



Борис САХНОВ,  
директор салона отделочных материалов и Группы предприятий «Евростиль»:

## «Я убедил подчиненных: работать, как в Германии, можно и здесь!»

Салон отделочных материалов «Евростиль» на Маяковского, 6 был открыт 13 марта 1999 года в 13 часов. Корреспондент «КВ» Сергей ВАСИЛЬЕВ побеседовал с директором салона и Группы предприятий «Евростиль» Борисом САХНОВЫМ.

**- Борис Геннадьевич, дата и час открытия случайны? Или демонстративны?**

- Да, мы с Александром ТАРАСОВЫМ (ген. директор строительного холдинга «Поле и К») решили, что сделаем это назло приметам и дефолту 98 года. Весь август 1998 года я провел в Германии, где подписывал договоры и протоколы о намерениях и с удивлением наблюдал по немецкому TV репортажи с крупными планами московских обменников. Так что эти договоры до 2000 года лежали в сторонке, а мы открылись именно 13-го в 13 часов. Период был тяжелый, благодарен друзьям, которые вывели меня на московских производителей и поставщиков отечественных материалов, везде были получены серьезные товарные кредиты – собственных оборотных тогда не было.

А 13 марта этого года к тому же еще и пятница, но эти 10 лет показали, что надо просто добросовестно и много работать. Мы, кстати, первые из отделочников в Омске начали работать без обеда и выходных, а уже в 2000 году смогли обучить 10 сотрудников в Москве, пионеры мы и в создании одноименной группы предприятий с полным набором услуг.

**- Ваш покупатель и заказчик – он кто?**

- Это успешный бизнесмен или руководитель, созревший для того, чтобы иметь дело с честными профессионалами. Он уже приобретал дешевый ламинат и стелил его руками людей с улицы, отдавал небритому бригадиру аванс и потом искал его на просторах Родины, он уже понял, что скупой платит дважды, а в отделке, кстати, трижды. Это человек, не имеющий свободного времени и нервов на разбирательства, желающий получить качественный ремонт в определенные сроки за определенные деньги.

Кстати, пример из 2006 года из жизни моих знакомых, которым наша смета в 5 000 руб. за 1 кв. м и сроком 3 месяца показалась дорогой, и они наняли граждан южного государства за 2 600 руб. Уже вручив аванс, выяснили, что сантехника и электрика в эту стоимость не входят, транспорт и подъем на этаж тоже, лицензии, естественно, нет и т.д. Закончив спустя 1,5 (!) года ремонт в квартире площадью 72 кв. м и перестав быть интернационалистами окончательно, они подсчитали – 4 800 руб./кв. м! Следующий

ремонт будут делать, наверное, с нами или подобной структурой.

**- Интересная история, и все-таки вернемся к салону «Евростиль», в чем его особенность?**

- Мы продаем действительно качественные вещи, например, мало кто знает, что чисто белую краску невозможно произвести без компонента «белый мел», но он на территории России и СНГ не добывается, именно поэтому в СССР белой краской считалась, по сути, «слоновая кость», так вот для нашей краски «VINCENT» производимый на «LACOSE» «белый мел» везется с юга Франции. Я был на этом заводе – роботизированное производство, управляет технолог-оператор из застекленного бюро с компьютерами. Ручной труд – только укладка банок в ящики.

Также 99% покупателей, наверное, не знают, что продаваемая в некоторых магазинах массивная доска под разными названиями и с указанием на ценнике «Россия» на самом деле мягкая гевея из Китая, умело тонированная тамошним трудолюбивым народом под разные древесины, только имея в штате опытных паркетчиков, можно такое определить, и таких примеров множество.

Для всех заказчиков паркета очень важно сохранить высоту помещений, так вот мы единственные за Уралом владеем немецкой технологией «MULTIMOLL», позволяющей решить эту проблему при укладке всех видов деревянных полов – это просто прорыв в паркетном бизнесе!

