центр мебельной фурнитуры	Советская, 64	236-25-97
Центр мебельной фурнитуры	Мира, 63а, корп. 17	361-13-38
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	278-72-37
Центр мебельной фурнитуры	Планетная, 30, корп. 3	278-72-37
Эжва-Сибирь	Тюменская, 18	399-00-50
Кемерово (3842)		
Monticelli-sib	Баумана, 6 - 12 яч., 2 эт.	38-07-44, 8-913-298-43-33
Аристо Сибирь	Абызова, 12а	49-65-95
Модерн-купе	Володарского, 18	452-352
Мелькин Ю. Ф., ИП	Угловая, 129	75-38-77
Центр мебельной фурнитуры	Карболитовская, 1/1, 1 эт.	39-61-86
Барнаул (3852)		
АрсеналПлит	Петухова, 35/а	275-54-24
Комплекс-Барнаул	Автотранспортная, 49/1	46-76-86
МДМ-Комплект	Северо-Западная, 15	77-99-39
Стайлком, ООО	Красный Текстильщик, 12	37-96-86
Центр мебельной фурнитуры	Малахова, 177Е	504-150
Томск (3822)		
Комплекс-Томск	Пролетарская, 38В	900-699
Томлесдрев	2-ой поселок ЛПК, д. 111, стр. 16	723-071
Томские мебельные фасады	пр-т Фрунзе, 119 "е"	545-150
Иркутск (3952)		
Фурнитура Люкс	Челябинская, д. 26, к. 5	50-33-77
Красноярск (391)		
МакМарт	Шахтеров, 61, стр. 3	234-70-20

АРИКОН

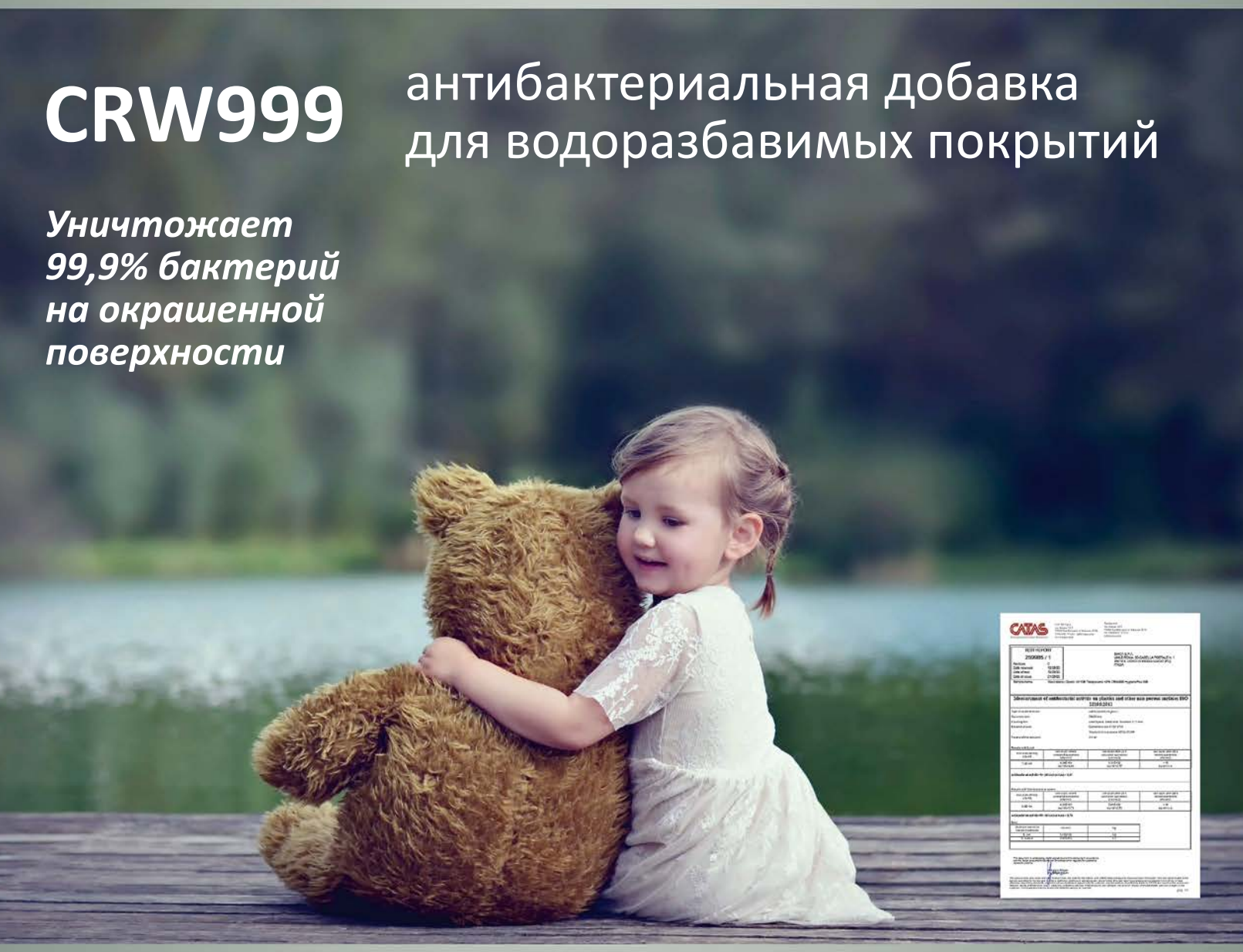
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЛК СИСТЕМЫ

HYGIENE PLUS

CRW999

антибактериальная добавка
для водоразбавимых покрытий

Уничтожает 99,9% бактерий на окрашенной поверхности



Тел: +7 (800) 707-45-12

E-mail: lkm@ariconoil.ru

www.сирка.рф

Sirca®

Kronodesign® App

Download on the App Store

Google play

kronospan

kronospan-express.com