

Українська Асоціація меблевиків та реалії ринку

дата публікації: 2019.06.12



На сторінках нашого журналу ми постійно висвітлюємо роботу профільної Асоціації українських виробників лакофарбової промисловості та її досягнення. Але постачальники лакофарбових матеріалів також приймають участь в діяльності інших асоціацій, де вони мають змогу активно комунікувати з учасниками профільних об'єднань. Наприклад, в Українській асоціації меблевиків представлено 7 компаній, які спеціалізуються на продажі лаків і фарб для деревини, а Євген Поляшенко, співвласник компанії LTL Group, входить в її ревізійну комісію.

На конференції LAKOKRASKA.UA 2019 Євген Поляшенко представив цікаву доповідь про стан меблевої галузі в Україні, яка є ваговим споживачем лакофарбових матеріалів, і розповів про досягнення Асоціації меблевиків. За даними організації CSIL українська меблева галузь займає 52-ге місце у світових обсягах виробництва та 41-е - за обсягом експорту меблів. З кожним роком експорт українського виробництва зростає. Показники щодо співвідношення експорту та імпорту наступні: у січні - серпні 2018 року в Україну імпортовано – 25,8 тис. тонн меблів на загальну вартість 91,6 млн. дол. США, натомість експортовано з України 139,4 тис. тонн меблів на загальну вартість 356,1 млн. дол. США.

На сьогоднішній день в Україні функціонують 5 тисяч підприємств меблевої галузі. Якщо брати співвідношення великих, середніх та малих підприємств то ми бачимо, що основну долю займають середні підприємства. Це компанії, які нараховують від ста до двохсот співробітників. Визначним досягнення Асоціації Меблевиків є свій митний код - це код 31. Меблева промисловість постійно використовує лакофарбові матеріали в своєму виробництві. Але цей ринок достатньо жорсткий, адже потребує високоякісних виробів, тому що сучасні меблі повинні мати покриття, що є естетичними, комфортними щодо тактильних відчуттів та мають відповідні фізико-хімічні якості, а це потребує специфічних матеріалів.

Що цікавить меблевиків? Звичайно, це хороший сервіс та професійний технічний супровід продуктів. Сьогодні головною тенденцією є навчання нових працівників та покращення навичок досвідчених робітників. Це ключовий фактор якісного нанесення та використання ЛФМ. В середині асоціації проводиться багато заходів, які направлені на поглиблення співпраці та обмін досвідом. Багато підприємств стали ділитися своїм досвідом впровадження бережливого виробництва, особливостями виходу на експорт, як будувати та розвивати бізнес.

Ці ініціативи можуть бути корисними і для Асоціації українських виробників лакофарбової промисловості. Члени асоціації меблевиків обмінюються не тільки досвідом, а й замовленнями. Більшість компаній замовників, які відносяться до середнього бізнесу, цікавлять комплексні замовлення та масштабні проекти. Одному виробнику це часто виконати неможливо, відповідно вони об'єднуються в групи по 5-10 компаній. В такому випадку виконання великих проектів стає реальним. Починає набувати обертів таке поняття, як кластерність - коли кожен виробляє певну частину цілого і разом виходять на експортний ринок. Це вже давно працює в Італії. І це приклад для нас.



Серед цікавих ініціатив Асоціації меблевиків слід згадати організацію кількох торгових місій. Одна з останніх - це торгова місія до Ізраїлю, яка була організована Офісом з Просування Експорту у співпраці з Міністерством закордонних справ України / MFA of Ukraine. Компанії - члени УАМ, які взяли участь в цій місії: TopArt Nature of Art, Atelier Lilu, Elizabeth de la Vega, AGT plus, Vavilon, Павлик, Mirt Company, Eskada-M. Що це дало їм на сьогоднішній день? Близько 3000 квартир будуть облаштовуватися меблями українських виробників. І таким чином кілька українських виробників отримали можливість представляти Україну в Ізраїлі.