Вместе с партнером «UZIN UTZ AG» в мае 2007 года провели семинар для паркетчиков и архитекторов Омска – попробовали поднять культуру паркета в городе до европейского уровня – результаты впечатляющие: рынок давно ждал замену устаревшей фанерной технологии, а «Евростиль» стал, по сути, консультационным пунктом, я даже иногда ворчу на заместителей за увлечение педагогией.

**- Специализация больше все-таки на паркете?**

- Паркетное производство – фирма «Новопол» – было первым после салона «Евростиль». В 2000 году стало понятно, что продать штучный паркет тяжело без услуги по укладке, а без профессиональных знаний, навыков и оборудования уложить его просто невозможно – это не банальный ламинат, да и наш организационный и финансовый потенциал к 2001 году превосходил возможности салона «Евростиль» – необходимо было развиваться. Поэтому 2001-й – «Новопол», 2003-й – «Стройсити», 2005-й – студия дизайна «Стилиссимо». По объемам выполненных работ в рублях сегодня впереди отделочное «Стройсити» – на 1 января 2009-го –

120 объектов площадью 18 100 кв. м, по количеству объектов – «Новопол» – 980 площадью 60 890 кв. м, площади могут не впечатлить, но специалисты знают: отделочный и паркетный – это бизнесы тонких настроек – каждый сданный объект и заработанный рубль труден.

**- Кроме юбилея салона можно говорить и о группе в целом?**

- Цифры названы выше, а есть объекты интересные – Академический театр драмы, Законодательное собрание и правительство Омской области – это «Новопол», «АкБарс Банк» – Омский и Новосибирский филиалы и доп.офисы, «Урса Банк» – Омский филиал – это «Стройсити», хотя каждый из 1 100 объектов уникален – заказчиками, дизайнерами, технологиями, географией.

В Группе в целом с первого дня ставка на высокий профессионализм и специализацию сотрудников. Не всегда, к сожалению, омский клиент готов это оплатить, но мы все равно имеем в штате только элитных работников, не желающих работать плохо по внутреннему убеждению.

К примеру, 4 года назад мы принесли на работу плиточника высшей квалификации, таких в городе, наверное, 5-10, не больше, так вот на одном из объектов заказчик, заявив, что ему сроки важнее качества, потребовал снизить последнее, на что получил ответ: «Или работаю качественно, или не работаю». И несмотря на недовольство заказчика, я своего работника поддержал – эта фраза и есть наш лозунг.

Когда в начале 2000-х мы шли на поводу у заказчика и в угоду экономии его средств или спешки к его любимой дате нарушали технологию, а через 6-12 месяцев нарушения, естественно, вылезли наружу, то этот заказчик забывал о том, что мы его предупредили, и близким, и друзьям сообщалось: да, это «Евростиль» сделал.

Поэтому нарушение технологии я запрещаю категорически, а в особых случаях, провоцируемых заказчиком, изменения вносятся в договор с фразой: «Исполнитель ответственности не несет». Мы работаем только качественно.

**- Так все фирмы говорят...**

- Но не все берут специалистов, вплоть до рядовых отделочников, и паркетчиков в Москву и Новосибирск на учебу, не все имеют под единым началом 4 предприятия с узкой специализацией, не все имеют за спиной опыт работы на объектах в Германии, Испании и Италии, думаю, в Омске просто никто.

4 сотрудника обучены на заводе красок «LACOS», главный инженер, зам. директора и я в 2007-м и 2008 гг. обучались на заводах «UZIN UTZ AG» в Вюрц-

бурге и Ульме, в инструмент и оборудование, которое, кстати, не старше двух лет, вкладываются серьезные средства, на что конкуренты не решаются или просто жадничают.

Я утверждаю, что мы уникальная для Омска структура, в которой вашу задачу решат по актуальному сегодня принципу «одного окна», при этом всё будет красиво, качественно и легально. А с 2007 года наши паркетные произведения искусства мы страхуем за свой счет и вручаем заказчику полис на новоселье. Ну а для полноты саморекламы скажу, что, когда я учился строительному делу в Германии в 1998-м и 1999 годах, а у меня за плечами два реальных объекта недалеко от Ганновера, я увидел в жизни то, во что не верилось, а именно: четкость, пунктуальность и добросовестность обеспечивают немисливо короткие для России сроки при высоком качестве, и у меня получилось убедить подчиненных, что это не сказки и не кино – так, как в Германии, работать можно и здесь.

**- Почему вы практически не рекламируетесь?**

- Первое – разумный покупатель понимает, что рекламные затраты вкладываются в себестоимость и отражаются на цене. Может, поэтому цены на аналогичный продукт в «Евростиле» ниже, чем в затратных рекламируемых магазинах?

Второе – в моем понимании реклама – это компетентное информирование о наличии данного продукта или услуги, а кричать на каждом углу о скидках, которые почему-то всегда, – не наш стиль. 13 марта салону «Евростиль» 10 лет, вот в связи с этим мы порадуем покупателей 10%-й скидкой с 1-го по 13 марта, но не более, потому что в отличие от многих мы цены предварительно не поднимаем, а при конкурентно сформированной наценке на отделочные материалы, которая, поверьте, в Омске минимальна, большая по размеру или более длительная скидка нереальна, значит, лукавят: предварительно увеличивают цену или сливают по себестоимости неликвиды. В «Евростиле» система заказа давно отработана и носит интеллектуально-аналитический характер, я лично этим занимаюсь каждую вторую субботу, и, если правильно помню, последняя распродажа неликвидов была у нас в 2003 году.

**- Традиционно вопрос о кризисе, как он вам?**

- В салоне совершенствуем сервис, снижаем затраты, оптимизируем логистику, еще раз внимательно просматриваем ассортимент, чаще смотрим статистику, на конкурентные позиции

снижаем цены. В «Стройсити» и «Новополе» очередь из заказчиков, в «Стилиссимо» дизайнеры загружены так, что работают без выходных. Конечно, я не наивный человек и продумываю разные варианты действий, но мне кажется, я понимаю, что с нами будет дальше. В этой политике я опираюсь на следующее: В Германии, где мои друзья и родственники заняты в разных сферах экономики, в том числе в качестве первых лиц, влияние американского кризиса сильнее, и, имея возможность обсуждения шагов непосредственно с участниками процессов у них, делаются выводы, что ждет нас. Второе, я бывший сотрудник банка, и финансовые процессы немного понимаю, и, третье, принцип «размахнись, рука, раззудись, плечо» не мой, я считаю, что в большинстве бизнесов надо внимательно заниматься и рутинной – скучной наладкой бизнес-процессов, оптимизацией затрат, воспитанием любви к труду в коллективе, в том числе и личным примером.

В 2007 году, когда банки начали ужесточать условия кредитования и поднимать процентные ставки, мы от использования кредитных ресурсов отказались, просто если и внимательно все посчитали, и оказалось – правильно посчитали. Отказ от кредитов стал возможен благодаря нашим поставщикам, высоким оборотам в продажах и аккуратной-экономной финансовой политике. С 2006 года многие поставщики определяют лучших дилеров, так вот в номинации по четкости платежей «ALBES», «LACOS» признали «Евростиль» лучшим в СНГ! Другие поставщики такие итоги официально не подводят, но размеры установленных ими товарных кредитов говорят о высоком уровне доверия к нам. Эти показатели говорят о многом, в частности, о том, что мы успешно продаем их продукцию, а значит, ценовая политика и сервис выстроены правильно. Нам очень помогают поставщики, я лично знаком с собственниками и руководителями всех ключевых партнеров, с кем-то катаюсь на лыжах в горах, с кем-то, не секрет, пью хорошее пиво, на мою ответственность и честность в работе они отвечают тем же.

Кризис, мне кажется, многих о многом заставит подумать, например, в угаре растущего рынка мало кто из руководителей обращал внимание на такую скучную категорию, как производительность труда.

В ГП «Евростиль» сокращение персонала при тех же объемах работ произошло в среднем на 20%, при этом отделочники и паркетчики не сокращались, ушли неэффективные клерки.

У нас за 10 лет ни одной жалобы или судебного иска от наших покупателей, это, я думаю, что-то значит ●