Також була проведена спільна виставка Canadian Furniture Show, яка відбулася 25-27 травня 2018 року в Торонто за сприяння Канадсько-українського проекту підтримки торгівлі та інвестиції (CUTIS). У виставці взяли участь компанії-члени УАМ: Cube44, Aqua Rodos, Merx, Instyle, Stalkon та Blest. Після цих виставок меблевики отримали новий досвід та замовлення. Зараз з'явилися нові комітети всередині асоціації.

Підписані меморандуми та започаткована партнерська співпраця:

1. Навчання за Програмою розвитку ООН;
2. Участь у секторальній програмі, грантова та консультативна підтримка від ЄБРР;
3. Співпраця з офісом з Просування Експорту;
4. Співпраця з офісом бізнес-омбудсмена;
5. Торгово-промислові палати України;
6. Ділова Рада Катар-Україна;
7. ГО "Ліга ділових та професійних жінок України";
8. Клуб Ділових Людей України;
9. Співпраці з профільними навчальними закладами.



Євген Поляшенко є співвласником компанії LTL group, яка вже понад 12 років працює на ринку України і постачає лакофарбові матеріали для деревини італійської фірми ILVA. В минулому році компанія LTL Group відкрила «Школи Малярів» і за цей час 50 малярів-випускників стали справжніми професіоналами в своїй справі. А в цьому році додатково стартує Школа Технологів. Навчання нових працівників та покращення навичок досвідчених робітників сьогодні є головною тенденцією в меблевій галузі. Це ключовий фактор якісного нанесення та використання сучасних лакофарбових матеріалів.

Завдяки співпраці з LTL Group вітчизняні виробники отримують:

- зниження собівартості готового покриття;
- оптимізацію трудовитрат і витрат матеріалів;
- скорочення технологічного циклу виробництва;
- усунення факторів, що спричиняють виникненню дефектів;
- навчання співробітників без відриву від виробництва.

Компанія LTL Group не просто постачає лакофарбові матеріали для деревини, а забезпечує партнерів інструментом для оптимізації прибутку. Це відбувається за рахунок впровадження процесів оптимізації виробництва і підвищення кваліфікації персоналу.

LTL Group - не виробляє самостійно лакофарбові матеріали, а працює з провідними світовими виробниками.

Наші партнери:

ILVA - бренд найбільшого заводу в Європі з виробництва ЛФМ. Відмінною рисою продукції цього концерну є самостійне виробництво від сировини (смола) до готового продукту. Це дозволяє виготовляти продукт найвищої якості, забезпечуючи контроль на всіх етапах і зберігаючи конкурентоспроможну цінову політику.

Anest Iwata - японський виробник обладнання і роботизованих систем для нанесення ЛФМ.

Власні бренди, які дозволяють розробити індивідуальні та інноваційні технологічні рішення для вирішення конкретного завдання партнера: POLIKROME, BWS, TIMAVILL.

Ми здатні вирішити технологічні завдання неможливі для інших!

Після доповіді Євген Поляшенко відповів на питання учасників конференції.

- Скажіть будь ласка, наскільки важко виходити на експорт? Які проблеми можуть зустрічатися з готовим виробом?

- На сьогоднішній день у всіх є проблеми при виході на рівень експорту. Але враховуючи те, що ми у об'єднанні, у нас є юридичний супровід компанії, яка надає нам експортну підтримку, а також логістична підтримка. Тож ми легко вирішуємо питання сертифікації. Не існує питань, які не можливо було б вирішити. Тож усі компанії можуть вийти на експорт. Раніше були нерегульовані законодавчі моменти, але зараз питання вирішені.

- Тобто, спочатку - непросто, але потім ця процедура відшліфовується і стає налаштованою системою. Скільки часу займає налагодження виходу на експорт?

- Для прикладу: ізраїльська місія була влітку, за кілька місяців, в листопаді були підписані угоди. У грудні вже відправлялися контейнери на експорт з готовою продукцією. Складно першопрохідцям, але ці знання накопичуються і є досвідом для всіх учасників асоціації. Це дає змогу усім компаніям, які належать до асоціації, виходити на новий рівень.

- Як ви контролюєте якість продукції? Які стандарти щодо меблевих покриттів ви використовуєте?

- Існує якість безпосередньо складу фарби, а є якість остаточного фінішного покриття. Для нас важливим є запит користувача до кінцевого продукту, він має отримати потрібні естетичні властивості і фізико-хімічні властивості. Фізико-хімічні властивості можуть різнитися, з огляду на те, де меблі будуть експлуатуватися. Є певний стандарт і є дизайнерські властивості. Клієнт бачить готовий продукт і цей продукт має йому подобатися, його колір, фактура, тактильні відчуття. Крім того це технологічність, швидкість виробництва та ціна на м2, з урахуванням запиту користувача.

- Зараз Асоціація меблевиків стрімко розвивається, у міжнародних відносинах, експорту і навіть у питаннях популяризації самої асоціації. Меблева галузь росте, експорт розвивається. Які об'єми лакофарбових матеріалів ви можете оцінити як імпортер лакофарбових матеріалів? Ви вже працюєте на ринку більше 10 років, яка динаміка використання покриттів?

- Ринок розвивається з урахування нарощування меблевої промисловості. 90 % меблевиків використовують імпортні продукти. Питання в якості, асортименті і кількості продуктів, що випускаються. Є компанії, які виробляють серійно два продукти. Якщо це дизайнерські меблі, то це може бути до 2 тисяч продуктів, які цікаві виробнику. Потенціал є, але треба точно знати, коли краще виходити виробникам на цей ринок. Треба оцінити сили та можливості, а також сировинну базу, яка є на сьогоднішній день.

- Ви є імпортером і вже 12 років в лакофарбовій галузі. Чи плануєте відкрити локальне виробництво?

- Ми зараз робимо акценти на якості наданого сервісу, поки що в планах немає такого проекту, але ми думали над цією ідеєю.

- Що сьогодні важливо для виробників меблів при виборі лакофарбових покриттів?

- Малі виробники сьогодні звертають увагу, особливо коли йде мова про конкуренцію, на вартість м2. Якщо говорити про серійне виробництво, також важливим фактором є швидкість обробки і фінішний результат, який є визначальним для продажу готових меблів. Для середнього та преміум сегменту меблів вже інші. Не такою важливою стає ціна за м2, на перший план виходять естетичні, декоративні властивості і тактильні відчуття, які отримує покупець.

- Чи стикалися українські експортери меблів з вимогами іноземного покупця по безпеці лакофарбового покриття. Чи потребували вони сертифікати стосовно системи

безпеки хімічних речовин в Європі, чи замовник виставляє конкретні вимоги для покриття?

- В переважній більшості випадків виробник хоче конкретні лакофарбові матеріали, покупець диктує умови, на основі реклами, відгуків чи на основі отриманої інформації. Якщо ми говоримо про іноземних партнерів, то існують певні стандарти, сертифікати, які є актуальними для певної країни. Для дитячих іграшок можуть запросити сертифікат відповідності стандарту EN 71. Зазвичай сертифікується готова продукція.

- Ми спільне українсько-німецьке підприємство, тому ми досліджували цю тему для промислових покриттів. Наші німецькі колеги сформулювали одне проблемне питання, адже кожен виробник меблів має власне обладнання, рецептури та технології, тому вся промислова група лакофарбових матеріалів в Німеччині виробляється під конкретного замовника. Тобто є базова рецептура матеріалу, яка може коригуватися. Чи ви погоджуєтеся з тим, що це суттєва проблема для українських виробників меблів?

- Проблема серйозна, і напевне це ще одна причина того, чому українським виробникам лакофарбових матеріалів тяжко виходити на міжнародний ринок. В меблевому виробництві часто все індивідуально, і в Україні ми працюємо над цим. Наша перевага в тому, що ми підбираємо необхідні лаки оперативно та якісно.

Тел. (044) 503-84-95

ltl.com.ua

Статтю підготувала

Анастасія Погоріла

Джерело: