

Мебельный рынок
России

Санкт-Петербург 2003

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЕБЕЛИ.....	6
Импорт.....	6
Экспорт.....	13
Производство.....	15
Тенденции мебельного рынка.....	19
Емкость рынка.....	22
ГЛАВА 2. СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	23
Региональные особенности.....	28
Москва.....	28
Санкт-Петербург.....	29
Архангельск.....	30
Мурманск.....	31
Сыктывкар.....	32
Петрозаводск.....	32
Новгород.....	33
Самара.....	34
Нижний Новгород.....	35
Ростов-на-Дону.....	36
Екатеринбург.....	37
Новосибирск.....	38
Иркутск.....	39
Владивосток.....	40
ГЛАВА 3. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ.....	41
ГЛАВА 4. ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ.....	47
ГЛАВА 5. КОНКУРЕНЦИЯ.....	51
Конкуренция между отечественной и импортной мебелью.....	51
Конкуренция между российскими предприятиями.....	54
ГЛАВА 6. ОПТОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ МЕБЕЛИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.....	57
Региональные особенности оптового рынка.....	60

Москва.....	60
Санкт-Петербург.....	62
Северо-западный регион.....	65
Самара.....	67
Нижний Новгород.....	69
Екатеринбург.....	71
Новосибирск.....	73
Иркутск.....	74
Владивосток.....	76
ГЛАВА 7. РОЗНИЧНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ МЕБЕЛИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ.....	79
Региональные особенности розничного рынка России.....	81
Москва.....	81
Санкт-Петербург.....	83
Архангельск.....	85
Петрозаводск.....	86
Самара.....	88
Ростов-на-Дону.....	91
Екатеринбург.....	92
Иркутск.....	94
Новосибирск.....	95
Владивосток.....	97
ГЛАВА 8. ЦЕНОВАЯ КОНЪЮНКТУРА.....	99
Оптовые цены.....	99
Высокий ценовой сегмент (средняя цена от \$1000 за единицу мебели).....	99
Средний ценовой сегмент (средняя цена от \$500 до \$1000 за единицу мебели).....	100
Низкий ценовой сегмент (средняя цена до \$500 за единицу мебели).....	101
Розничные цены.....	104
Высокий ценовой сегмент (средняя цена от \$1000 за единицу мебели).....	104
Средний ценовой сегмент (средняя цена от \$500 до \$1000 за единицу мебели).....	106
Низкий ценовой сегмент (средняя цена до \$500 за единицу мебели).....	107
ЗАКЛЮЧЕНИЕ: ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ.....	110

Введение.

В данном отчете представлены результаты исследования мебельного рынка России, проводившегося в июле-августе 2003 года.

Цель исследования заключалась в анализе тенденций российского мебельного рынка, определении основных операторов на данном рынке и изучении ценового диапазона на мебель разного типа.

Исследование состояло из двух этапов: изучение оптового звена мебельного рынка в России и изучение розничного звена мебельного рынка.

Основным методом исследования был мониторинг цен и ассортимента оптовых и розничных компаний, которые предлагают мебель на российском рынке. Кроме мониторинга, в исследовании использовался метод экспертных оценок, позволяющий определить основные тенденции рынка и его региональные особенности.

В каждом регионе проводилось сплошное обследование оптового звена и сплошное обследование (кроме Москвы и Санкт-Петербурга) розничного звена. В Москве и Санкт-Петербурге мониторинг проводился в 100 торговых точках.

Российский рынок был представлен в исследовании следующими регионами:

- Центральный ФО – Москва, Великий Новгород.
- Северо-западный ФО – Санкт-Петербург, Архангельск, Петрозаводск, Мурманск, Сыктывкар.
- Приволжский ФО – Самара, Нижний Новгород.
- Уральский ФО – Екатеринбург.
- Сибирский ФО – Иркутск, Новосибирск.
- Дальневосточный ФО – Владивосток.
- Южный ФО – Ростов-на-Дону.

Мониторинг ассортимента мебели проводился по различным типам мебели:

- Мягкая мебель,
- Корпусная мебель,
- Кухни,
- Столы и стулья,
- Гарнитуры (спальни, столовые, гостиные).

Во время мониторинга фиксировались модели мебели, страна производитель, тип отделки и материал, используемый в изготовлении, а также, цена на мебель. Так как мебельный рынок России не брендирован, то распределение представленности моделей мебели в каждом регионе сделать невозможно. В результате, в данном отчете показана представленность типов мебели на оптовом и розничном мебельном рынке.

Данные, полученные в результате эмпирического исследования, дополнены вторичной информацией.

Рынок мебели продолжает оставаться одним из самых неструктурированных и непрозрачных среди рынков товаров длительного пользования. При его описании нам пришлось в большей степени положиться на собственное социологическое исследование и в меньшей - на экспертный опрос и данные маркетинговых агентств. Оценок рынка мебели, столь же точных, как рынков техники не существует.

Глава 1. Основные показатели российского рынка мебели

Импорт.

График 1. Представленность импортной и отечественной мебели на рынке России.

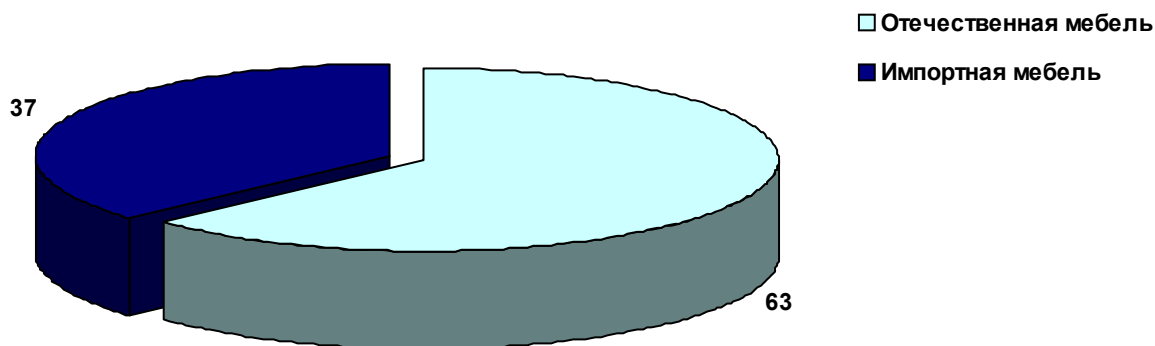


График 1.1. Представленность импортной и отечественной мебели на рынке Москвы.

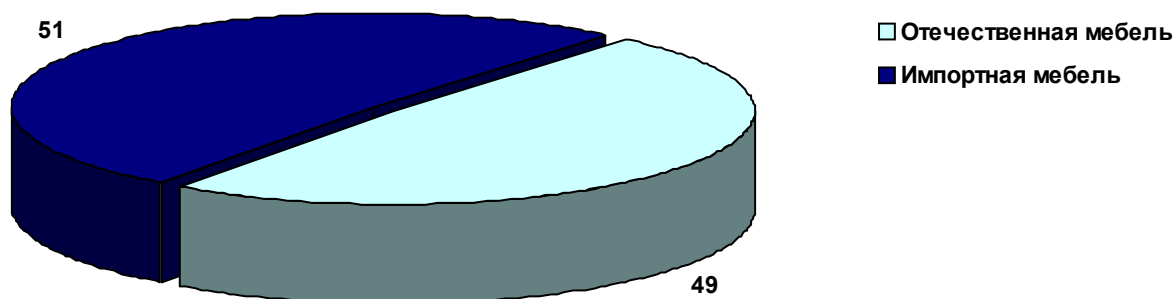
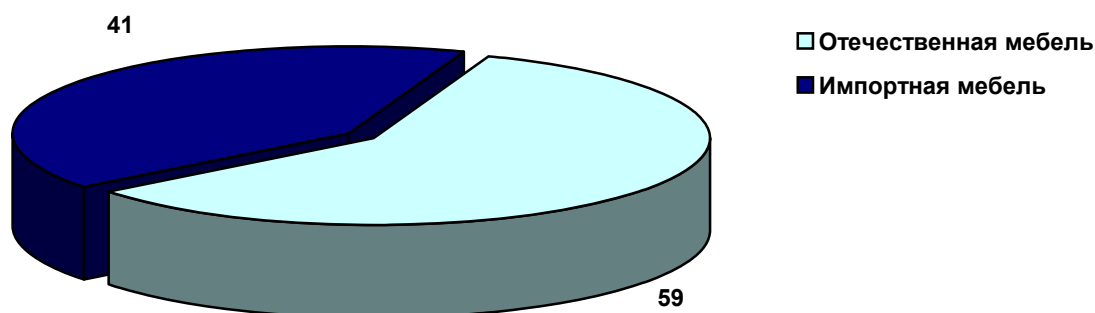


График 1.2. Представленность импортной и отечественной мебели на рынке Санкт-Петербурга.



На сегодняшний день, импортная мебель на российском рынке занимает в целом примерно 37%. Однако в крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург доля импортной мебели выше и достигает почти 50%.

В то же время в небольших городах, особенно на Севере и Северо-Западе России, представленность импортной мебели гораздо ниже. Так в Сыктывкаре доля импортной мебели составляет только 2%, Петрозаводске – 10%, в Архангельске – 15%.

График 1.3. Представленность импортной и отечественной мебели на рынке Архангельска.

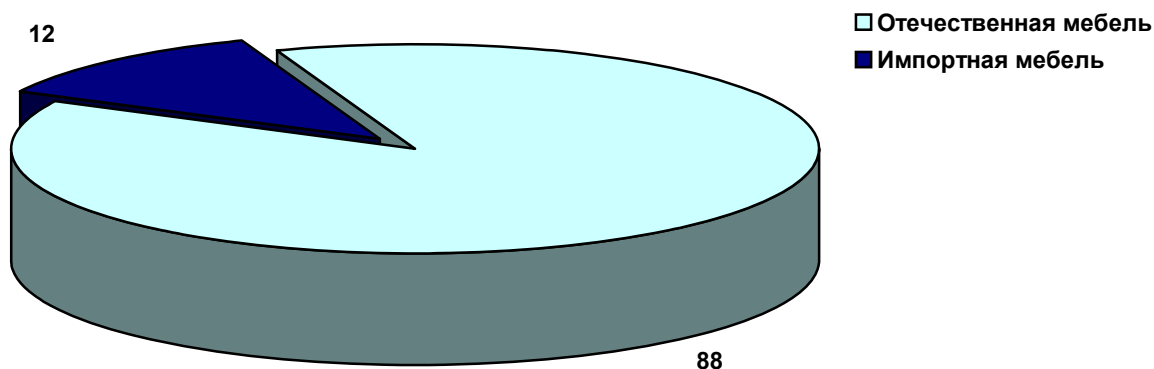
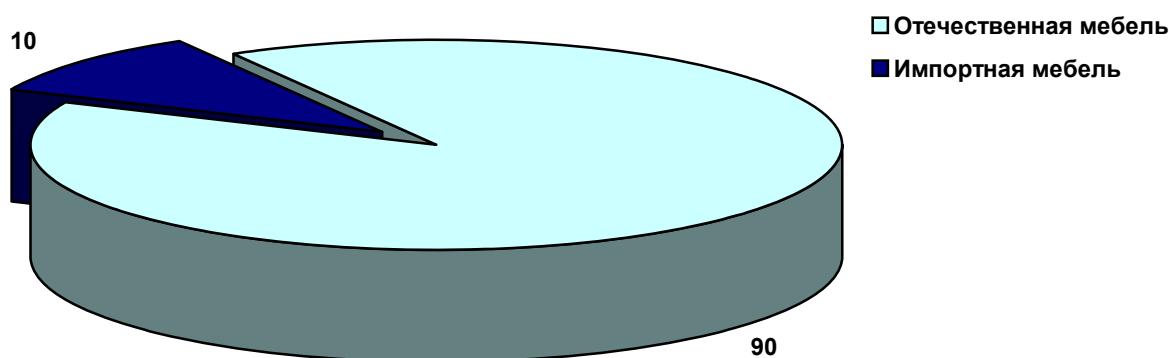


График 1.4. Представленность импортной мебели на рынке Петрозаводска.



Следует отметить, что Северо-Западные регионы России уступают по представленности импортной мебели не только столичным городам, но и другим региональным центрам. Так на Юге России и в Поволжье импортная мебель занимает примерно четверть рынка, а в крупных городах, таких как Ростов-на-Дону, представленность импортной мебели составляет более 30%. Такие различия в представленности импортной мебели на региональных рынках могут объясняться платежеспособностью населения и развитием структуры рынка. В северной и северо-западной части России практически отсутствует производство мебели, а также компании, которые осуществляют дистрибуторские функции.

График 1.5. Представленность импортной мебели на рынке Самары.

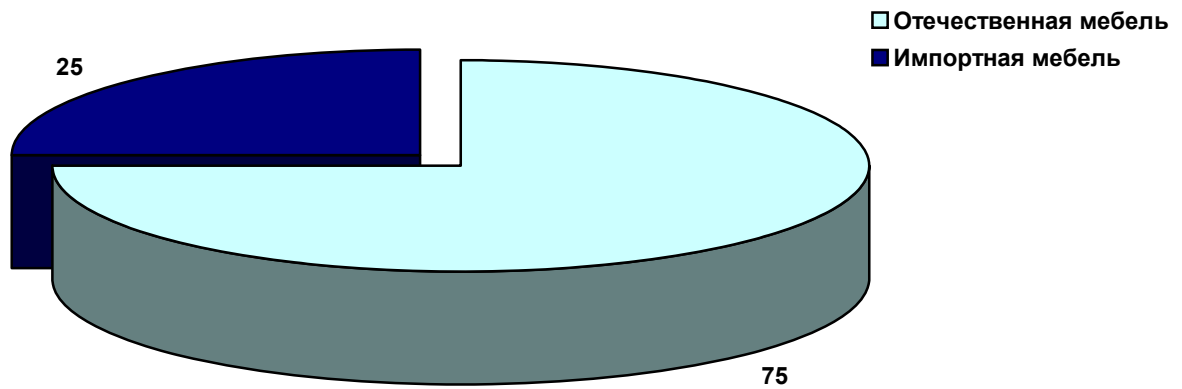


График 1.6. Представленность импортной мебели на рынке Нижнего Новгорода.

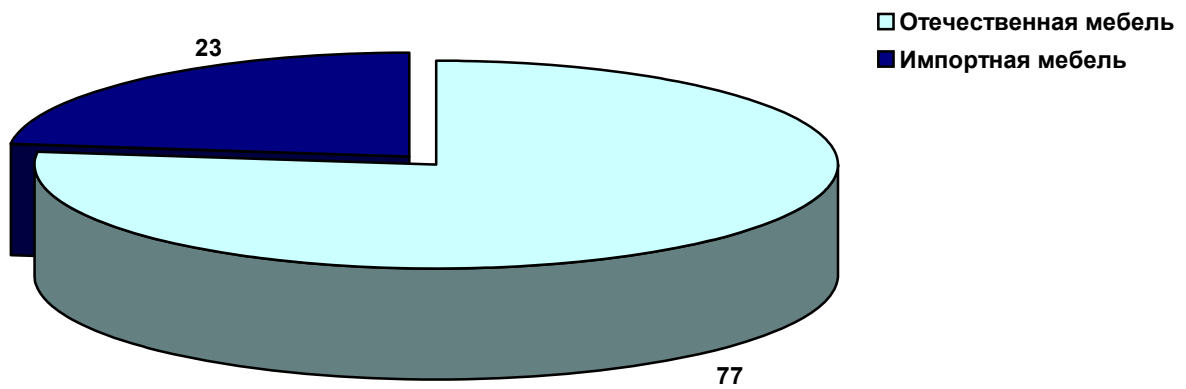
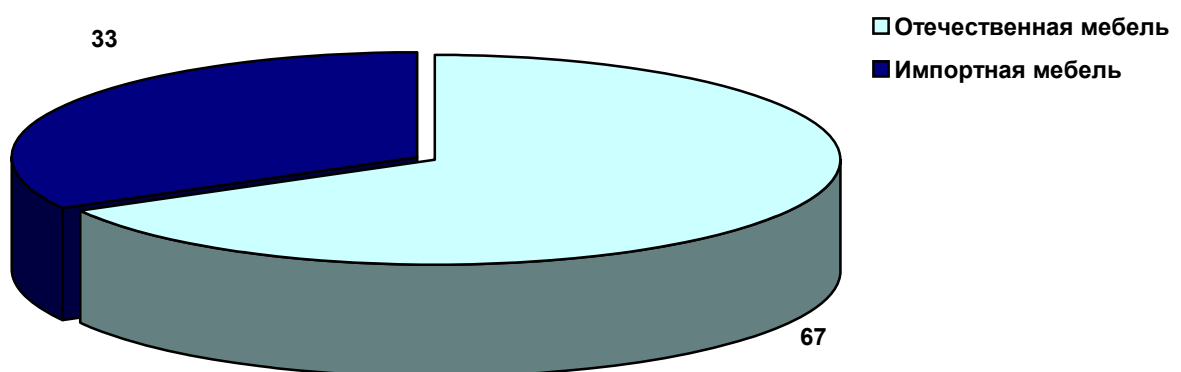


График 1.7. Представленность импортной мебели на рынке Ростова-на-Дону.



Примерно такая же представленность импортной мебели на рынке Приуралья, Сибири и Дальнего Востока. График 1.11. показывает, что рынок Владивостока почти на половину состоит из импортной мебели. Это результат действия двух факторов. Во-первых, на рынке Приморья практически отсутствует мебель местного производства, а во-вторых – Владивосток является крупным портовым городом, куда приходят грузы из Юго-Восточной Азии. В связи с этим, на рынке Владивостока хорошо представлена мебель из Тайваня, Индонезии и Китая. Представленность мебели из европейских стран во Владивостоке составляет только 12%.

График 1.8. Представленность импортной мебели на рынке Екатеринбурга.

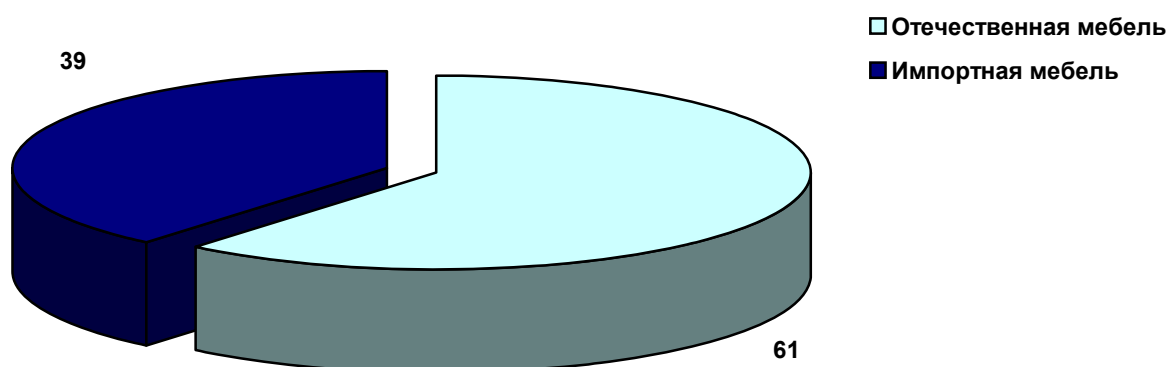


График 1.9. Представленность импортной мебели на рынке Новосибирска.

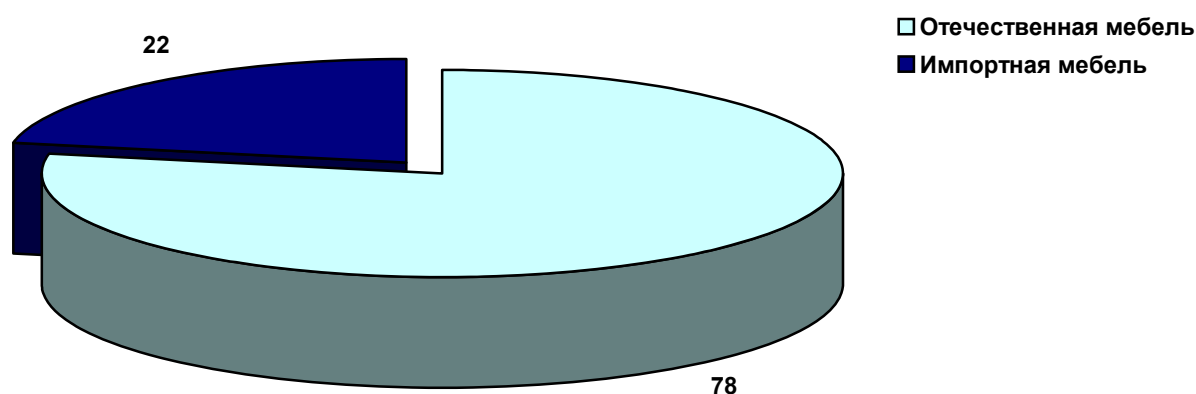


График 1.10. Представленность импортной мебели на рынке Иркутска.

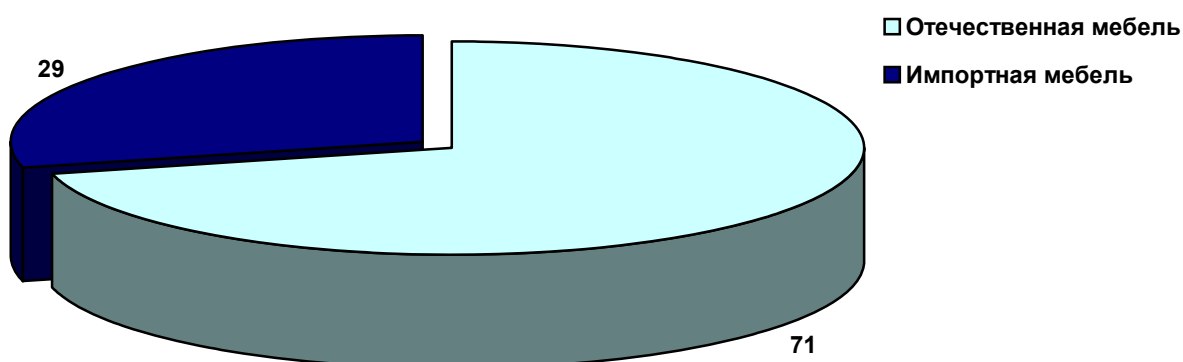
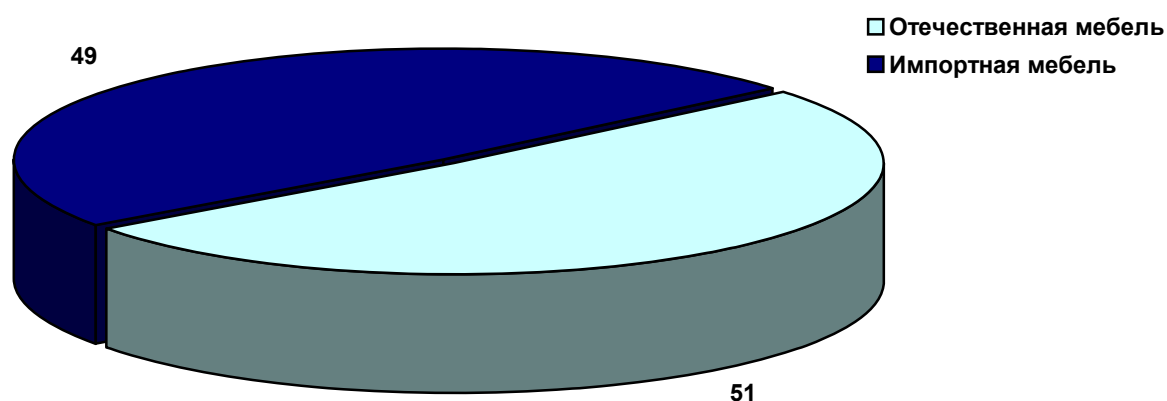


График 1.11. Представленность импортной мебели на рынке Владивостока.

До кризиса 1998 года импортная мебель занимала 70% российского рынка, сразу после него - не более 25-30%. Следует отметить, что сегодня 75% всех поставок приходится на ассортимент, ранее выпускавшийся отечественной промышленностью: мебель для спален, гостиных, кухонь.

Мебель в Россию сегодня экспортируют 40 стран мира. Крупнейшие поставщики - Польша, Италия, Германия, Литва и Финляндия, на долю которых приходится более 70% всей мебели, ввозимой в Россию из-за рубежа. Остальные страны-экспортеры мебели постоянно наращивают поставки мебели в Россию. За 9 месяцев 2002 года в Россию ввезли больше мебельной продукции, чем за весь 2001 год. Однако реальную конкуренцию отечественным производителям, которые в основном делают мебель эконом-класса, составляют только польские мебельщики, продукция которых находится в одной ценовой категории с российской мебелью. Именно на Польшу приходится 43% от общего объема привозной мебели.

Из Италии и Германии экспортируют в Россию в основном эксклюзивную продукцию, поэтому с производителями из этих стран российские мебельщики серьезно конкурировать не могут: из всей представленной на рынке мебели в высшем ценовом сегменте только 15% - мебель отечественного производства.

В то же время в секторе дешевой мебели импортеры практически не представлены. Такая ценовая политика импортеров объясняется тем, что ввозная таможенная пошлина, составляющая 20% стоимости товара, стимулирует западных производителей поставлять мебель высокого уровня, которую в России пока производят в небольших объемах или не производят вообще.

По данным Государственной таможенной комиссии (ГТК), только за первое полугодие 2003 года было импортировано мебели на \$77,9 млн., а за весь прошлый год — на \$ 130 млн. При этом надо учитывать, что это так называемый белый импорт. Общеизвестным является тот факт, что большая часть импортной мебели оформляется на таможне как фурнитура, доски и комплектующие, если вообще оформляется. На самом деле данные ГТК и Европейской ассоциации мебельной промышленности (ЕАМП), за 2000 и 2001 годы различаются в два раза. Есть все основания полагать, что эта тенденция сохранилась

Рост импортной мебели на российском рынке, который начался в 1999 году, эксперты из Ассоциации мебельщиков объясняют двумя факторами. Во-первых, тем, что на российском рынке в 1999 году появилась шведская компания ИКЕА, на долю которой в 1999 году приходилось 45% экспорта, а в 2002 году -13%.

Вторая причина заключается в том, что розничные торговые предприятия предпочитают брать иностранный товар. На импорте легче заработать, поскольку трудно проверить, сколько мебель стоит у производителя. Из Москвы в Петербург позвонить и узнать заводскую цену нетрудно. В Германию или Италию - сложнее. Так что торговец уверен: покупатель его проверять не будет. А стало быть, можно делать практически любые наценки.

Больше всего спальной мебели в нашу страну поставляют Италия, Испания, Молдавия, Германия, Румыния и Польша. Самую дорогую спальную мебель среди крупнейших импортеров поставляют в Россию Молдавия, Испания и Румыния, а самую дешевую Германия и Польша. В 2002 году продажи Испанской мебели в Россию сократились на 16%. В настоящее время мебель из Испании составляет 4% от всего импорта на российском рынке.

По данным ГТК России, в 2002 году было импортировано мебели, без учета поставок из Белоруссии, на сумму 271390 тысяч долларов США, или в 1,3 раза больше, чем за 2001 год.

Для дополнительной оценки наполнения мебельного рынка рассмотрим данные по объемам импорта и средним ценам за 1 кг мебели по отдельным видам мебели в 2002 году и за 3 месяца т.г.:

Таблица 1.

	2002 год		3 мес. 2003 г.,	
	Импорт, тыс. \$ США	Цена 1 кг, \$ США	Импорт, тыс. \$ США	Цена 1 кг, \$ США
Мебель - всего	271 390	2,29	74 347,5	2
Мягкая мебель	54 487,2	2,4	15 781	2,1
Мебель деревянная типа кухонной;	25 561	2,37	7 365	2,1
Мебель деревянная типа спальной;	24 587,0	2,15	8 290	1,9
Прочая мебель деревянная	64 183,4	1,98	27 154	1,7

Из приведенных данных видно, что практически по всем группам, отмечены значительные снижения средних цен за 1 кг мебели. Усредненный «кг» мебели по сравнению с уровнем 2002 года подешевел на 14,2%, что свидетельствует о снижении контрактных цен завозимой в Россию мебели. Такое положение является следствием установленных Постановлением Правительства РФ от 30 ноября 2001 г. № 830, с 01.01.2002 г. сниженных по специфическим составляющим на 25 - 28% ставок ввозных таможенных пошлин по четырем основным позициям мебельной продукции (мебель деревянная для спален, столовых и жилых комнат, мебель деревянная прочая и части мебели из древесины). Снижение ввозных пошлин создало предпосылки для расширения поставок в Россию более дешевой мебели массового спроса и привело к усилению конкуренции на внутреннем рынке.

По расчетам Ассоциации, увеличение таможенных пошлин сможет лишь зафиксировать долю импорта на внутреннем рынке на уровне 40%, но уже и это, по их мнению, даст возможность российской мебельной промышленности продолжить техническое перевооружение. Однако специалисты считают, что изменение импортных пошлин может осложнить переговоры по вступлению России в ВТО. К тому же, таможенные пошлины ударят, прежде всего, по тем, кто ввозит мебель легально. В свою очередь, импортеры считают, что пошлины и так очень велики, что иногда они превышают стоимость мебели.

Лидером на российском рынке импортной мебели является Италия. По данным "Фонда информационных технологий", доля итальянской мебели на российском рынке в 2001 году составляла 36,1% от общей доли импортной мебели (\$54,3 млн.). Среди стран СНГ основным импортером является Украина. По данным "Фонда информационных технологий", в первом полугодии 2002 года было импортировано украинской мебели на сумму \$11,9 млн. Всего по данным Европейской федерации производителей мебели, в 2001 году в Россию импортировано мебели на сумму \$470 млн. Только на рынок Петербурга было ввезено мебели на \$120 млн. В этом году "официальный", то есть задекларированный "белый" объем импортной мебели возрос на 10%.

Лавинообразный рост импорта отечественные производители связывают в первую очередь с ныне существующими таможенными пошлинами. В 1999 году евросоставляющую ставки таможенной пошлины снизили с 1,3 евро за кг до 0,7-0,8 евро. Нынешняя ставка в 20%, но не менее 0,7-0,8 евро за кг, по мнению производителей, уже не является серьезным защитным барьером. Однако с 1 января евросоставляющая ставки была понижена до 0,5-0,6 евро. Понижение пошлины, что характерно, произошло только по пяти из 43 мебельных позиций товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности, но по этим позициям ввозится почти 80% мебельного импорта в Россию. Представители Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности уверены, что за решением чиновников стоит мощный лоббистский ресурс западных мебельных компаний-импортеров.

Таким образом, на сегодняшний день, социально-экономическая ситуация на рынке России способствует росту импорта на мебельном рынке. Отсутствие необходимой технологии и производственной базы не позволяет российским производителям конкурировать с импортной мебелью в сегментах дорогой элитной мебели, сделанной из натуральной высококачественной древесины. В высоком ценовом сегменте российская мебель занимает только 15%. Стагнация российского производства не дает оснований полагать, что в ближайшие несколько лет ситуация в этом ценовом сегменте существенно изменится.

С другой стороны, политическая ситуация в России, стремление России вступить в ВТО, приводят к снижению пошлин на ввоз мебели, что приводит к снижению цен на ввозимую мебель и появлению импортной мебели в среднем ценовом сегменте. В результате конкуренция на рынке еще более обостряется, так как импортная мебель превосходит российскую по качеству, дизайну и разнообразию моделей. При равной цене, потребители отдадут предпочтение импортной мебели.

С 2002 года рост мебельного рынка России происходит только за счет импорта. Можно предполагать, что такая тенденция продолжится до 2005 года.

Экспорт

В настоящее время экспортные возможности российских производителей постепенно растут - в первом полугодии 2003 г. поставки российской мебели на экспорт составили 14% от общего производства. По данным ГТК России, за 2001 год объем экспорта мебели в Россию достиг уже 387, 9 млн. долл. (44, 5 % от общего объема продаж мебели на российском рынке). Исходя из этого показателя, можно сделать вывод о том, что продукция отечественных передовых предприятий находит своего потребителя на мировом рынке, а потому перспективы их деятельности весьма хорошие.

Различных видов мебели для сидения поставлено из России в другие страны на сумму 6298 тысяч долларов или на 57% больше, чем за 1 полугодие прошлого года. При этом, экспорт в страны дальнего зарубежья увеличился на 13%, а в страны СНГ - в два раза. Доля поставок в страны СНГ увеличилась с 23% - в 1 полугодии прошлого года, до 45% - в текущем году.

Экспорт по мебели прочей и ее частей увеличился в 1 полугодии нынешнего года на 47% и составил 32945 тыс. долларов. При этом в страны дальнего зарубежья вывезено на 42% больше, а в страны СНГ на 95% больше, чем за соответствующий период прошлого года. Основная доля экспорта осуществляется в страны дальнего зарубежья, но в прошлом году она составляла 91%, а в текущем году 88% от общего экспорта по данной номенклатурной позиции. Соответственно, доля поставок в страны СНГ увеличилась в этом году до 12% против 9% - в 1 полугодии 1999 года.

Основными странами, куда вывозится российская мебель и ее части, являются: Германия, Казахстан, Италия, Финляндия, Швеция. Основной объем экспорта в дальнее зарубежье составляет продукция в виде деталей и полуфабрикатов для производства мебели, а также наиболее материалоемкая и относительно недорогая продукция из древесины. В страны СНГ (Казахстан, Узбекистан, Киргизия) поставляется в основном простая и добротная мебель.

Если рассматривать экспорт мебели из России по отдельным видам, то наибольший рост поставок из России в другие страны отмечен по офисной деревянной мебели. При этом экспорт в количественном выражении вырос почти в 3 раза, а в стоимостных показателях объем экспорта увеличился в 2,7 раза.

Рассматривая экспортные поставки в стоимостном выражении, заметим, что основными странами, куда поставлялась российская офисная деревянная мебель, являлись: Финляндия (35%), Германия (24%), Казахстан (13%), Узбекистан (6%) и Югославия (6%).

Наиболее дорогие предметы офисной деревянной мебели были поставлены из России в Финляндию, самые дешевые - в Германию и Узбекистан.

Подмосковная "Шатура", на долю которой приходится около 10% российского мебельного рынка, примерно 5% своей продукции реализует на рынках стран ближнего зарубежья.

Многие эксперты, в частности заместитель генерального директора Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности Андрей Шнабель, считают, что отечественная мебельная промышленность слаба именно в силу своей замкнутости на внутренний рынок. Поэтому выход на европейский рынок может стать своеобразной панацеей для российской мебельной отрасли. Для сравнения: Польша экспортирует на \$2500 млн., Китай - на \$1000 млн., Эстония - на \$150 млн.

В настоящее время, в России есть только несколько компаний, которые могут выпускать мебель, способную конкурировать с мебелью развитых стран. Это компании «Шатура», «МИАС мебель», Первая мебельная фабрика и несколько других. Однако большую часть своей мебели эти компании экспортируют в страны бывшего СССР. Рынки таких стран как Финляндия, Швеция и Германия, открыты для российской мебели только в сегменте офисной мебели, сделанной из натурального дерева. Большая часть объема экспорта реализуется за счет поставок деталей мебели и полуфабрикатов. Это связано с тем, что материалоемкое производство обходится в России значительно дешевле и западным странам иногда выгодно купить детали мебели в России, а не производить их самим.

Экспорт мебели позволит российским предприятиям получить дополнительные средства, необходимые для реконструкции отрасли. Большинство российских мебельных предприятий являются небольшими компаниями, способными выпускать очень ограниченный ассортимент мебели. Крупные производства, расположенные в регионах, вынуждены, в основном, использовать производственную базу, сохранившиеся еще с советских времен. Мебель, произведенная на этих предприятиях, находит спрос только на внутреннем рынке, что не стимулирует производство к развитию.

Производство

Мебельный бизнес прибылен, но крайне консервативен. Основной состав игроков на российском мебельном рынке, по данным исследования консалтингового агентства "Контакт", сложился давно. Около 60% мебельных компаний начали свою деятельность в период с 1991 по 1993 год, 25% - в период с 1993 по 1995 год, когда этот рынок развивался более или менее активно, и лишь около 15% компаний работают на рынке немногим более двух лет.

После кризиса 1998 года начался рост производства в мебельной промышленности, доля импорта сократилась в 3 раза, и начался процесс импортозамещения.

Кроме того, пристальное внимание к производству стали проявлять отечественные компании, до кризиса занимавшиеся исключительно торговлей. Сегодня три четверти крупных компаний, торгующих мебелью, имеют собственное производство, при этом изначально производственные подразделения были только у 27% из них, остальные открыли свои цеха сравнительно недавно.

По мнению большинства операторов рынка, после кризиса производство мебели стало более выгодным делом, чем ее продажа. Издержки на содержание торговых и складских помещений росли в несколько раз быстрее, чем поднимались посткризисные продажи.

Если в 2000 г. всей мебели было выпущено более чем на 13 млрд. рублей, то только за первый квартал 2001 года - уже на 4 млрд. Всего в 2001 году отечественная промышленность произвела мебели на сумму 21,6 млрд. руб. (~3,2% от общего мирового объема производства мебели), которая, естественно, была реализована в торговой сети.

После 2001 года производство отечественной мебели продолжало развиваться, хотя и не столь бурными темпами. По мнению аналитиков, в 2001 началась стабилизация рынка мебели: рост производства составлял 1-2%, а рост продаж составляет - 12% (за счет увеличения доли импорта).

За первые 6 месяцев 2002 года отечественная мебельная промышленность сохранила практически тот же темп развития, что и за аналогичный период 2001 года: примерно 10% в сопоставимых ценах. Однако прирост объемов импортной мебели 2002 году, по данным Госкомстата РФ составил чуть больше 29%, а по таким категориям, как мебель для спален, столовые и гостиные гарнитуры - 65,3% к уровню прошлого года.

По мнению экспертов Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, для обеспечения нормальной конкуренции и успешного развития мебельной отрасли необходимо, чтобы доля отечественной мебели на внутреннем рынке составляла около 75%.

Во второй половине 2002 года производство мебели начало сокращаться. Этот процесс продолжается и в настоящее время. Как свидетельствуют последние данные Госкомстата, в 1 квартале 2003 года по сравнению с тем же периодом прошлого года на 5,8% меньше изготовлено шкафов, на 2,6% - столов, на 6,4% - стульев, на 9,0% - диван-кроватьей. Производство деревянных кроватьей увеличилось на 9,8%.

Более 80% всей отечественной мебели выпускается на крупных предприятиях, работающих уже в течение десятилетий. Имеющие значительные производственные площади и развитую инфраструктуру, но ориентированные на выпуск больших объемов серийной продукции, они сегодня испытывают значительные трудности с ее сбытом.

Сформировавшаяся в годы плановой экономики система специализации и концентрации производства оказалась неприспособленной к работе в условиях жесткой конкуренции. Отсутствие на большинстве предприятий современного оборудования и новейших технологий, эффективных материалов, фурнитуры и комплектующих компонентов, во многом определяющих внешний вид и потребительские свойства мебели, длительное время не позволяло освоить выпуск конкурентоспособной мебели.

Загрузка производственных мощностей на мебельных предприятиях РФ не превышает 40%. За время реформ доля мебели в общем объеме продукции лесопромышленного комплекса сократилась с 25 до 15%. В структуре затрат резко увеличились расходы на электроэнергию, топливо, транспортировку сырья, материалов и готовой продукции. Даже на успешно работающих предприятиях рентабельность не превышает 10-15%, в то время как в 1990 году она составляла 25-30%.

Одновременно возникло много малых производств, способных быстро приспосабливаться к меняющимся требованиям рынка, которые уверенно заняли свою нишу на российском мебельном рынке. Доля продукции этих предприятий в общем объеме производства отечественной мебели составляет около 10%.

В настоящее время мебель в стране выпускают свыше 3,5 тыс. предприятий; из них 554 крупных и средних, которые производят 80% продукции.

В структуре мебельного производства выделяются два крупных региона, где сосредоточено большое количество мебельных предприятий: Москва и Московская область (более 27,6% выпуска мебели в стране), Санкт-Петербург и Ленинградская область (6,6%).

Развитие отрасли сдерживает то, что на многих крупных и средних предприятиях износ основных фондов составляет 70 - 80%. Более 40% используемого оборудования имеет срок службы свыше 20 лет. Вследствие этого даже на успешно работающих комбинатах по сравнению с зарубежными фирмами производительность труда низкая (наивысшие показатели у производителей офисной и кухонной мебели).

Наиболее тревожное положение сложилось в производстве плит, которое без серьезной реконструкции заводов не сможет в ближайшем будущем обеспечивать мебельщиков своей продукцией. Сегодня для предприятий, стремящихся выпускать конкурентоспособную мебель, качественные показатели используемых плит становятся приоритетными при выборе поставщиков.

До настоящего времени не получили развития производства древесноволокнистых плит средней плотности, бумажно-слоистых пластиков, полимерных пленок. 85% этих материалов закупается за рубежом.

Лакокрасочная промышленность не производит в необходимых объемах полиуретановых лаков и эмалей. Ассортимент отечественных клеевых материалов для мебели заметно уступает зарубежному ассортименту.

График 1.12. Динамика объемов российского производства мебели, 1995 г. = 100%



График 1.12. показывает, что спад производства мебели не связан с кризисом 1998 года. Рынок мебели испытал бум еще до кризиса, в 1995-1996 годах. И даже если бы не было августа 1998 года, в 1999-2001 годах он бы уже не рос. С учетом того, что средний срок эксплуатации товаров длительного пользования в России составляет 6-8 лет, новый заметный рост спроса на этих рынках, вызванный заменой устаревших предметов, должен был бы начаться только в 2002-2004 годах. Можно предположить, что небольшой рост производства мебели в 200-2001 и стагнация рынка сегодня носят "поправочный характер", рынок возвращается к "объективной" траектории жизненного цикла.

Таким образом, стагнация мебельного производства в России имеет глубокие корни и несколько объясняющих факторов. Во-первых, только одна шестая часть производственных мебельных компаний являются крупными и средними предприятиями (550 из 3000). Такая пропорция приводит к тому, что только небольшая часть компаний способна выпускать корпусную мебель, спальные и гостиные гарнитуры и другую мебель, требующую наличия больших производственных площадей и технологических мощностей.

Во-вторых, на крупных и средних предприятиях основные фонды изношены на 80%, что приводит к низкому качеству продукции и низкой производительности труда.

В третьих, мебельная промышленность России очень неравномерно распределена по регионам. Треть всех предприятий сосредоточены в Москве и Петербурге. В северных регионах и в Приморье производство мебели практически отсутствует. Во времена Советского Союза, значительная часть мебельного производства располагалась в Прибалтике, на Украине и в Белоруссии. После распада СССР эти предприятия перестали принадлежать России.

В четвертых, период быстрого накопления капитала, который проходил в России в 1991-1998 годах привел к мебельному буму. Сформировавшийся слой обеспеченных людей быстро обзаводился недвижимостью и, как следствие, покупал новую мебель. К 1998 году возможности для быстрого накопления капитала существенно сократились, слой богатых людей не увеличивался в размерах. Т.е. к августовскому кризису сложилась следующая ситуация. Те, кто успел заработать первоначальный капитал, удовлетворили свою потребность в мебели, и перешли на потребление других товаров длительного пользования. Остальные пока еще не могли себе позволить приобретать мебель, у них были другие приоритеты. Поэтому, даже если бы не было бы кризиса, на мебельном рынке все равно наступил бы спад до 2003-2004 года. Однако кризис произошел. Одним из его последствий явился процесс импортозамещения, а, следовательно, роста производства, который закончился в 2002 году. После этого начался процесс стагнации российского рынка, который идет и в настоящее время. Так как жизненный средний цикл мебели, как товара длительного пользования составляет 6-8 лет, то можно ожидать, что в 2004-2005 годах спрос на мебель начнет повышаться, что будет способствовать, в частности, росту производства мебели.

Тенденции мебельного рынка.

Несмотря на то, что в настоящее время мебельная промышленность в России находится в состоянии стагнации, есть предпосылки ожидать изменения ситуации на данном рынке. Есть основания полагать, что в ближайшие годы спад производства прекратится и начнется развитие отечественного мебельного рынка.

Предпосылки для дальнейшего развития мебельного производства в России обусловлены высоким уровнем отложенного спроса. Ожидается, что изменение в положительную сторону общеэкономической ситуации вызовет оживление во всех сегментах мебельного рынка. Особенно это характерно для регионов с относительно высокой платежеспособностью населения и низким уровнем "среднедушевого" производства мебели (Западно-Сибирский район, Республика Татарстан, Республика Саха-Якутия, Дальневосточный и Центрально-Черноземный районы, Самарская область).

По мнению экспертов, емкость внутреннего рынка мебели на ближайшую перспективу в 6-8 раз превышает объемы ее нынешнего производства. Несмотря на сдачу позиций в объеме производства мебели в натуральном выражении, производство мебели в денежном выражении продолжает расти.

Дальнейшее развитие мебельного производства, прежде всего, должно базироваться на углублении технологической специализации предприятий и развитии кооперированных связей, в том числе и с ведущими зарубежными фирмами. Такое сотрудничество позволит, при сокращении издержек производства, обеспечить высокий уровень качественных показателей, и в целом окажет положительное влияние на повышение конкурентоспособности отечественной мебельной продукции.

Необходимость внесения корректив в организацию производственной и сбытовой политики многих предприятий подтверждается еще и тем, что доля продаж импортной мебели на отечественном рынке постоянно увеличивается. Следовательно, объяснять уменьшение доли отечественной мебели снижением покупательной способности населения не возможно.

Таблица 2. Сравнительные данные Госкомстата о производстве мебели за первый квартал 2003 года.

АССОРТИМЕНТ	Статотчет за первый квартал 2003 года				Справочный статотчет за 1 кв. 2002г., тыс. шт.
	Произведено в 1 кв. 2003 года, тыс. шт.	Произведено в 1 кв. 2002 году, тыс. шт.	+ , - 2002 год к 2001 году, тыс. шт.	%%, 2003 год к 2002 году	
Столы (включая детские)	926,9	941,9	-15,0	98,4	879,4
Стулья (включая детские)	774,8	913,3	-138,5	84,8	821,9
Кресла	104,2	102,3	+1,9	101,9	79,7
Шкафы	677,7	722,7	- 45,0	93,8	663,6
Диваны, тахты, кушетки	37,2	35,7	+1,5	104,2	16,9
Диван-кровати	44,0	51,2	-7,2	85,9	36,6
Кровати деревянные	148,8	146,0	+2,8	101,9	136,6

Ситуация на мебельном рынке остается для производителей довольно сложной. Продолжая тенденцию прошлого года, увеличивается объем импорта, и вместе с тем, изменяется структура спроса. Потребители отдают предпочтение встроенной мебели, что повлекло падение производства шкафов на 6,2 %. "Стенки" становятся менее популярны. Отечественные столы, стулья и диван-кровати так же сдали позиции, поскольку не выдерживают конкуренции с иностранными аналогами.

По итогам работы в первом квартале 2003 г. можно отметить:

- усиление тенденции на сокращение выпуска стульев. Основная причина этого - в отставании большинства отечественных предприятий, специализирующихся на выпуске стульев, в дизайне и качестве продукции, от зарубежных аналогов;
- как и в целом за 2002 год, продолжал уменьшаться выпуск шкафов, что объясняется снижением спроса на наборы мебели типа "стенка", при этом производство кроватей деревянных увеличивалось, что объясняется устойчивым спросом на мебель для спален;
- по группе столов и позициям мягкой мебели существенных изменений не произошло, поэтому можно говорить о примерной сбалансированности рынка.

Снижение заказов в первом квартале 2003 года на конструкционные материалы со стороны мебельных компаний в первую очередь отразилось на результатах работы плитной промышленности, которая продолжает работать на уровне первого квартала 2002 года; в то же время производство фанеры клееной развивалось динамично, и связано это с тем, что фанерная промышленность мало зависит от изменения конъюнктуры на внутреннем рынке, так как в значительной степени сориентирована на экспортные поставки. В производстве пиломатериалов существенных изменений не произошло, что свидетельствует о сбалансированности внутреннего рынка.

В 2002 году сохранилась тенденция роста импорта, который составил около 504 млн. долларов. Суммарная емкость рынка мебели в России в 2002 году в итоге превысила 1225 млн. долларов. Признанными лидерами Российской мебельной промышленности остаются "МИАСС мебель" и "Шатура".

Таким образом, на мебельном рынке России действует одновременно несколько процессов:

- Идет спад производства.
- Увеличивается доля импорта.
- Ухудшается состояние технической базы российской мебельной промышленности.
- Падает производство плит, необходимых для выпуска отечественной мебели.
- Растет спрос на мебель. Емкость рынка в 6 раз превышает объемы производства.
- Растет объем строительства жилья, что повлечет за собой еще больший спрос на мебель.

Действие этих процессов влечет за собой следующие тенденции:

- Основная конкуренция на рынке идет не между российскими предприятиями, а между импортными и российскими компаниями.
- Российский мебельный рынок не брендovan. Единственный российский бренд – это Шатура и в ближайшее время появления новых брендов не ожидается.
- Основу российского производства составляет мягкая мебель, так как ее производство не требует сложного технологического оборудования. И эта тенденция будет продолжаться в ближайшие годы.
- На некоторых сегментах рынка (например, производство стульев, шкафов, гарнитуров) российская мебель настолько не конкурентоспособна по сравнению с импортной мебелью, что российская мебель на этих сегментах практически вытеснена с рынка.
- Рост благосостояния населения и рост потребности в мебели приведет к большей востребованности на импортную мебель. Российская мебель, в большинстве своем, не может удовлетворить запросы потребителей по дизайну и качеству.

Емкость рынка.

Рынок мебели России представлен более, чем 3 тысячами производственных предприятий. Национальная значимость отрасли определяется ее вкладом в экономику России - это более 10% продукции лесопромышленного комплекса.

По оценкам экспертов рынка, в 2002 в России было произведено мебели более чем на 839 млн. долларов, из которых порядка 14% ушло на экспорт. Тем не менее, в натуральном выражении по всем ассортиментным позициям в 2002 году по сравнению с 2001 годом произошло уменьшение объемов производства в среднем на 9%.

Оценить реальный объем импортной мебели достаточно трудно - цифры Государственного таможенного комитета существенно отличаются от цифр стран-экспортеров.

Согласно расчетам, полученным на основе отчетных данных Госкомстата России (заведомо заниженная оценка), годовой объем потребления мебели на одного жителя в России составляет 8-10 долл. США. В США и Западной Европе аналогичный показатель равен 130 - 260 долл. США, в частности в Германии - 258 долл. США. Таким образом, потребление мебели россиянами в валютном исчислении по сравнению с жителями развитых стран в десятки раз меньше. Однако указанное обстоятельство не свидетельствует об аскетизме российских граждан, а лишь отражает сложившиеся за десятилетие их экономические возможности. Низкая покупательская способность потенциальных потребителей была и продолжает оставаться одним из основных сдерживающих факторов развития мебельного рынка России.

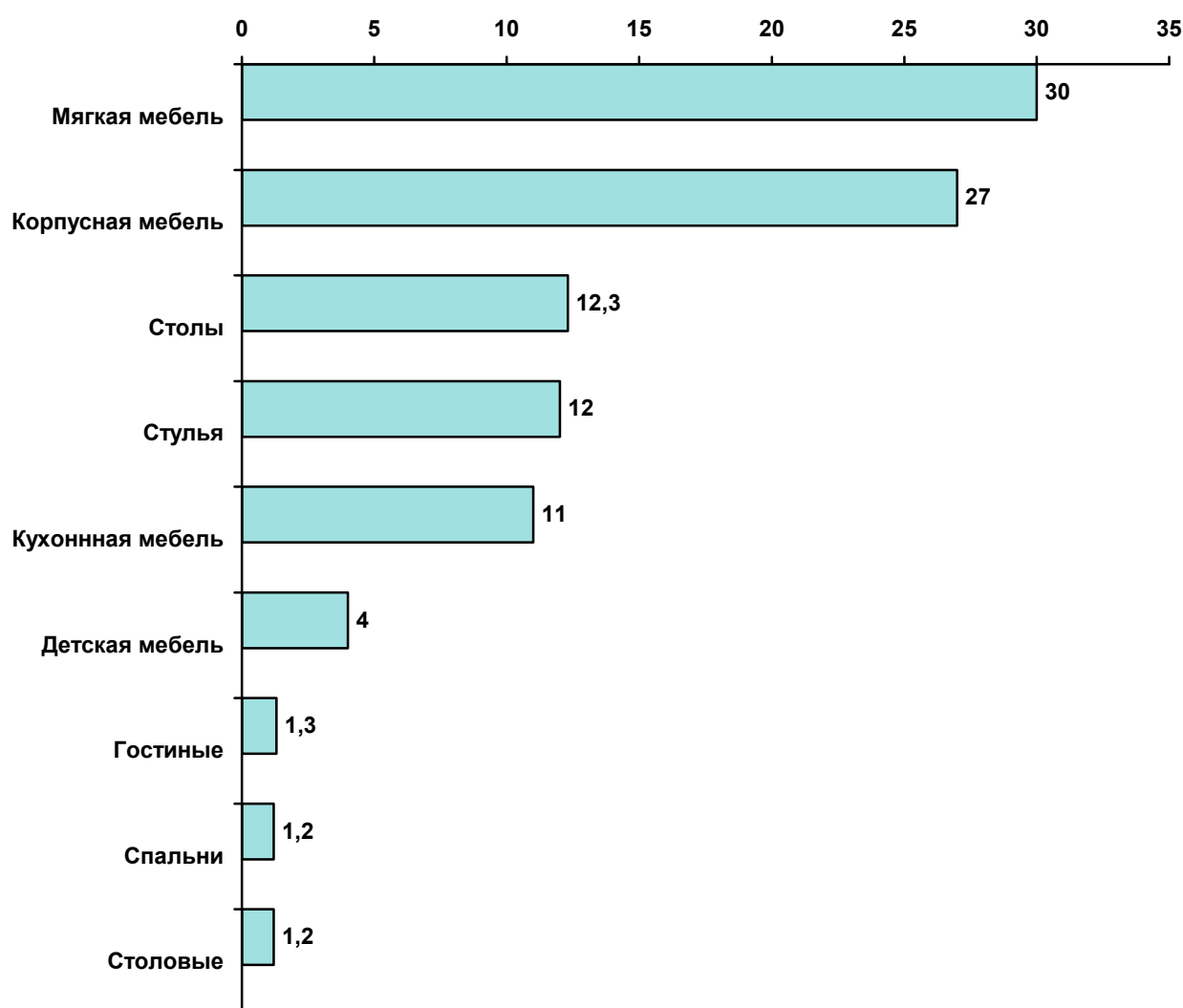
Развитие в стране рынка недвижимости сопровождается ростом спроса потребителей на высококачественную мебель. При этом ощущается заметный дефицит мебели для среднего класса, которая по качеству, дизайну и уровню комфортности отличалась бы от обезличенной продукции массового производства. Однако большинство экспертов полагают, что, в отличие от других, этот рынок близок к состоянию насыщения, особенно в верхнем ценовом сегменте, то есть рынок элитной мебели практически заполнен.

Рынок мебели оценивается официально в 1,5-2 млрд. долларов, однако маркетинговые исследования, посвященные изучению потребления, в том числе и потребления среднего класса, показывают, что на самом деле объем рынка составляет 4-5 млрд. долларов.

Если данные, полученные по исследованиям верны, то потенциальная емкость мебельного рынка России составляет 25-30 млрд. долларов. Таким образом, российский мебельный рынок очень перспективен и для российских производителей, и для импортеров мебели.

Глава 2. Структура предложения.

График 2. Структура предложения на российском рынке по типу мебели.

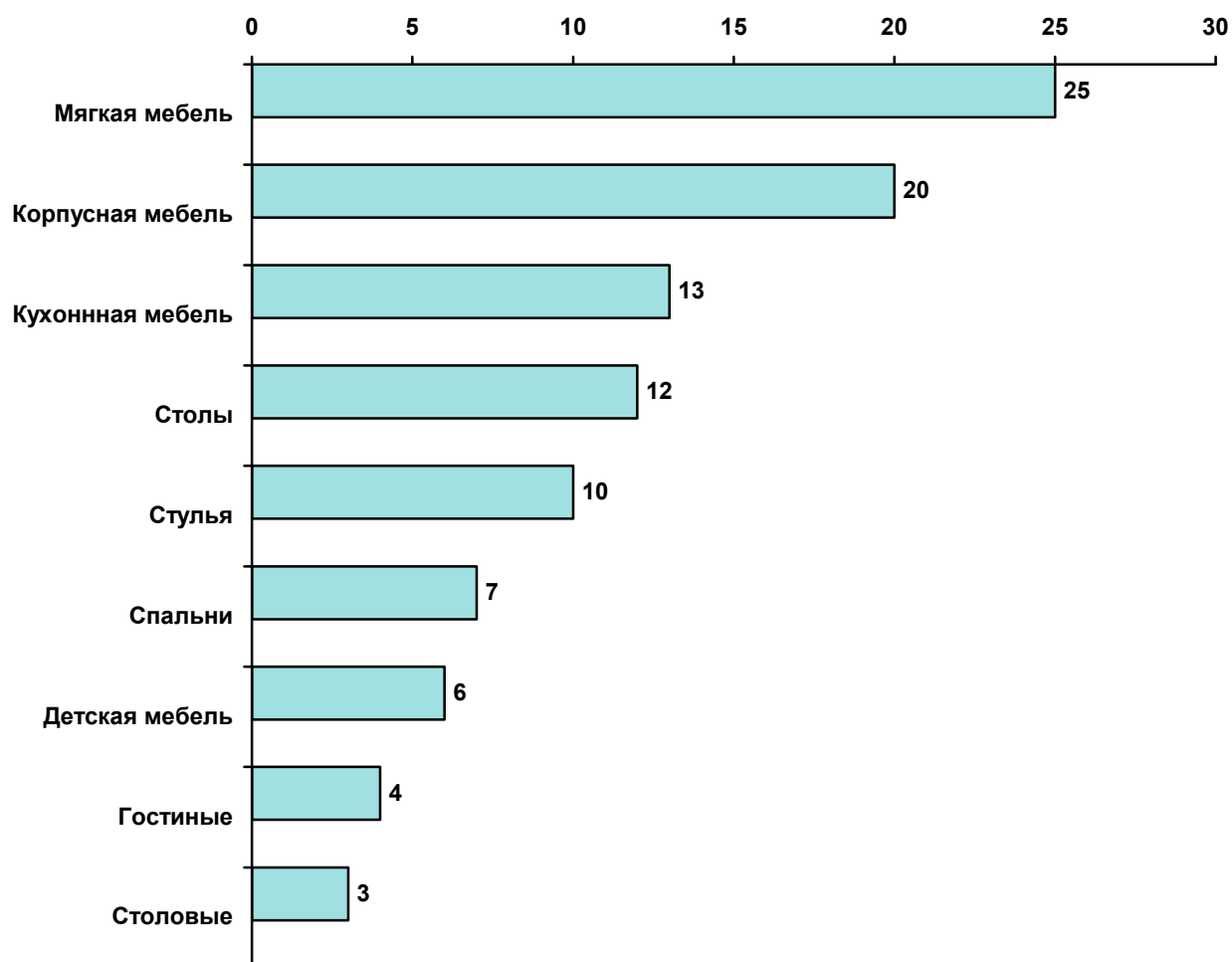


На графике 2 показаны типы мебели, которые представлены на российском рынке. Из него видно, что на российском рынке в целом, наиболее хорошо представлена мягкая и корпусная мебель. Причем, и мягкая и корпусная мебель представлена на рынке одинаково (около 30%).

Структура предложения во многом объясняется спросом на разные типы мебели. Меньше всего на российском рынке гарнитуров (столовых, спальных и гостиных), а также детской мебели. Гарнитуры пользуются низким спросом на рынке из-за их высокой цены. На российском рынке практически отсутствуют гарнитуры отечественного производства, так как это высокотехнологичное производство, которое не может обеспечить большинство российских производителей.

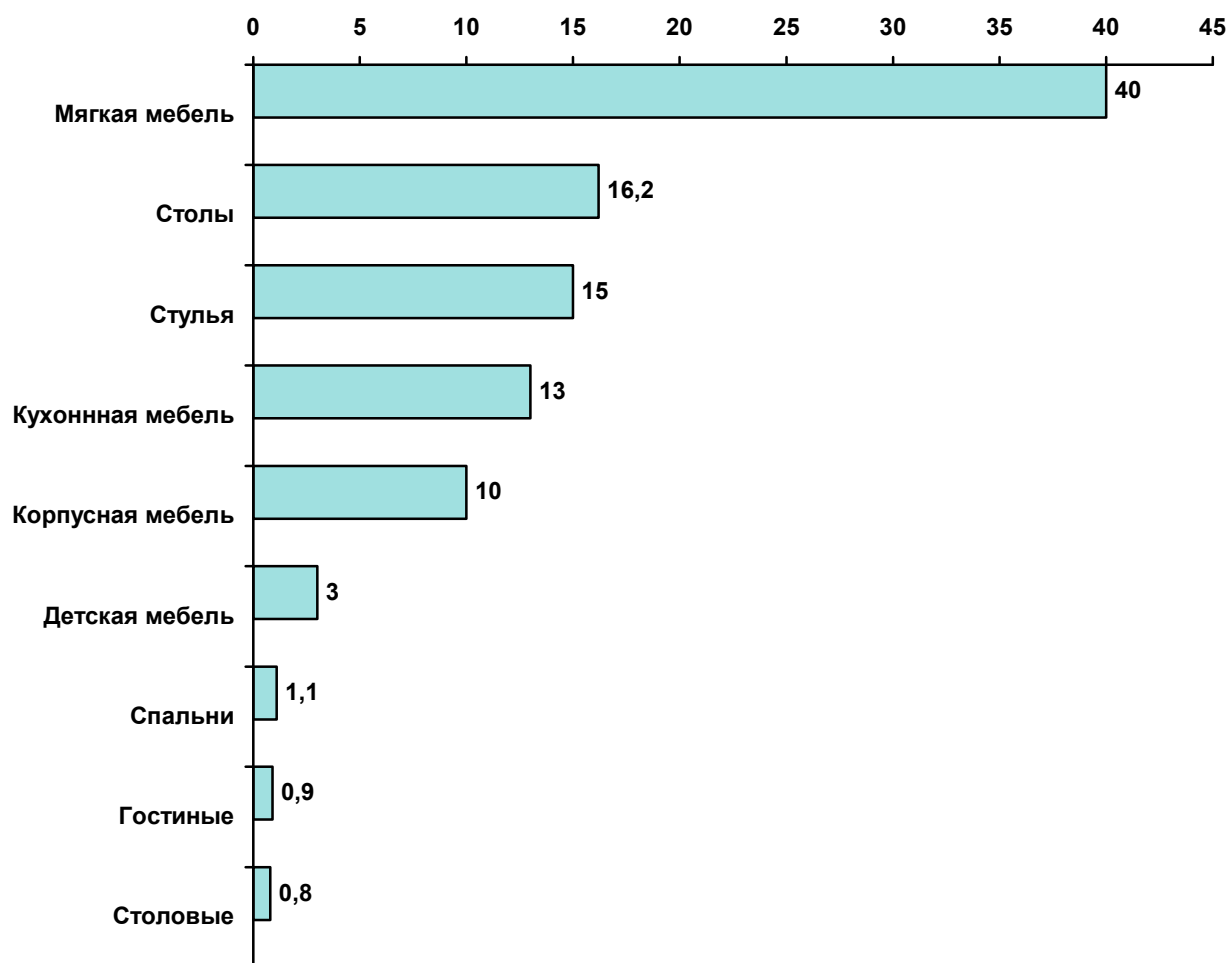
Низкий спрос на детскую мебель скорее объясняется особенностями потребительского поведения в России.

График 2.1. Структура предложения импортной мебели на российском рынке.



В целом, структура предложения импортной мебели пропорционально совпадает со структурой предложения мебели на российском рынке в целом. Однако в предложении импортной мебели в несколько раз больше гарнитуров и детской мебели. Это еще раз подтверждает, что данный тип мебели в основном представлен на российском рынке импортной мебелью.

График 2.2. Структура предложения отечественной мебели.



Лучше всего на российском рынке представлена мягкая мебель. Такая ситуация объясняется тем, что большая часть российских компаний, производящих мебель представляют собой небольшие, плохо оснащенные фирмы, основным ассортиментом, которых является мягкая мебель. Производство мягкой мебели не требует сложного оборудования, поэтому ее производства может себе позволить даже совсем небольшая компания.

Производство корпусной и кухонной мебели требует не только сложного технологического оборудования, но и дорогостоящих материалов, и фурнитуры, которая в основном, поставляется из-за рубежа. В связи с этим, производство корпусной мебели нерентабельно для мелких компаний, следовательно, и представленность данных типов мебели на рынке значительно ниже.

График 2.3. Структура предложения мягкой импортной мебели.

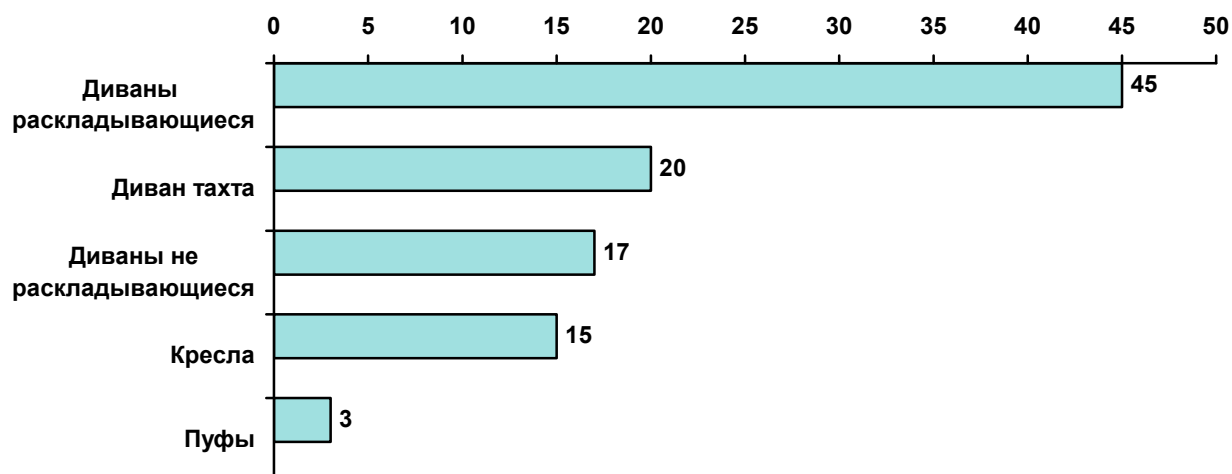


График 2.4. Структура предложения отечественной мягкой мебели.

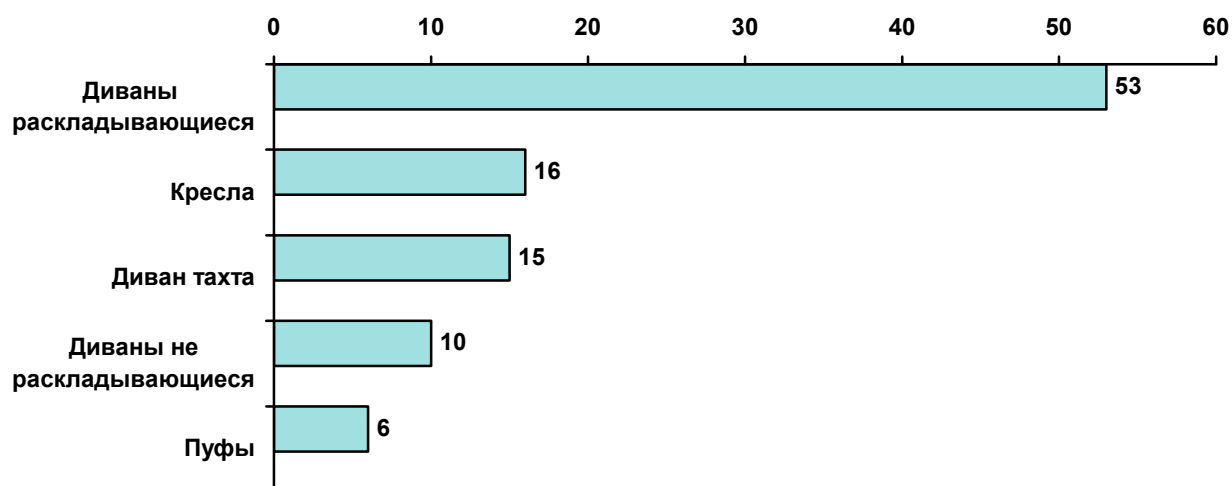


График 2.3. и график 2.4. показывают, что ассортимент мягкой мебели импортного совпадает с ассортиментом мебели отечественного производства. Данные исследования показывают, что в настоящее время мягкая мебель пользуется самым большим спросом на российском рынке. Во-первых, этот тип мебели наиболее доступный по цене. Во-вторых, на рынке представлена мягкая мебель разного качества и разного ценового уровня, поэтому потребители могут позволить себе менять мягкую мебель в соответствии с изменением своего материального положения. В третьих, мягкая мебель менее долговечная по сравнению с корпусной и кухонной, поэтому она требует более частой замены.

Самым представленным, а, следовательно, и самым востребованным, видом мягкой мебели являются раскладные диваны. Специфика российского потребления такова, что раскладные диваны используются вместо спальных гарнитуров, и вместо детских гарнитуров. Таким образом, раскладные диваны являются наиболее востребованным видом мебели.

График 2.5. Структура предложения импортной корпусной мебели.

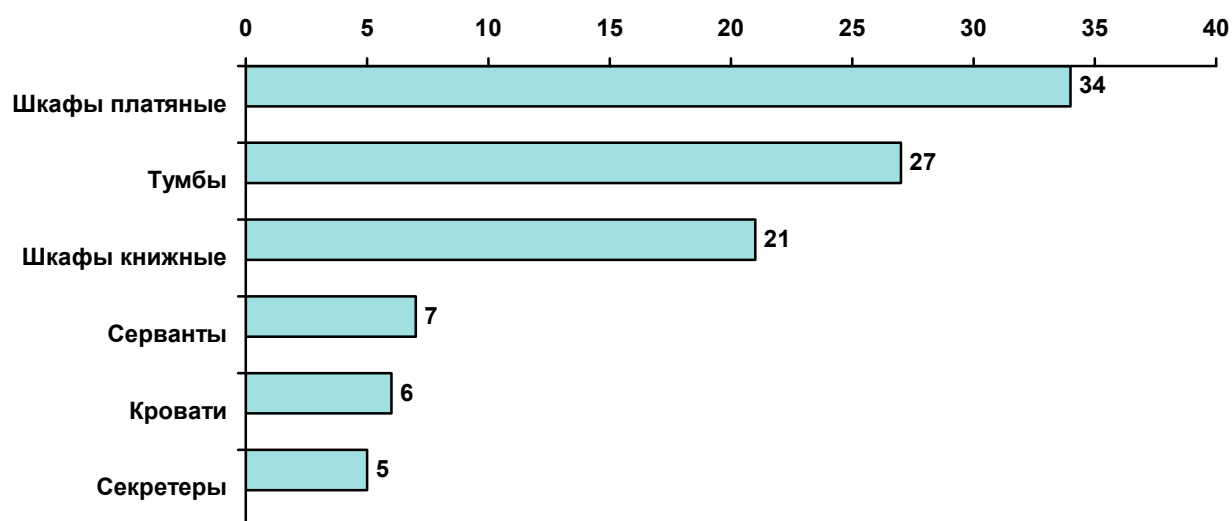
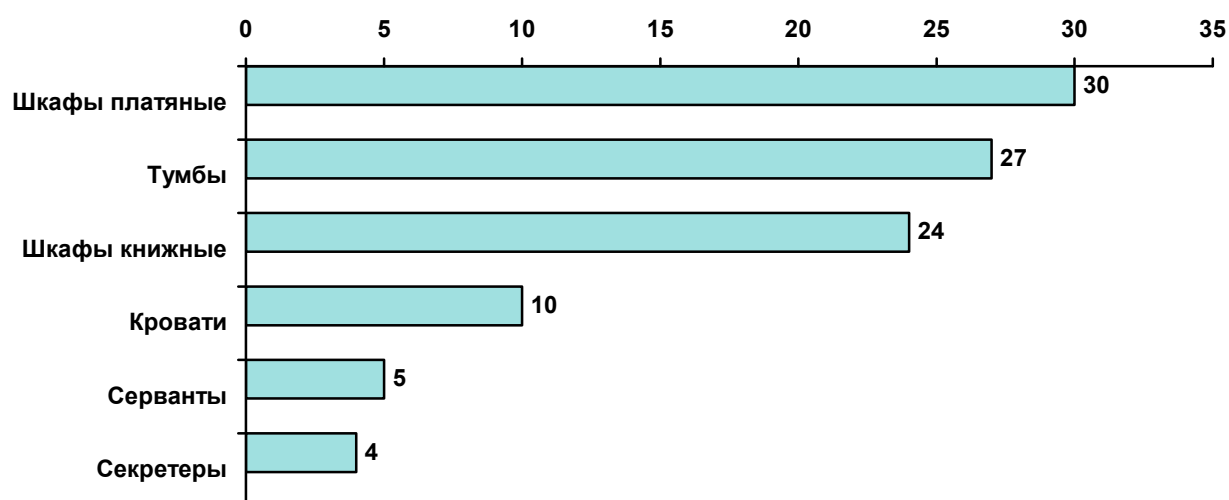


График 2.6. Структура предложения отечественной корпусной мебели.



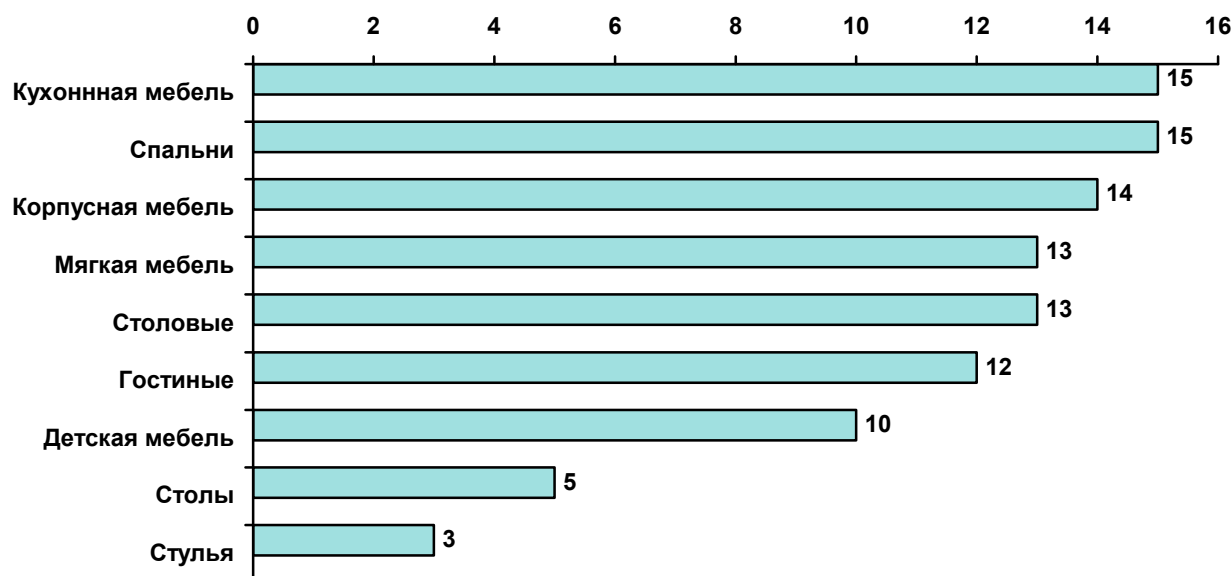
Анализ структуры предложения мебели на российском рынке показывает те сегменты, которые наиболее привлекательны для импортеров мебели. К таким сегментам относятся: в корпусной мебели – шкафы-купе и стулья, в мягкой мебели – не раскладывающиеся диваны и кресла, а также, детская мебель, спальня и гостиная гарнитуры.

Именно на этих сегментах российская мебель имеет самые уязвимые позиции. На этих сегментах российская мебель либо плохо представлена, либо она значительно уступает импортным аналогам по соотношению цена/качество.

Региональные особенности.

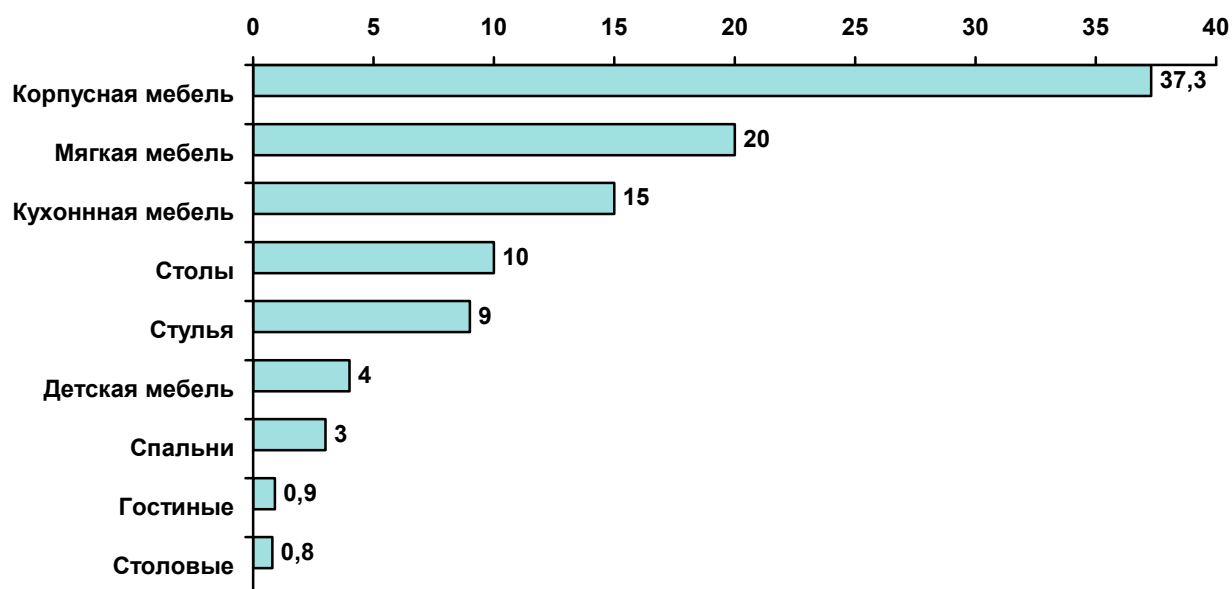
Москва.

График 2.7. Структура предложения импортной мебели на рынке в Москве.



Структура предложения импортной мебели на московском рынке отличается от структуры российского рынка в целом, и от структуры рынков в других регионах. Основное отличие состоит в том, что основные типы мебели представлены на рынке равномерно. Это говорит о том, что спрос на все типы мебели равноценный.

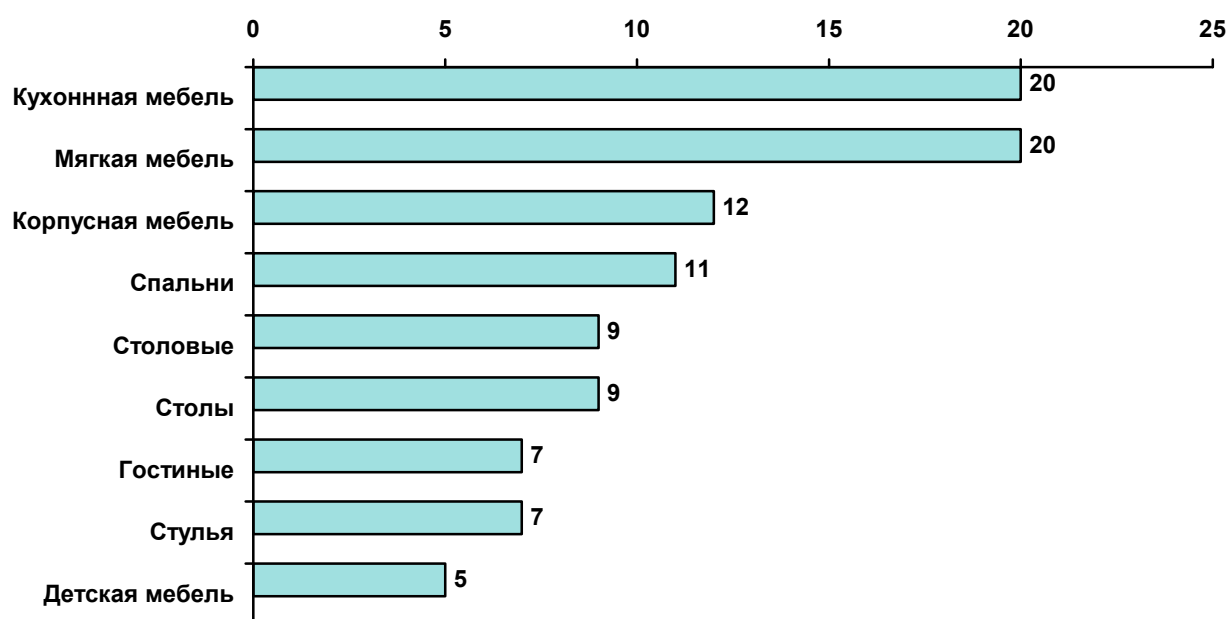
График 2.8. Структура предложения отечественной мебели на рынке в Москве.



Структура отечественной мебели также отличается и от российского рынка в целом, и от многих регионов. В Москве хорошо представлена корпусная отечественная мебель, чего нельзя сказать о региональных рынках. Можно предположить, что это результат работы компании Шатура, которая является лидером мебельного рынка России.

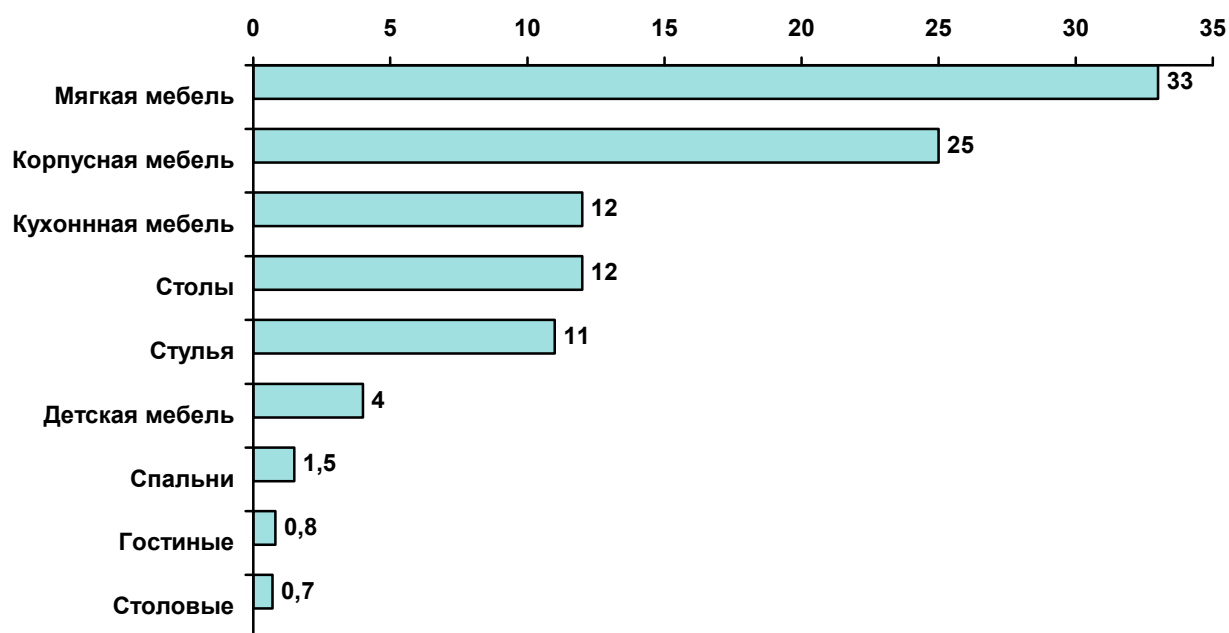
Санкт-Петербург.

График 2.9. Структура предложения импортной мебели на рынке Санкт-Петербурга.



Половину рынка импортной мебели в Петербурге составляют кухонная мебель, корпусная и мягкая мебель. Из представленных результатов можно сделать вывод, что импортная кухонная мебель пользуется в Петербурге хорошим спросом.

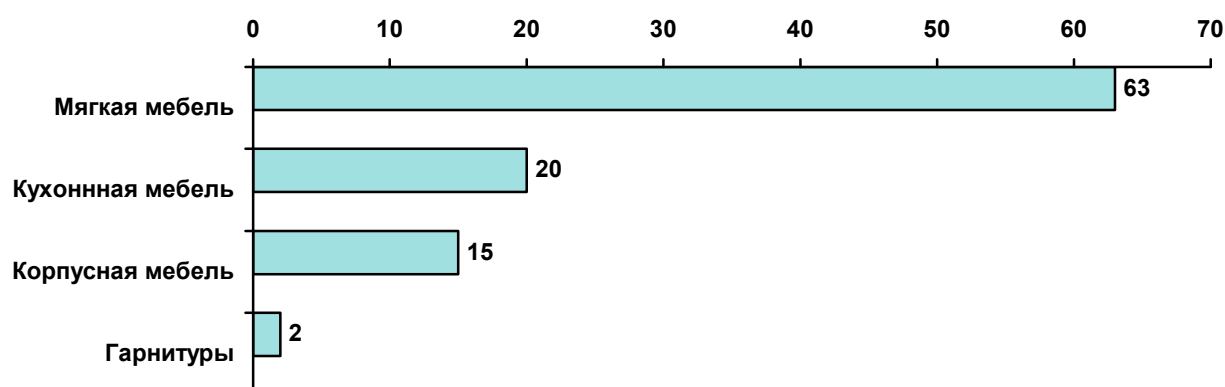
График 2.10. Структура предложения отечественной мебели на рынке Санкт-Петербурга.



Структура отечественной мебели на петербургском рынке мало отличается от структуры российского рынка.

Архангельск.

График 2.11. Структура предложения импортной мебели в Архангельске.



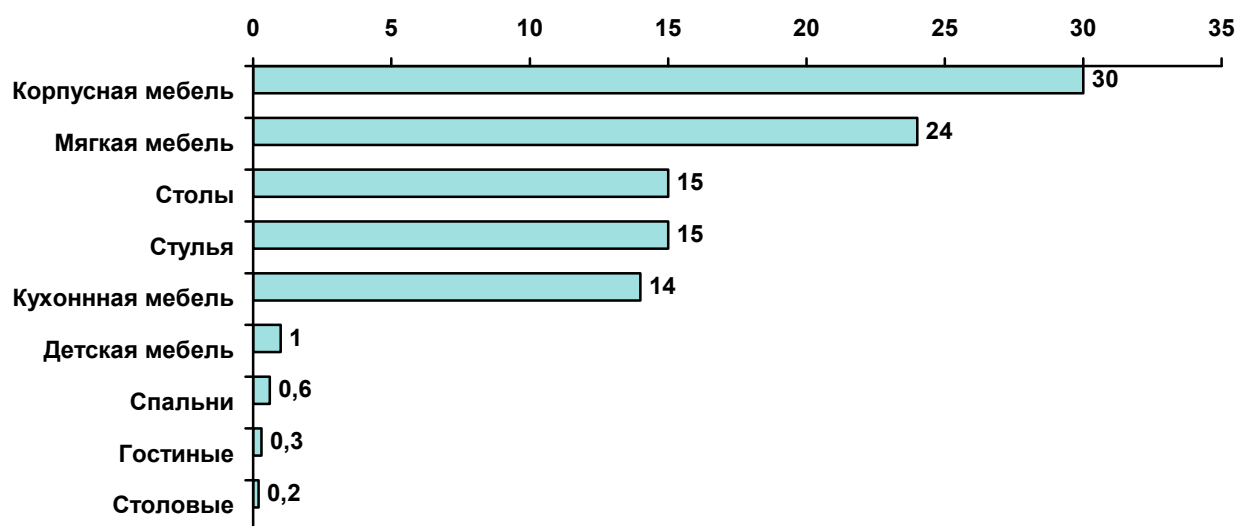
Импортная мебель в Архангельске занимает всего 10% рынка и представлена в основном мягкой мебелью. Этого говорит о том, что импортная мебель в Архангельске появилась относительно недавно. Выход на российский рынок, как правило, начинается с предложения мягкой мебели, как наиболее востребованного и относительно доступного вида мебели.

Опыт других регионов показывает, что после мягкой мебели на рынок приходит кухонная мебель. Это, в частности, объясняется особым отношением в России к кухням, и как следствие, желанием потребителей сделать кухню максимально комфортной.

После кухонной мебели наступает очередь спальных и гостиных гарнитуров, приобретение которых носит статусный характер, так как говорит о хорошем материальном достатке, наличии большой квартиры и т.д.

Таким образом, новым импортерам мебели, стремящимся попасть на архангельский рынок необходимо в первую очередь предлагать кухонную мебель и спальные гарнитуры.

График 2.12. Структура предложения отечественной мебели в Архангельске.



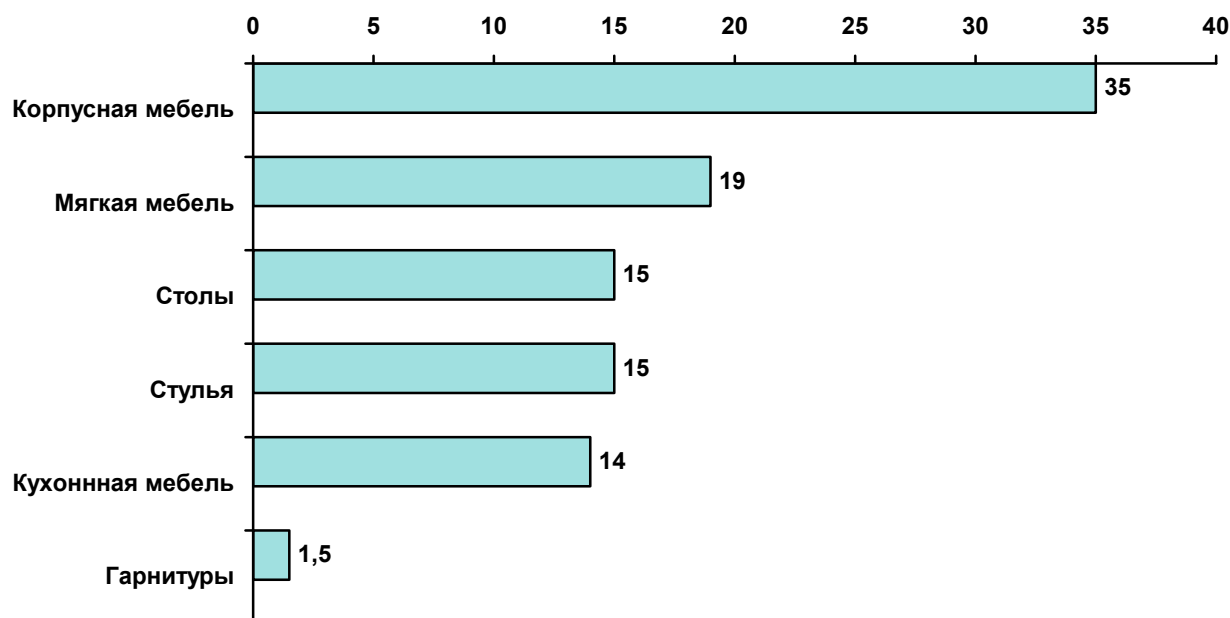
Мебельный рынок в Архангельске не отличается разнообразием. На нем плохо представлены основные типы мебели, как российской, так и импортной. Кроме того, рынок не отличается разнообразием представленных моделей. Каждый тип мебели присутствует на рынке несколькими моделями. Особенно это касается гарнитуров. Спальни, гостиные и столовые представлены в каждом из магазинов только одной моделью.

Мурманск.

По результатам исследования, импортная мебель в структуре предложения на рынке в Мурманске представлена одной компанией, предлагающей кухни производства Финляндии.

Отсутствие импортной мебели на рынке Мурманска можно объяснить его географическим положением, а также тем, что значительную часть населения Мурманска составляют военные, которые рассматривают свое пребывание в этом городе как временное.

График 2.13. Структура предложения отечественной мебели в Мурманске.



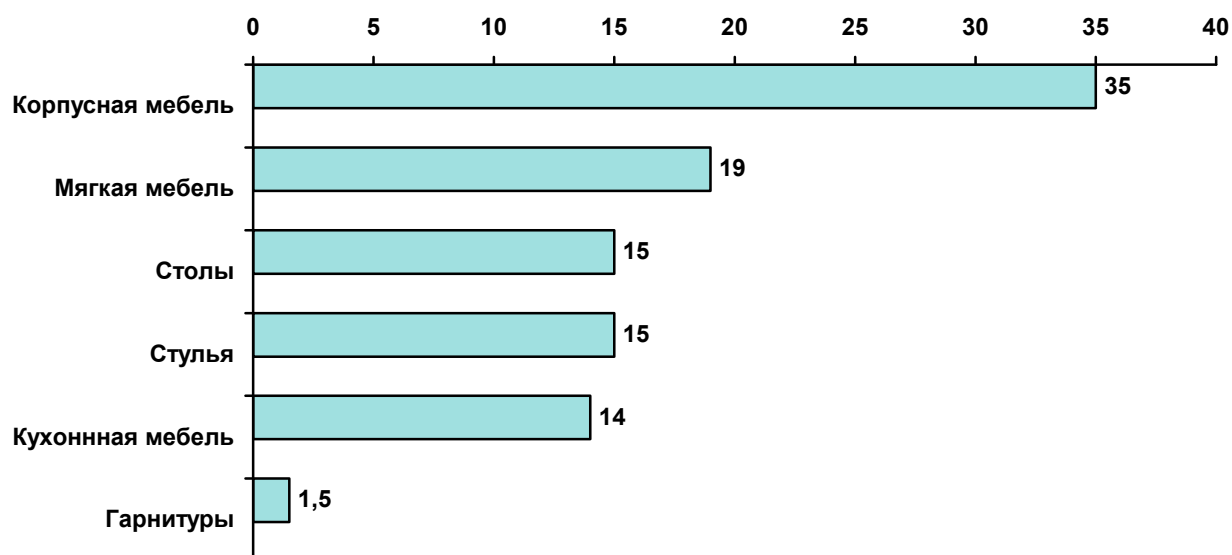
Структура отечественной мебели не очень разнообразна. Все типы мебели очень плохо представлены. В Мурманске, как и в других северных регионах, отсутствует крупное производство мебели. Мебель, представленная на рынке, как правило, произведена небольшими компаниями, которые не могут делать качественную разнообразную мебель.

Не смотря на плохую представленность в Мурманске мебели в целом, и импортной мебели в частности, этот регион не является привлекательным регионом для импортеров мебели. Удаленное географическое расположение, отсутствие инфраструктуры и экономическая ситуация в регионе делает этот регион не перспективным для выхода на него западных производителей мебели.

Сыктывкар.

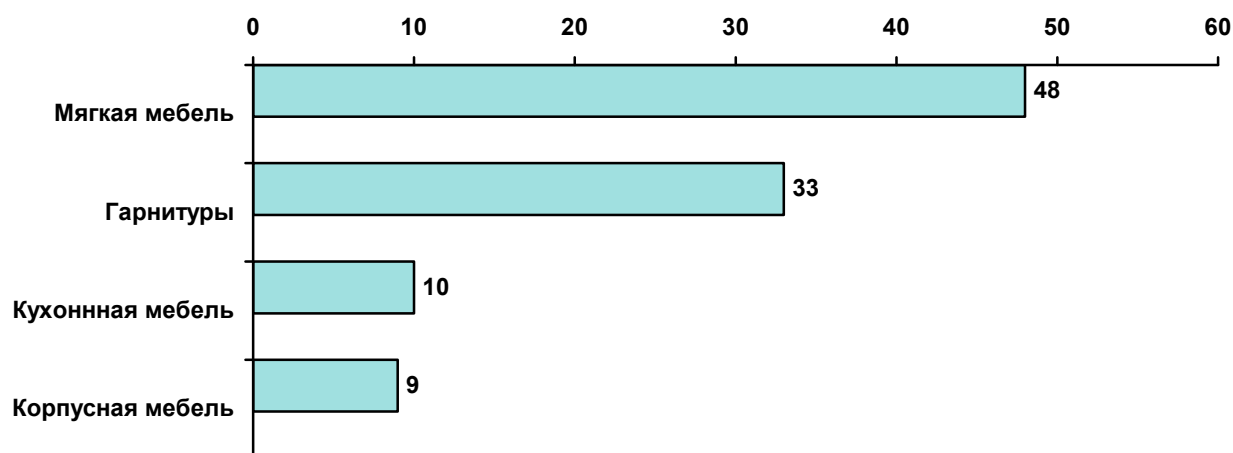
На рынке Сыктывкара импортная мебель не представлена.

График 2.14. Структура предложения отечественной мебели в Сыктывкаре.



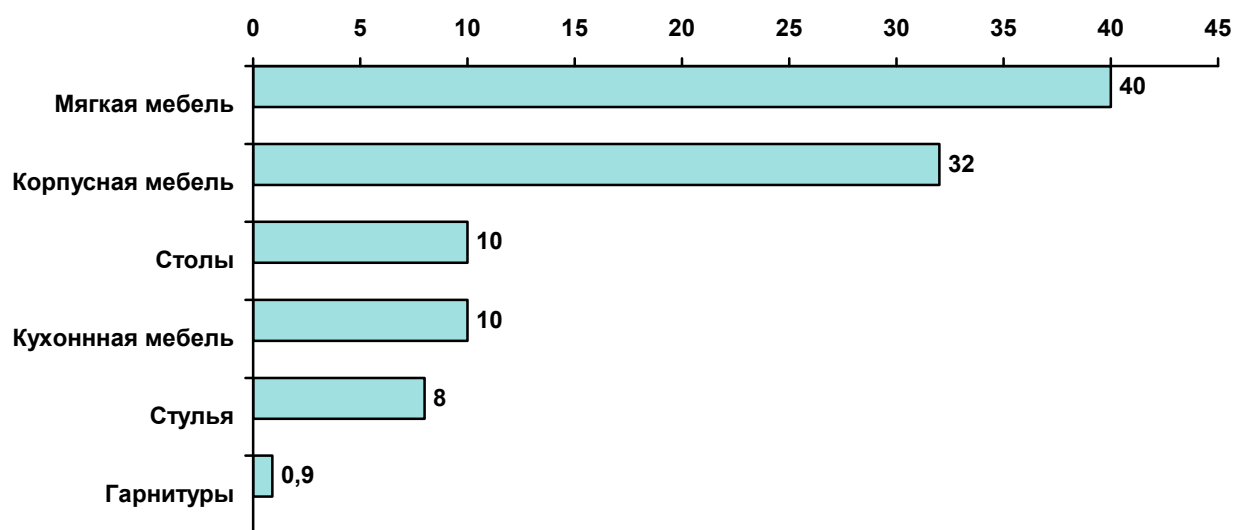
Петрозаводск.

График 2.15. Структура предложения импортной мебели в Петрозаводске.



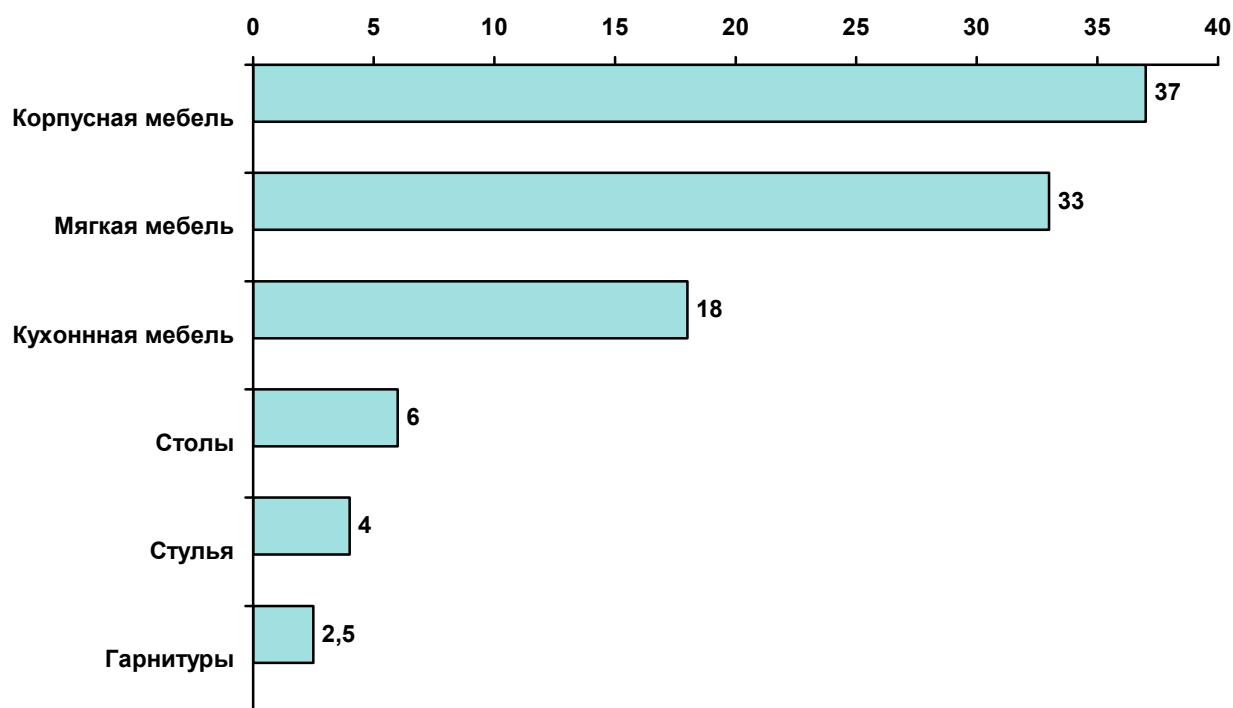
Представленность импортной мебели на рынке Петрозаводска не значительна. Только один оператор рынка поставляет на рынок импортную мебель. Таким образом, относительно хорошая представленность гарнитуров в Петрозаводске объясняется скорее небольшой представленностью моделей мебели в целом. Как и в других регионах, наиболее востребованной является мягкая мебель.

Карелия является дотационным регионом России, платежеспособность населения не очень высока, поэтому дорогостоящая импортная мебель не доступна большинству населения.

График 2.16. Структура предложения отечественной мебели в Петрозаводске.

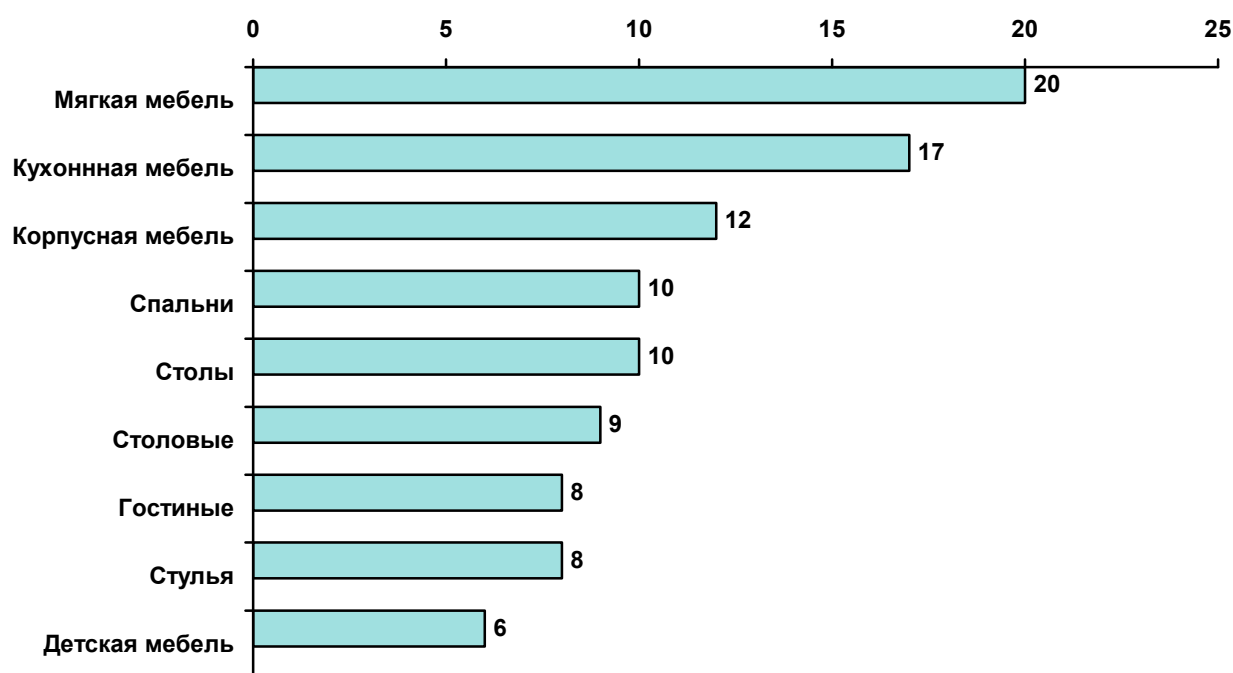
Новгород.

Импортная мебель на рынке Новгорода представлена мягкой мебелью из Белоруссии и корпусной мебелью из Польши. Общая представленность на рынке 5%.

График 2.17. Структура предложения отечественной мебели на рынке Новгорода.

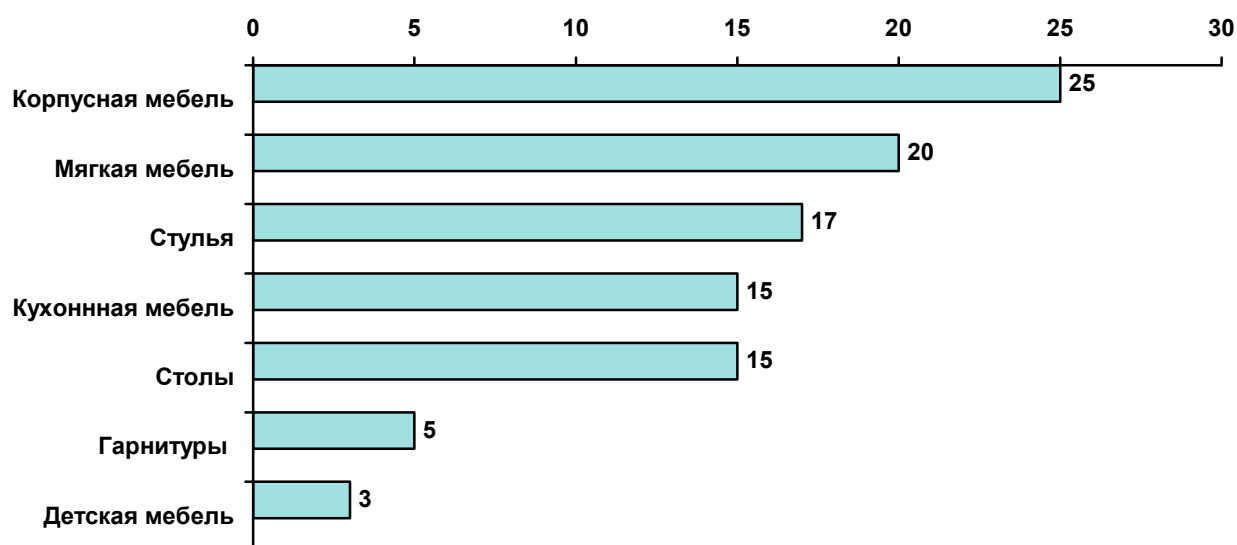
Самара.

График 2.18. Структура предложения импортной мебели на рынке Самары.



Самара является одним из наиболее «богатых» регионов России. Количество официальных миллионеров в Самаре превосходит аналогичный показатель в Петербурге. Результатом этого, в частности, является то, что импортная мебель хорошо представлена и хорошо востребована на самарском рынке. Структура предложения импортной мебели в Самаре аналогична предложению импортной мебели в Москве. Такая же ситуация на рынке характерна и для других регионов Поволжья и Юга России.

График 2.19. Структура предложения отечественной мебели на рынке Самары.



Нижний Новгород.

График 2.20. Структура предложения импортной мебели в Нижнем Новгороде.

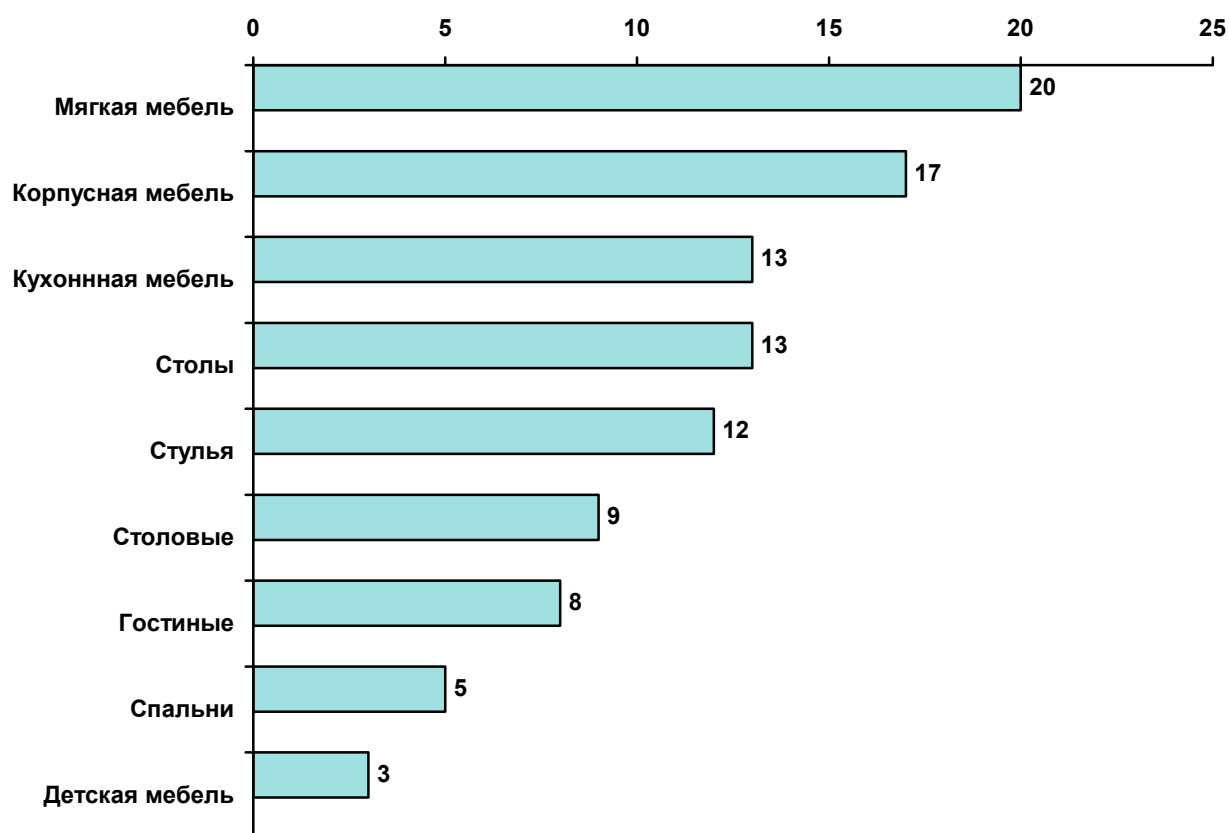
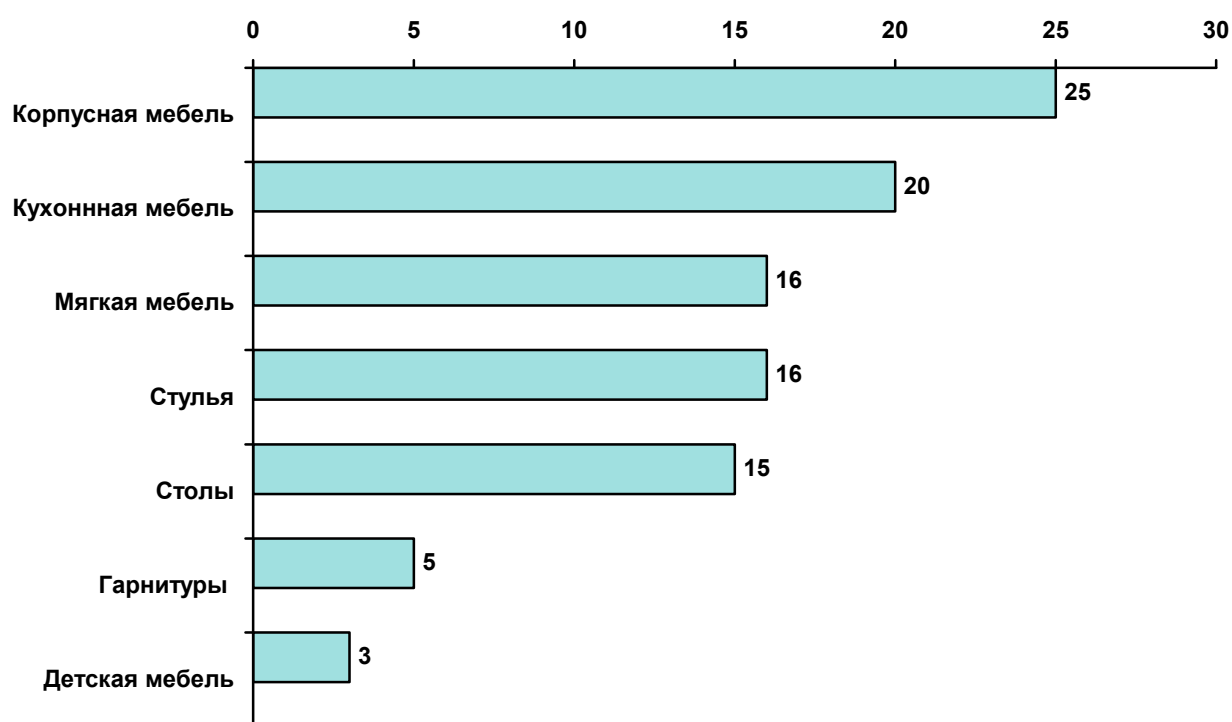


График 2.21. Структура предложения отечественной мебели в Нижнем Новгороде.



Ростов-на-Дону.

График 2.22. Структура предложения импортной мебели в Ростове-на-Дону.

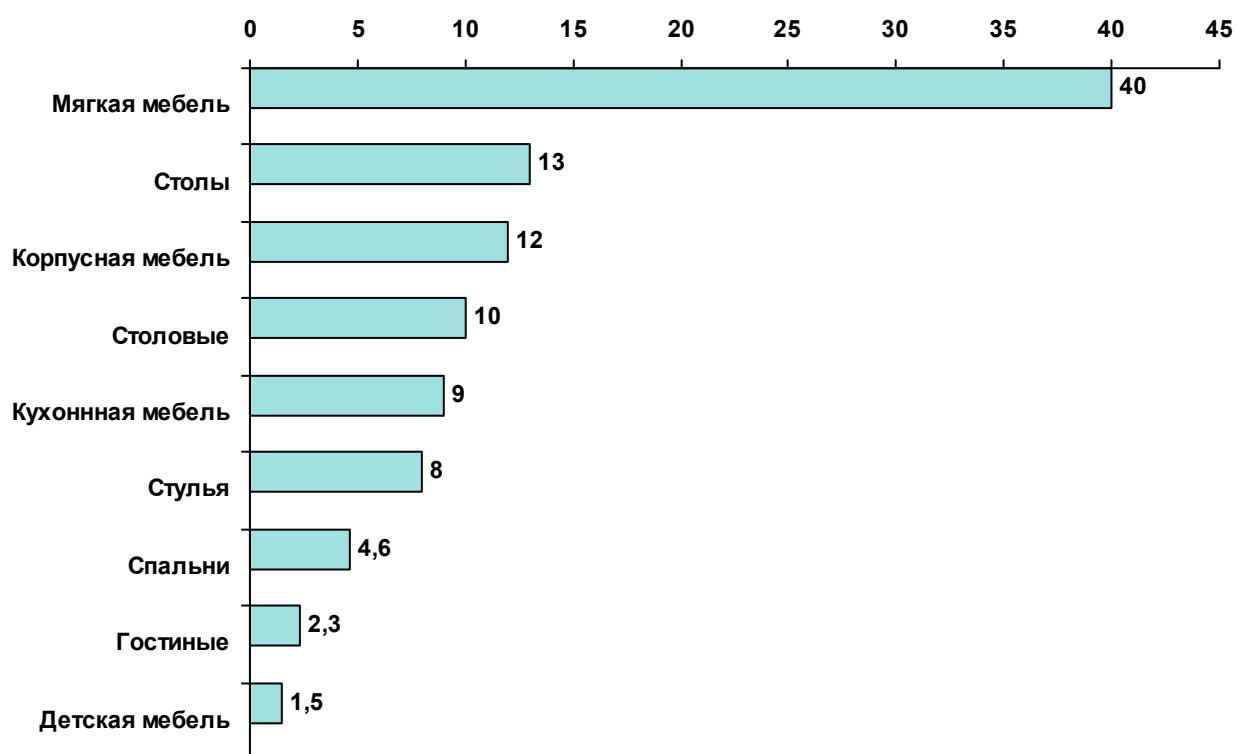
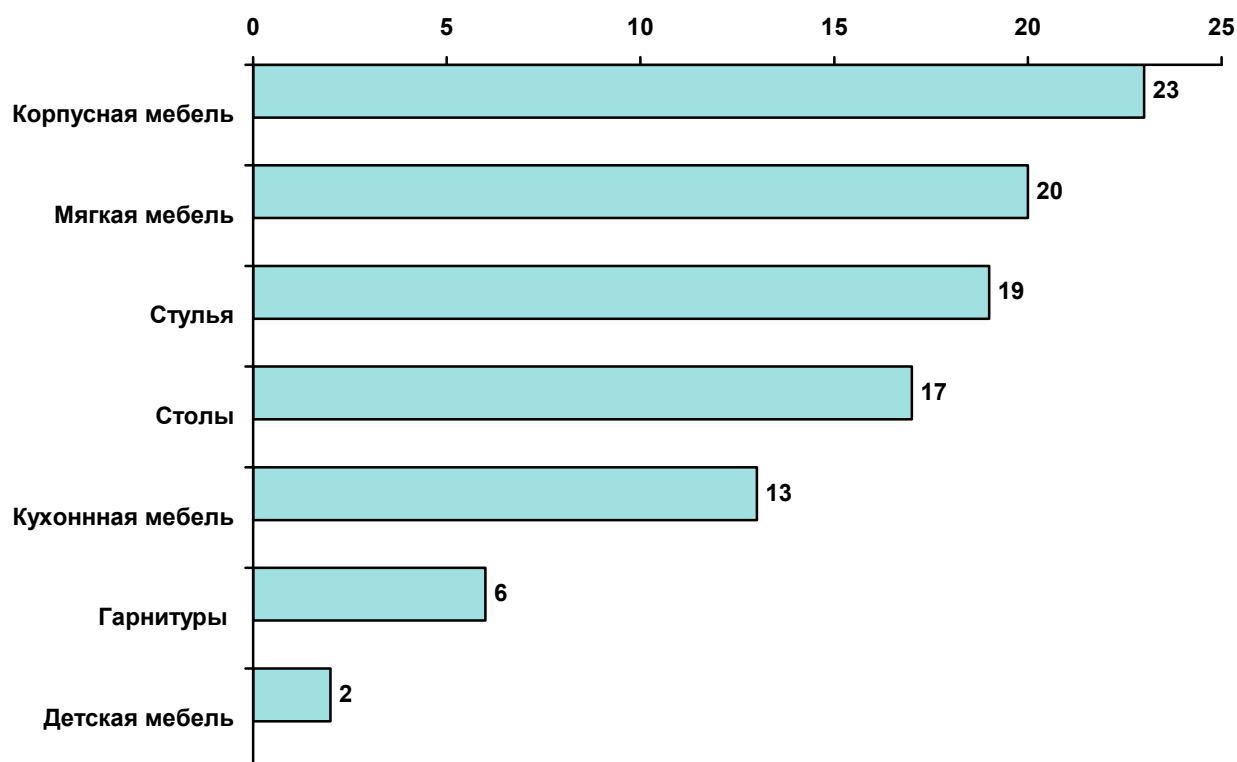


График 2.23. Структура предложения отечественной мебели в Ростове-на-Дону.



Екатеринбург.

График 2.24. Структура предложения импортной мебели в Екатеринбурге.

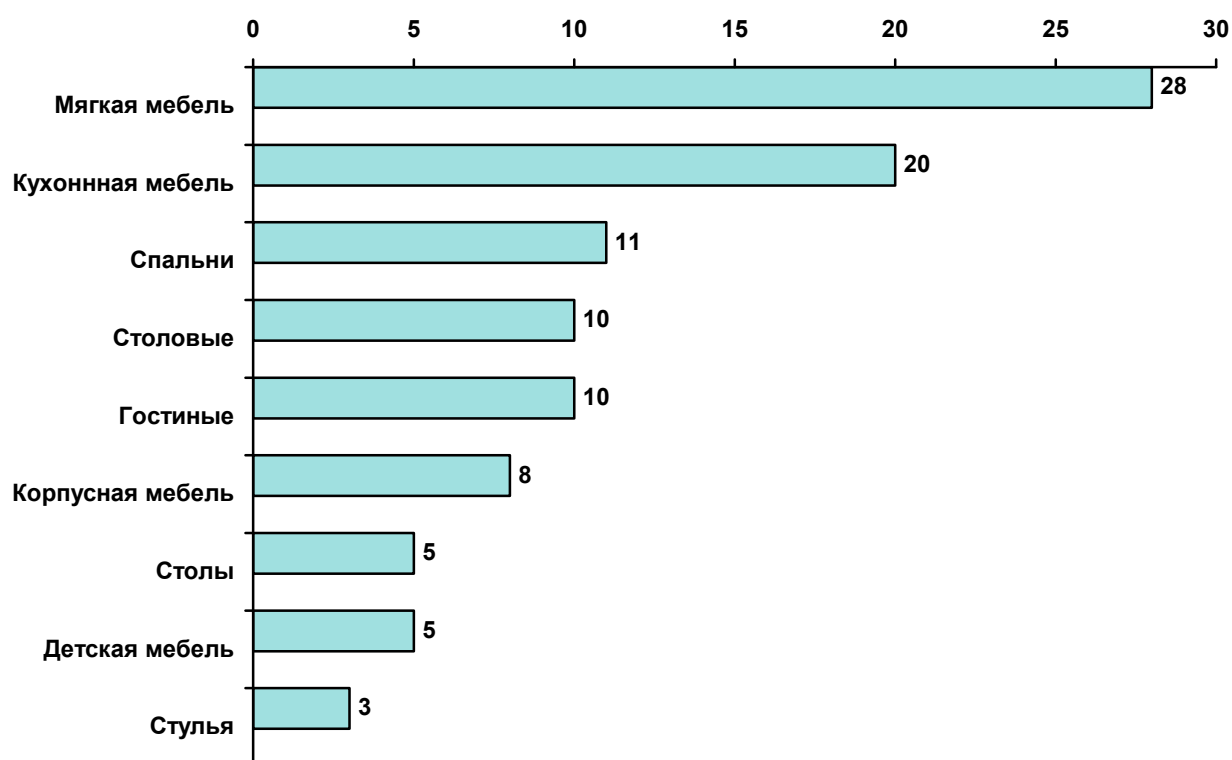
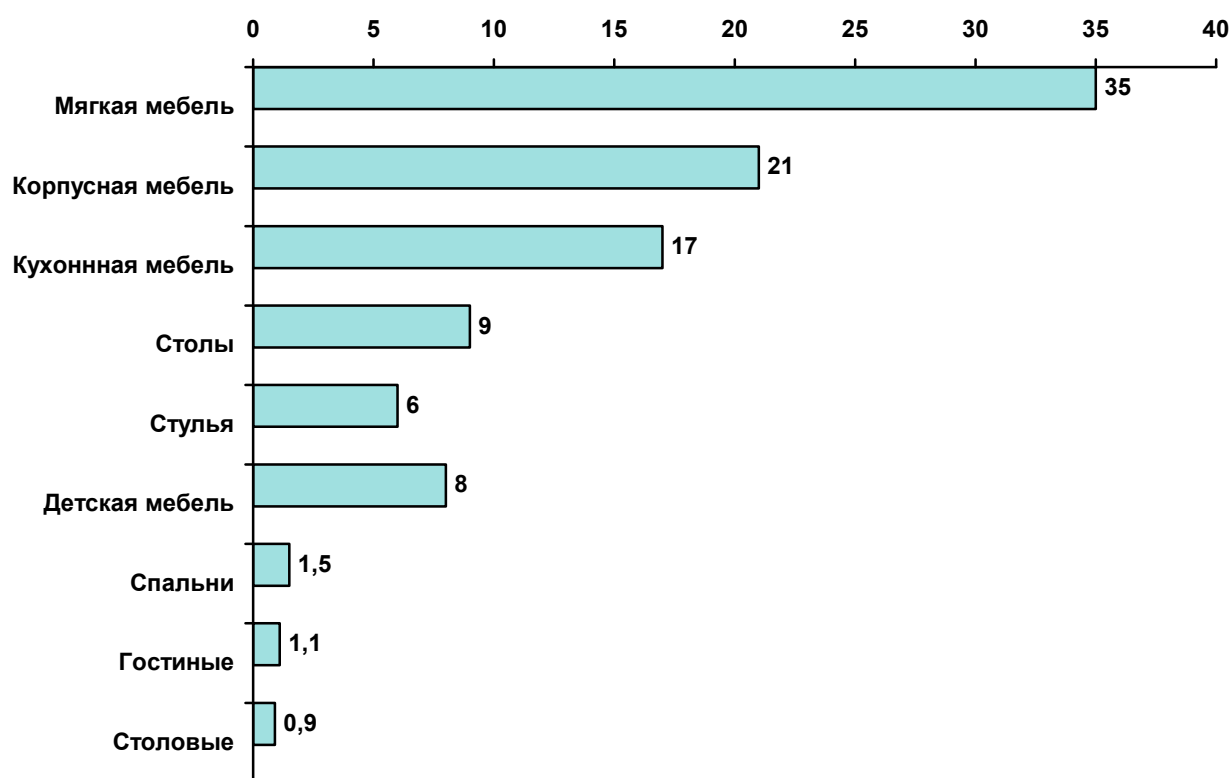
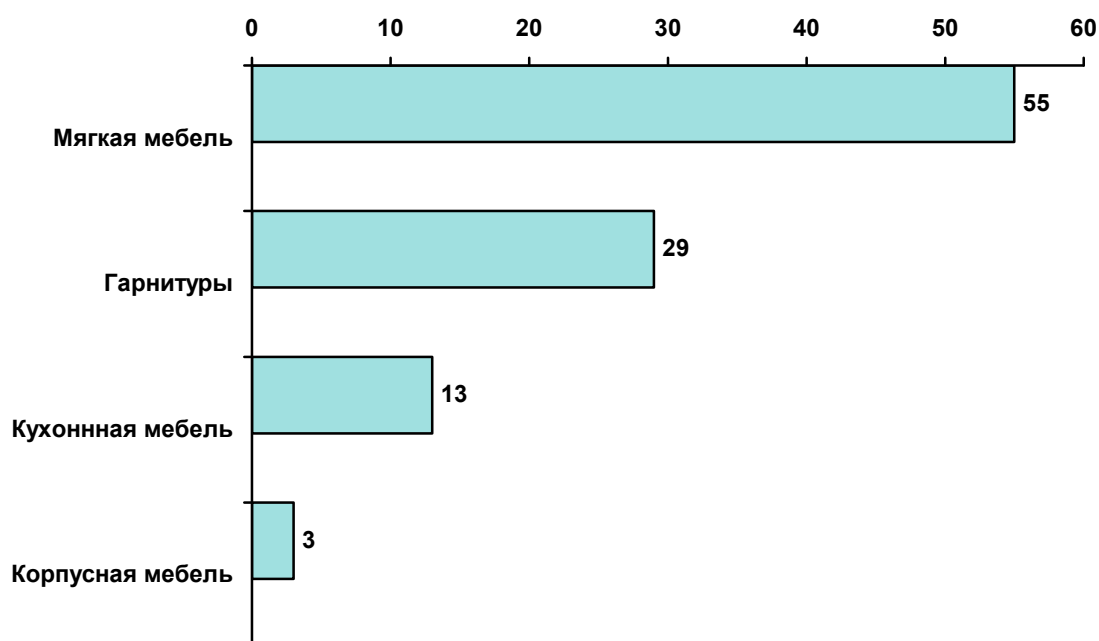


График 2.25. Структура предложения отечественной мебели в Екатеринбурге.



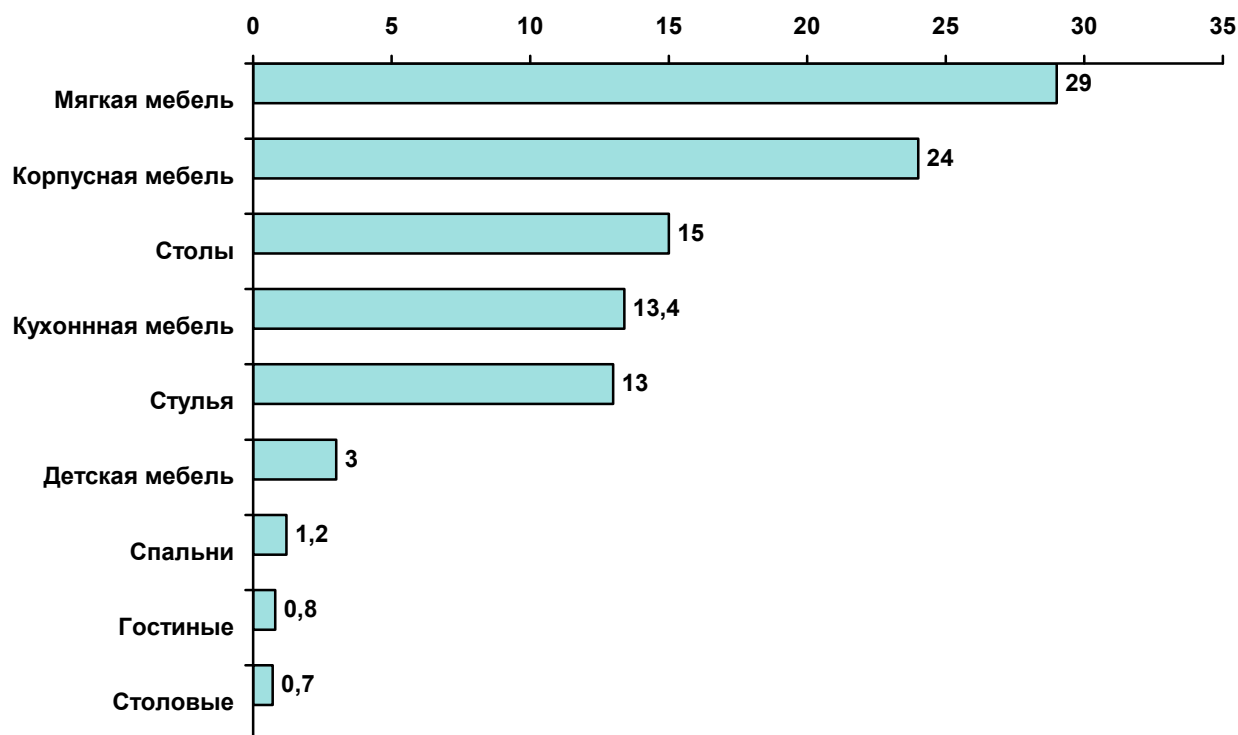
Новосибирск.

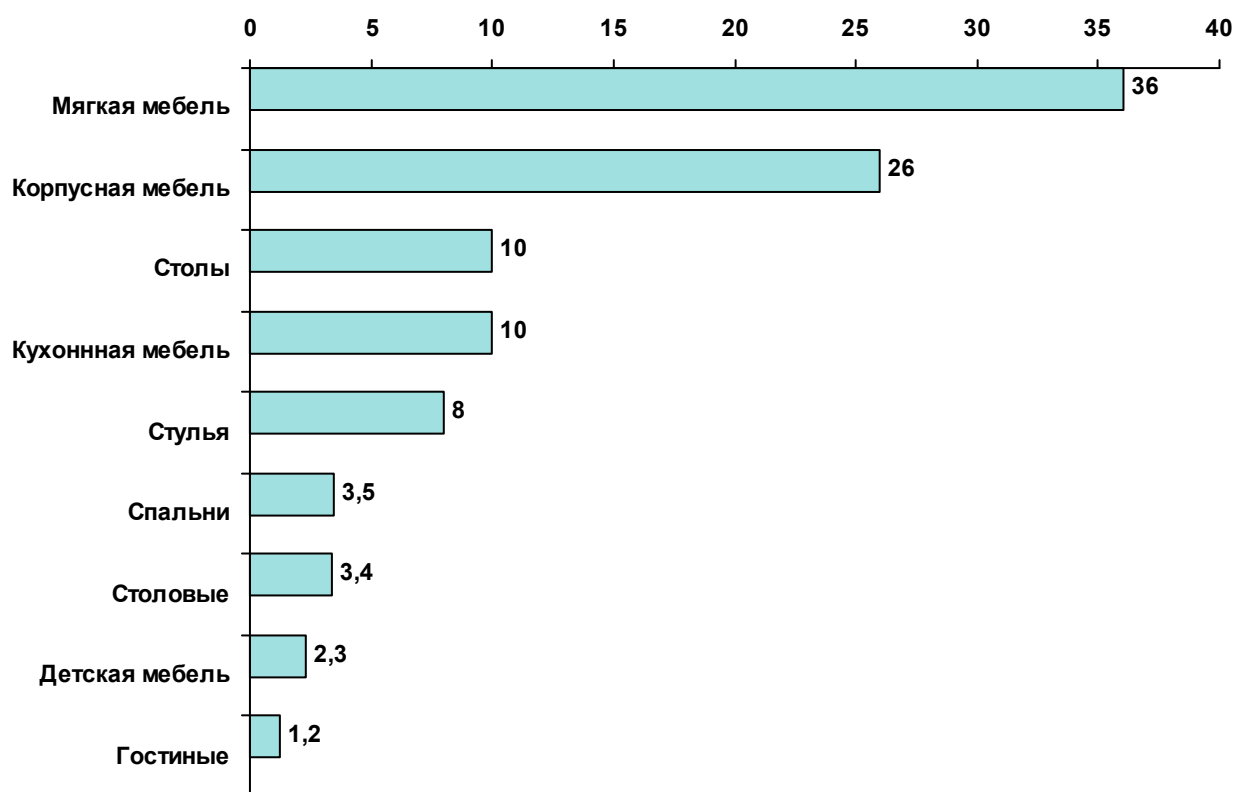
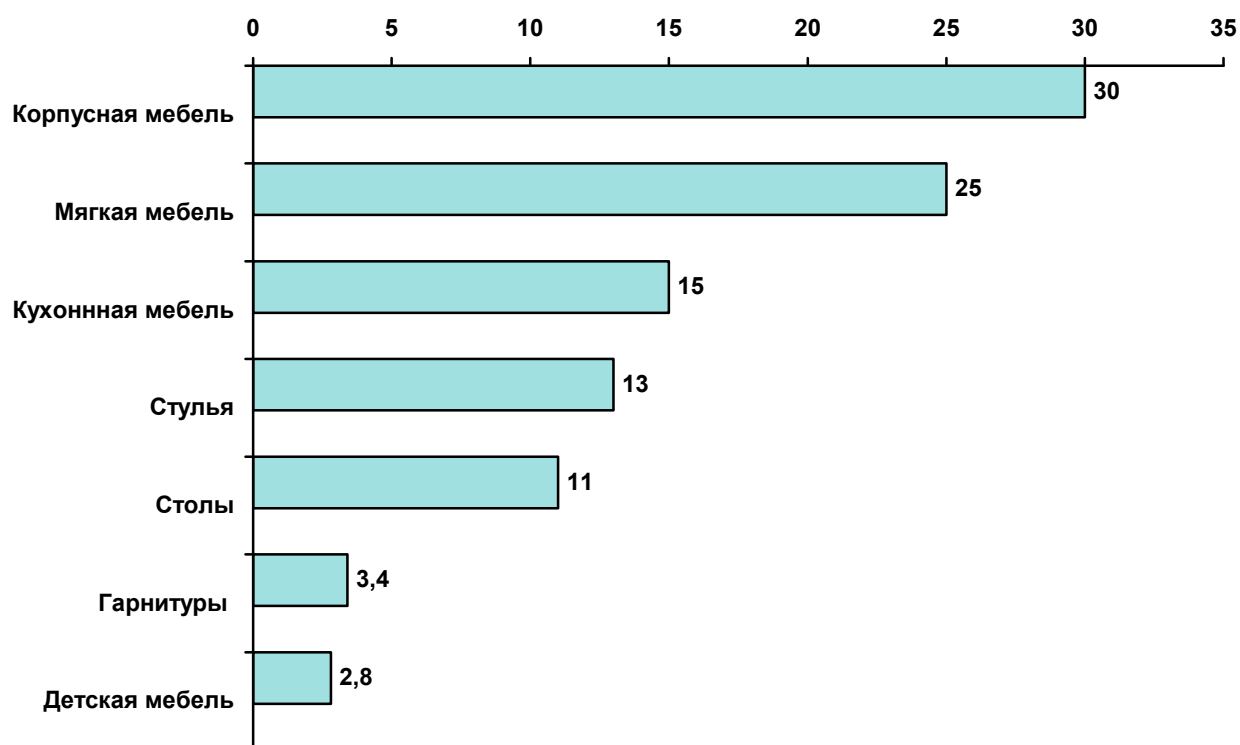
График 2.26. Структура предложения импортной мебели в Новосибирске.



На рынке Новосибирска есть некоторый перекоп в сторону мягкой мебели по сравнению с другими регионами Сибири, что говорит о низком уровне благосостояния населения и плохой развитии инфраструктуры мебельного рынка.

График 2.27. Структура предложения отечественной мебели в Новосибирске.



Иркутск.**График 2.28. Структура предложения импортной мебели в Иркутске.****График 2.29. Структура предложения отечественной мебели в Иркутске.**

Владивосток.

График 2.30. Структура предложения импортной мебели во Владивостоке.

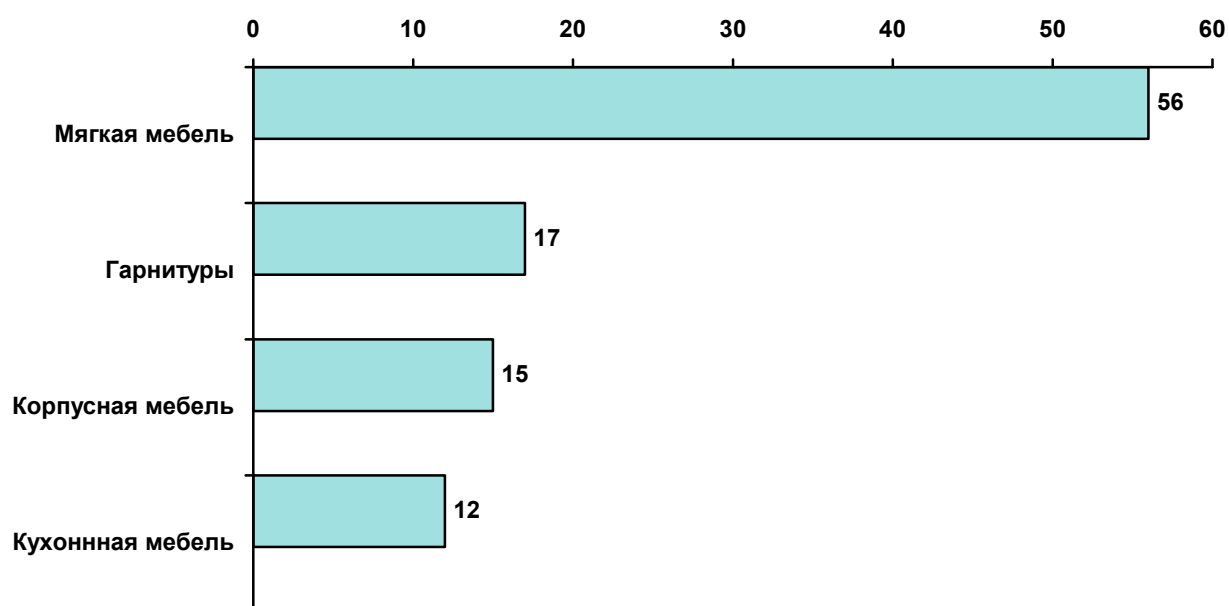
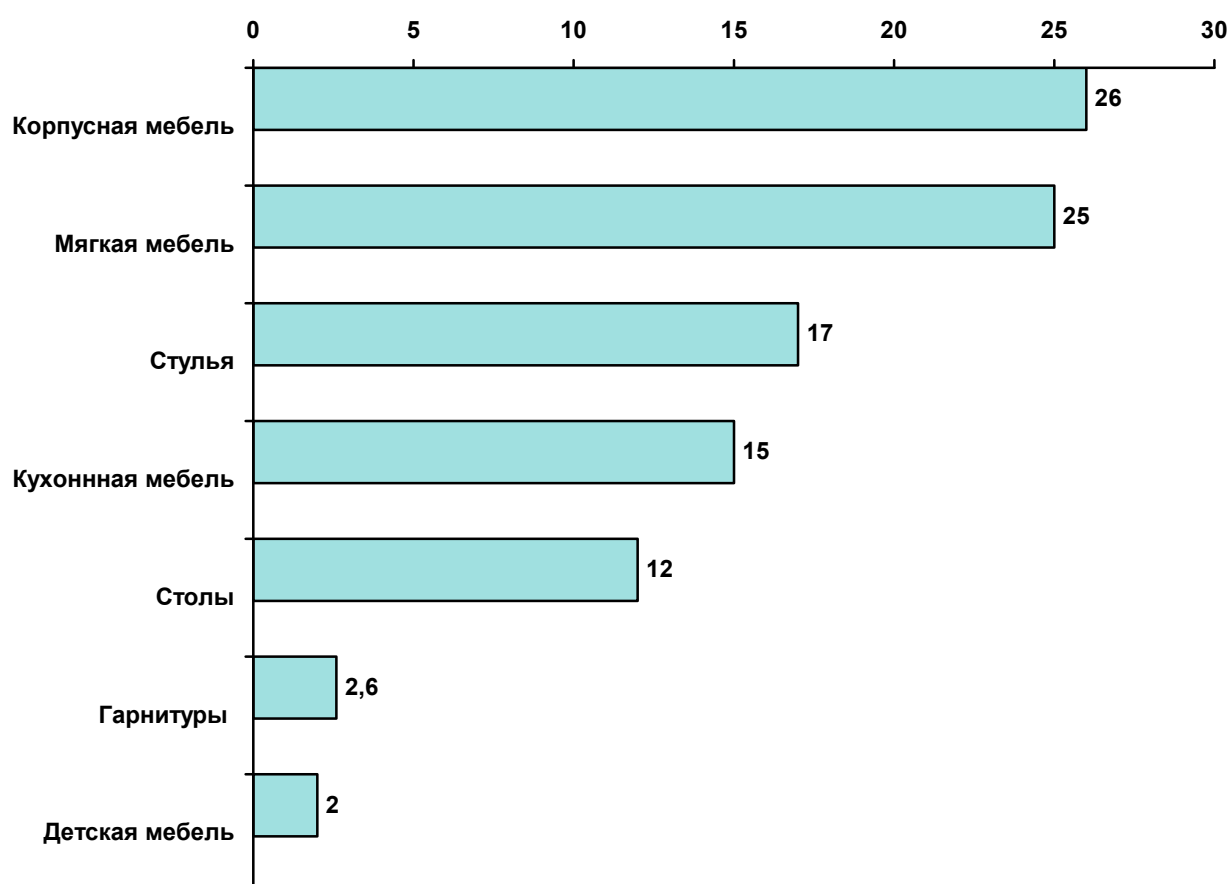


График 2.31. Структура предложения отечественной мебели во Владивостоке.



Глава 3. Потребительские предпочтения.

Исследования потребительских предпочтений, основанные и на направленных опросах покупателей мебели, и на опросах продавцов мебели показывают, что на мебельном рынке России существуют две основные тенденции.

Первая тенденция связана с тем, что при выборе мебели покупатели все меньше ориентируются на производителя. Т.е. люди, выбирая мебель, смотрят сначала на качество, внешний вид, потом интересуются ценой, а уже после этого обращают внимание на то, где эта мебель произведена.

Ориентация на производителя сохранилась только у высоко обеспеченных людей, которых принято относить к высшему и высшему среднему классу. Эта ориентация связана в первую очередь с тем, что выбор мебели для данных социальных слоев является не просто покупкой, а вопросом престижа. Это означает, что при выборе мебели покупатели основываются не столько на собственных эстетических предпочтениях, сколько на том, какая мебель, какой фирмы или страны производителя является престижной в этой социальной среде.

Вторая тенденция в потребительском поведении связана с тем, что все большим спросом пользуется мебель из натуральных материалов, в том числе, из цельного древесного массива. В связи с этим, наиболее популярные и крупные торговые центры в больших городах отказываются продавать мебель, сделанную из ДСП, о чем заявляют в своих рекламных акциях.

Основные показатели оценки конкурентоспособности мебели это: дизайн; качество исполнения; цена; сервисное обслуживание и др. В то же время, как показывают результаты многих исследований, самым важным критерием является дизайн, определяющий степень художественного и функционального удовлетворения личных требований (пожеланий) потребителя продукции. У большинства потребителей уже сформировалось определенное мнение о том, какой должна быть мебель с точки зрения ее дизайна, конструкции, удобства в эксплуатации и т. д. Все это характеризует, условно говоря, некий стиль мебели.

Следует отметить, что дизайнерские предпочтения российских потребителей мебели склоняются в пользу импортной продукции. На рынке Российской Федерации присутствует мебель многих стран мира, которая имеет свой стиль, свой «почерк», который использовал дизайнер при ее проектировании. Результаты исследований показывают, что продвинутый покупатель способен без помощи продавцов, по внешнему виду определить стилевую принадлежность мебели. Т. е. является ли она скандинавской (Швеция, Финляндия и др.), итальянской, африканской (Египет), центрально-европейской (Франция, Германия и др.), восточно-европейской (Румыния, Венгрия, и др.), азиатской и т. п. Многие покупатели утверждают, что свой стилевой почерк присутствует и у Прибалтийских стран.

Потребители различают мебельные стили по художественным решениям, конструкциям, цветовой отделке, применяемым материалам и т. д. Например, скандинавская мебель отличается простотой конструкции и дизайна, ограниченным применением полимерных материалов, максимальным использованием массивной древесины, произрастающей, как правило, на территории страны. Итальянская и испанская мебель наоборот характеризуется изысканностью дизайна, широким применением декоративных элементов, в том числе из полимерных материалов, оригинальной фурнитурой, обилием модернистских решений и т.д. Следует отметить, что потребители не смогли определить стиль российской мебели, считая, что национального, российского, четко выраженного, стиля в отечественной мебели нет.

Исследования потребительских предпочтений на петербургском мебельном рынке показывают, что продавцы дорогой импортной мебели вынуждены вести сложную конкурентную борьбу за покупателя, пытаясь найти свои ценовые и ассортиментные ниши. По данным маркетингового исследования, проведенного по заказу компании «Ангелина», одного из лидеров мебельного рынка города, от 66 до 77 процентов посетителей мебельных салонов уходят без покупки потому что не нашли то, что хотели и в салоне очень высокие цены. В то же время от покупки итальянской мебели по причине ее высокой цены отказываются только 46%. Таким образом, итальянская мебель больше удовлетворяет потребительским дизайнерским предпочтениям, чем импортная мебель в целом. Основываясь на результатах исследования, компания Ангелина разработала целую программу привлечения клиентов, которых устраивает итальянская мебель, но отталкивают высокие цены. В программу входит мягкая, по мнению производителей и продавцов, ценовая политика, возможность приобрести мебель в кредит, гарантия доставки в течение 48 часов, в то время как норма для мебельного рынка 45 суток.

Одной из особенностей мебельного рынка, и одним из его отличий, является то, что этот рынок близок к состоянию насыщения, особенно в верхнем ценовом сегменте. Данный феномен можно объяснить тем, что бум на рынке мебели случился позже, чем на остальных рынках, например на рынке аудио и видео техники. Именно из-за этого, а также потому, что срок службы мебели дольше, чем техники, специалисты считают, что снижение емкости рынка, которое началось в 1999 году, будет длиться до 2004 года.

В 2000 году 40% опрошенных семей приобретали мебель для дома. Средний размер покупки составил 850 долларов, или 10% годового дохода семьи. В 2001 году количество семей, которые приобрели мебель, составил всего 25%, но размер средней покупки возрос до 950 долларов. Соответственно, суммарный объем спроса заметно снизился. В 2002 году количество семей, покупавших мебель, сократилось до 20%. Можно предположить, что сокращение потребления мебели будет продолжаться, исключение составит разве что сегмент мягкой мебели, обладающей самым коротким жизненным циклом.

В целом, на рынке мебели заметно смещение структуры спроса в пользу менее обеспеченных потребителей. Если в 2000 году доля групп с доходом 100-250 долларов составляла всего 45%, то в 2001 году она увеличилась почти до 65%, а в 2002 году до 77%. Таким образом, высокодоходные группы сокращают свое потребление, а менее доходные – увеличивают. В то же время, происходит увеличение суммы, потраченной на покупку мебели, что означает, что спрос на мебель становится более качественным, и в выигрыше будут не компании, которые умеют его удовлетворять.

Сегодня большая часть мебели, стоящая в домах семей среднего класса и близких к нему групп, произведена в России. Однако менее половины тех, кто собирается купить новую мебель, планирует приобрести российскую. Предпочтительнее оказывается мебель, произведенная в Европе, прежде всего в Италии и Германии. Продавцы и производители уже зафиксировали прекращение работы импортозамещающих механизмов - импортный сегмент уже два года демонстрирует устойчивый рост.

На сегодняшний день наибольшей популярностью среди покупателей пользуются флок, шинил, хлопок, жаккард, велюр. Кроме того, присутствуют еще несколько разновидностей обивочных тканей, как-то: микрофибра, искусственный мех, стрейч, плюш, но их доля на рынке несравнима с вышеперечисленными.

В элитном секторе предпочтительнее оказывается мебель, произведенная в Европе, прежде всего в Италии и Германии. В Россию из Италии в основном поставляются кухни, спальни, столовые, офисная мебель, системы освещения, стулья. Следует отметить, что в последние годы все больше внимания российская элита стала уделять мебели из США, Франции, Великобритании и Швейцарии. В стилях преобладает классика - от рококо и ампира до старой английской классики и ставшего в последнее время особо популярным ар-деко.

По результатам опроса продавцов мебели, самый популярный сегмент мягкой мебели сегодня - это классика, которую предпочитают покупать люди в возрасте 30-65 лет.

Исследования, проведенные Петербургской гильдией мебельщиков в крупных мебельных сетях Петербурга - "Мебель-Сити", "Ника", "Сампсониевский", "Балтмебель", "Лэзертач", "Бубен", "Аркада", "Аквилон", "Евромебель", "Мебель на БИС", показали, что доля продаж зарубежной мебели в единицах невысока, российская мебель занимает на рынке достаточно высокую и стабильную долю. Соотношение отечественных и импортных образцов, выставленных, например, в "Мебель-Сити", составляет 7:3.

Современный мебельный рынок формируется с помощью двух составляющих - "мебель элитная" и "мебель для массового потребителя". Если на последней составляющей рынок строился до 90-х годов, то появление элитной мебели засвидетельствовало наступление "нового" времени и перераспределение сил внутри самого рынка.

Петербургский рынок мебели класса "люкс" начал развиваться с 1992 года, после открытия первого салона итальянской мебели "АПИТ Премьер". Этот салон явился пионером в области знакомства соотечественников с возможным европейским уровнем дизайна и качества. Высокий объем продаж европейской мебели стал благоприятной почвой для появления новых салонов, в основном итальянской и немецкой мебели среднего и элитного класса - "Ангелина", "Форма и пространство", Hall Oscar, Bulthaup, "М-Арт", "Окания" и др. Мебель, представленная в этих салонах, ориентирована на людей с высокой покупательской способностью.

Салоны стараются привлечь покупателя не только знаменитыми мебельными брэндами (Minotti, Porro, De Sede, Wittmann и др.), но и качеством обслуживания и дополнительными услугами в области дизайна жилого пространства. Наряду с появлением на рынке конкурентоспособной отечественной мебели, позиционируемой в среднем ценовом сегменте, параллельно идет развитие рынка элитной мебели. Количество салонов элитной дизайнерской мебели неизменно увеличивается. Особенностью этого сегмента является то, что он несет не столько количественную оценку состояния рынка, сколько качественную. Кроме того, именно от сегмента дорогой элитной мебели зависит основной показатель объема продаж всей импортной мебели. В прошлом году объем петербургского рынка элитной мебели класса "люкс" приблизительно равнялся \$40 млн. - третьей части от общего объема петербургского рынка импортной мебели.

Москва занимает особое положение в структуре мебельного рынка. Доля московского региона в учтенном объеме продаж составляет около 40 процентов. Объем продаж мебели на душу населения в Москве в сотни раз превосходит таковой в других регионах. Это свидетельствует о том, что Москва является крупным распределительным центром для поставки продукции в другие регионы страны. Однако процессы эти осуществляются хаотично. Низкий уровень организованности становится серьезным препятствием на пути дальнейшего развития мебельного сектора экономики. С другой стороны, уровень цен, качество и ассортиментный ряд мебельной продукции в столице, по мнению экспертов, оставляют желать лучшего.

Ряд московских компаний пошли по пути создания гипермаркетов: "Гранд", "Громада", "Твой Дом" и укрупнения и слияния торговых и/или дистрибьюторских сетей. За период с 1998 по 2003 г. на карте Москвы возник целый ряд сетей салонов и дистрибьюторских сетей, некоторые из них на сегодняшний день уже прекратили свое существование. Произошло определенное замещение. Так, например, на место "Модуля" (в недалеком прошлом компании N 1 на российском и московском рынках), пришли "Светосервис", "Мегалюкс" и "Пайл", заняв различные рыночные ниши, принадлежавшие ранее "Модулю" (потерявшему московскую и региональную сети и отступившему в Ригу).

Компания "Диском" имеет одну из самых широких дистрибьюторских сетей в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и других городах России.

"Мегалюкс" – имеет одну из наиболее динамично развивающихся торговых сетей, основанную на салонах в собственных и арендованных помещениях (примерно пополам). Продвигаются торговые марки "Мегатрейд" (опт) и "Мегалюкс" (розница) .

"Мебель Испании" - Торговая сеть с 1997 года увеличилась с 2-х до 10-ти торговых точек, с фактической ассимиляцией розничной торговой сети "Валенсия", и оптовой "Барселона". Компания имеет собственное производство в Испании.

"Ростек" – имеет самую широкую из дистрибьюторских сетей в России, отделения "Ростек" можно встретить даже в таких небольших населенных пунктах как Вышний Волочок или Сортавала.

В отличие от элитной итальянской, немецкой мебели, разрабатываемой вне реалий жизненного пространства российского человека, отечественная мебель в это пространство вписывается лучше. «Первая мебельная фабрика» выпускает кухни для "хрущевки", которые помещаются на площади 2 кв. м. Студия мебели "Вендина" (СПб), специализирующаяся на детской корпусной мебели, изготавливает детские и подростковые мебельные комплексы (кровать, письменный стол и шкаф), способные поместиться даже в небольших комнатах.

В среднем ценовом сегменте (до \$1 тыс.) импортная мебель ближнего зарубежья (в первую очередь Украина и Белоруссия) по качеству и цене сопоставима с российской мебелью. Крупнейшим поставщиком мебели из ближнего зарубежья является Украина. По данным "Фонда информационных технологий", объем украинской мебели на российском рынке за первое полугодие 2002 года составил \$11,9 млн. Объем белорусской - около \$0,017 млн.

Сегодня многие небольшие российские предприятия, выпускающие корпусную мебель, работают исключительно под заказ - такие условия диктует современный рынок. Но предприятия, уверенно чувствующие себя на рынке, предлагают покупателю уже разработанные модельные ряды мебели.

Несколько десятков лучших отечественных фабрик в среднем ценовом сегменте уже могут конкурировать с зарубежными. Это такие предприятия, как подмосковные "Шатура", "8 Марта", "Моон", "Аллегро", петербургские "Севзапмебель", "Первая мебельная фабрика", "Терминал" и др. Однако серьезным препятствием для покупки отечественной мебели остается менталитет российского человека. Покупателя нелегко убедить, что "наша" мебель стала не хуже импортной.

Один из "работающих" способов переубеждения заключается в том, что на одной торговой площадке сконцентрировано большое количество образцов мебели от разных производителей - отечественных и зарубежных. Покупатель имеет возможность посмотреть, сравнить качество, дизайн, цену и выбрать для себя наиболее оптимальный вариант мебели. Баланс между ценой и качеством выдержан жестко.

По-прежнему на рынке бытовой мебели доминируют мягкая и корпусная мебель, которые приносят порядка 60% оборота отрасли. Ещё 30% принадлежат кухонной мебели и спальням, спрос на которые тесно связан с развитием жилищного строительства. Мебель для прихожих занимает 3-4% рынка и постепенно вытесняется встроенными шкафами.

Сдают позиции и отечественные столы, стулья и диван-кровати, но не по причине морального устаревания, как мебель для прихожих, а в силу серьезной конкуренции со стороны импорта, не в пользу отечественного производителя.

Предполагается, что российский спрос на мебель в 2003 году возрастет на 5% (тем временем, в странах "Большой семерки" этот показатель составит 1-3%). Это несколько больше предполагаемых темпов роста экономики в целом. Рынок мебели в среднесрочной перспективе останется весьма привлекательным для инвестиций.

Одной из наиболее важных проблем в маркетинговых исследованиях является выявление неудовлетворенного спроса. Одним из способов выявления неудовлетворенного спроса на мебельном рынке является анализ причин, по которым потребители чаще обращаются в мебельные мастерские, изготавливающие мебель на заказ, отказываясь покупать мебель в мебельных магазинах или салонах. По утверждению потребителей, в мебельных магазинах достаточно сложно приобрести простой удобный диван или кресло. В мягкой мебели, изготовленной на заказ, можно избежать ряда изъянов, которые нередко встречаются в фабричных моделях даже раскрученных торговых марок. Например, идеальный каркас для дивана обязательно должен быть сделан из твердых пород дерева или металла в сочетании с деревянными латами. Практика показывает, что сегодня подобную конструкцию проще заказать в мастерской, поскольку для поточного производства она слишком трудоемка.

С обивочными материалами ситуация более утешительная. Большинство салонов предлагают заказчику самому подобрать ткань для будущего дивана, однако очень редко в салоне предусмотрены съемные чехлы не только на подушках мягкой мебели, но и на сиденье и спинке. Эту услугу можно заказать только в индивидуальных мастерских.

Удобная мягкая мебель невозможна без качественного наполнителя. Обычно для "начинки" фабричных диванов и кресел используют поролон, который со временем проседает. Избежать этого можно, если купить или заказать диван с пенополиуретаном комбинированного наполнения (вертикального и горизонтального). Подобная пружинистая конструкция позволяет "начинке" диванов и кресел стойко противостоять деформации.

Деревянная мебель на заказ привлекает потребителей тем, что учитываются не только вкусовые пристрастия клиента, но и особенности планировки его жилища. Как правило, потребителям приходится заказывать мебель для подростка, поскольку таковая категория граждан как-то не учитывается мебельной индустрией. Крайне редко встречается деревянная мебель для нестандартных квартир вроде пентхаусов, необычные полукруглые или изломанные формы требуют соответствующей обстановки. Также на российском рынке практически не встречаются мебельные решения, созданные в рамках нового направления - так называемого умного дома, например кровать, которая выдвигается при помощи пульта.

Перечисленные "деревянные" изыски с большей долей вероятности можно найти в мебельных мастерских, где делают на заказ так называемую авторскую мебель. Кроме того, авторские мастерские специализируются на модных стилевых решениях целого интерьера. Например, в компании Lumі можно заказать мебель, выполненную в старинном китайском стиле с самой современной оснасткой: шкафы, раздвижные перегородки, небольшие комоды здесь делают из груши, вишни и бамбука.

Другое модное направление в дизайне интерьера связано со скандинавским эпосом. Современные с виду квартиры обставляются мебелью под стать жилищам викингов - нарочито грубые дубовые кресла с небрежно накинутой на них шкурой леопарда можно заказать в "Творческой мастерской Вадима Цыганова". Здесь же делают огромные обеденные столы (как в средневековых замках) из дерева с фигурными накладками из латуни.

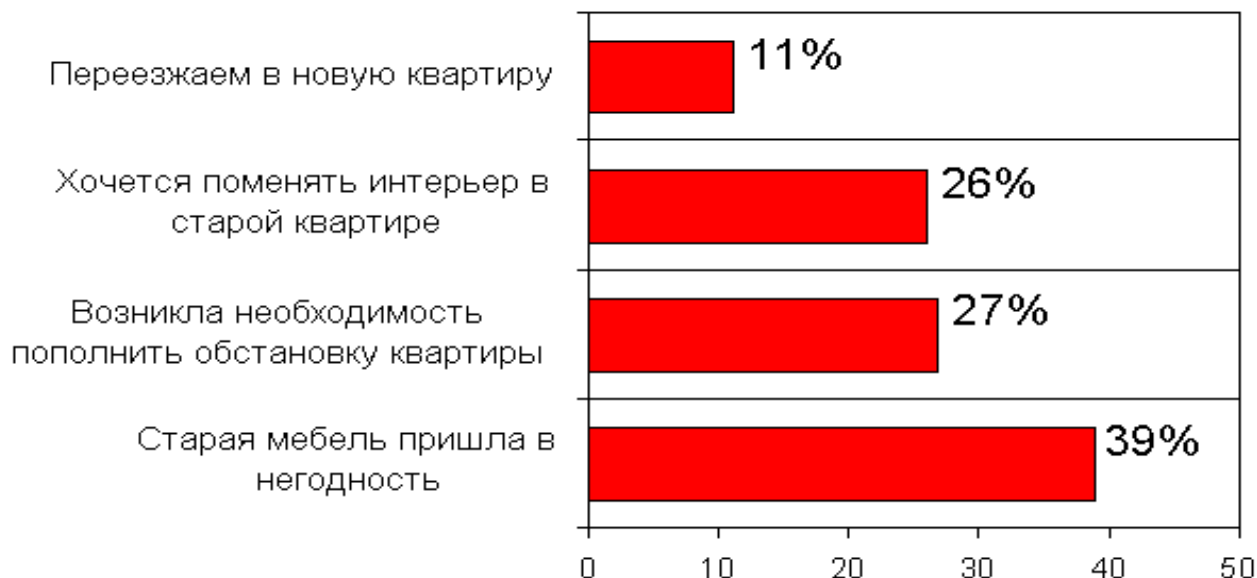
С появлением загородных домов увеличился спрос на кованую мебель, стилизованную под интерьеры рыцарских замков. Казалось бы, многие мебельные магазины предлагают кованые кровати, столы и стулья. Однако при проверке оказывается, что они изготовлены не из цельного куска металла, а из полых металлических прутьев, которые довольно быстро деформируются и выходят из строя (подобные стулья продаются, например, в магазинах "ИКЕА"). Настоящий "рыцарский" стул найти в магазине сложно, проще заказать в мастерской.

Таким образом, анализ причин обращения в частные мастерские показывает, что люди обращаются в мебельные мастерские в поисках не экзотики, а удобства и комфорта. Например, нестандартная планировка дома или квартиры (узкие проемы, высокие окна, разнообразные ниши, мансардные этажи) зачастую диктует свои условия при выборе формы и размеров мебели. Здесь, по мнению потребителей, может выручить только мебель на заказ.

Глава 4. Покупательское поведение.

Рассмотрим результаты исследования, проведенного компанией «Той-опинион» об основных характеристиках покупательского поведения. В ходе исследования был проведен личный опрос 300 покупателей мебели.

График 4.1. Причины покупки мебели.

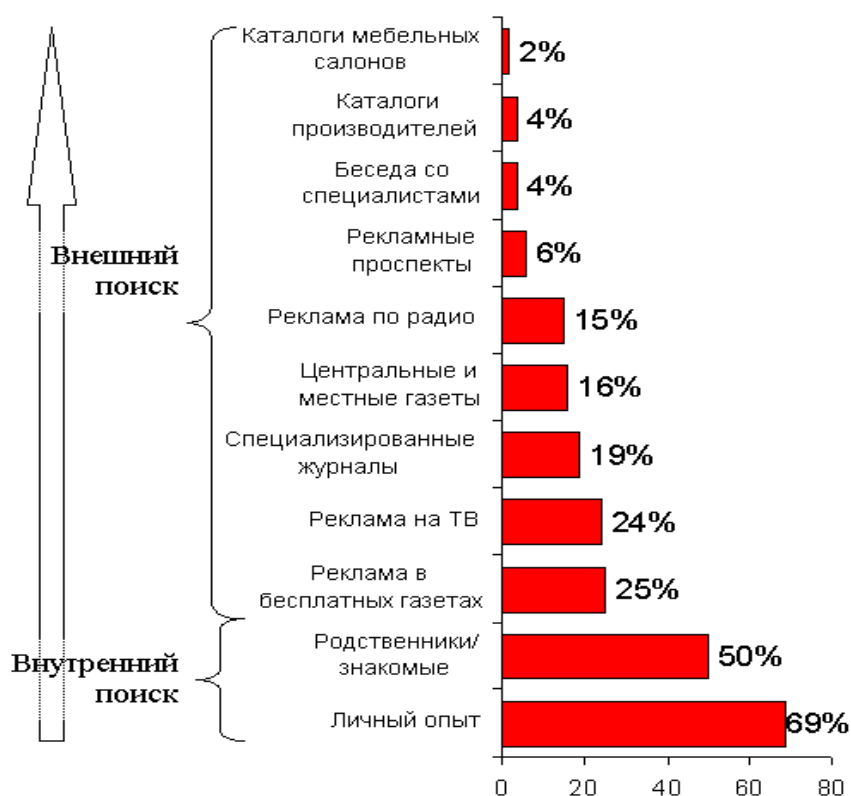


Анализ покупательского поведения показывает, что наиболее часто встречающейся причиной покупки мебели является непригодность для эксплуатации старой мебели. Это означает, что рынок все еще не находится в стадии насыщения и у него есть потенциал роста.

Можно предположить, что с ростом жилищного строительства будет расти сегмент потребителей, которые приобретают мебель, переезжая в новую квартиру.

В то же время, по мере насыщения рынка, будет сокращаться часть потребителей, которые приобретают мебель, чтобы поменять интерьер в квартире. Таким образом, можно предположить, что в ближайшие два года, основными причинами смены мебели будет покупка новой квартиры и необходимость пополнить обстановку в квартире.

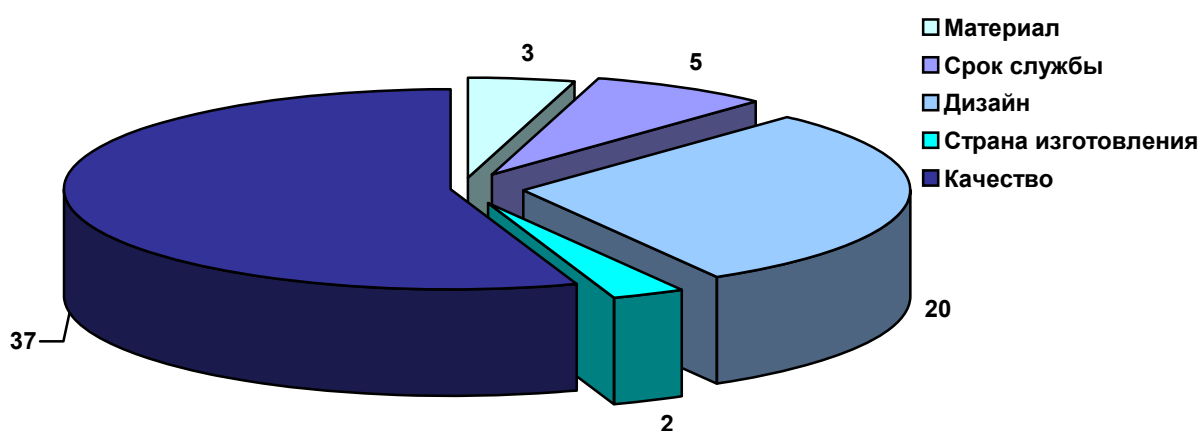
График 4.2. Источники информации о мебели.



Результаты исследования показывают, что наиболее эффективным источником информации о мебели являются реклама в бесплатных изданиях и реклама по телевидению. Однако большая часть потребителей делают свой опыт, основываясь на собственном вкусе и советах своих знакомых.

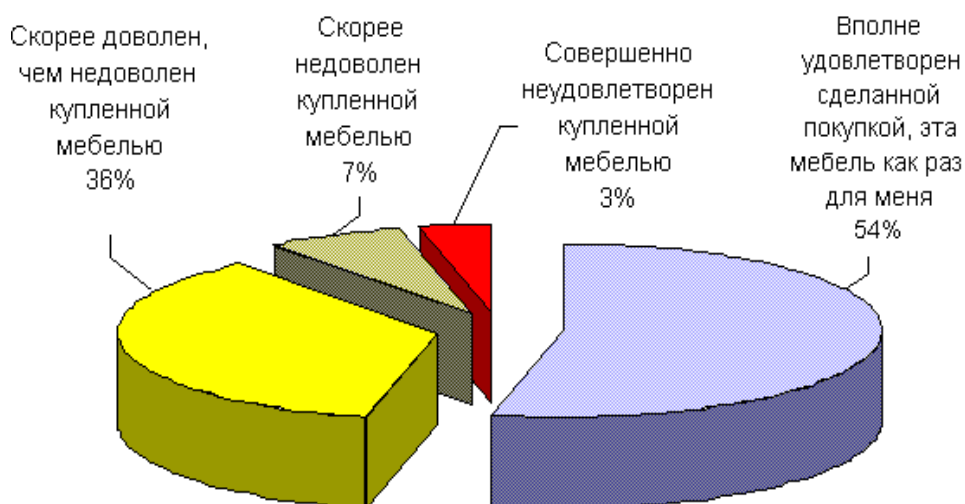
Из всех рекламоносителей, наименее перспективным является радио. Во-первых, потому что радио слушают в основном в машине, т.е. слушают его мужчины, а покупку совершает чаще женщина или семейная пара. А во-вторых, мебель относится к той категории вещей, которую чтобы оценить, надо увидеть и потрогать, поэтому заочная реклама по радио плохо побуждает потребителей к покупке.

График 4.3. Основные критерии выбора мебели.



Основными критериями выбора являются дизайн и качество мебели. Несмотря на то, что мебель является предметом длительного пользования, покупатели мало обращают внимания на долговечность мебели. Срок службы важен только для 5% покупателей. Этот факт можно интерпретировать, отчасти, как надежду потребителей на то, что у них в скором времени будет возможность сменить мебель, купив более дорогую и престижную. Таким образом, у российских потребителей меняется стереотип в потреблении мебели, сформированный в советское время, когда мебель покупали один раз в 15-20 лет.

График 4.4. Места покупки.



Большинство покупателей мебели (90%) в той или иной степени удовлетворены своей покупкой. Это говорит о том, что покупатели нашли то, что искали.

Расчитанная эластичность спроса по доходу показывает, что люди со средним достатком, которых принято называть средним классом имеют намерение сократить статью расходов на мебель в своем бюджете, но из-за сложившейся структуры предложения на рынке сделать это сложно.

Эластичность расходов на мебель существенно выше единицы - 1,4. Этот факт говорит о том, что, во-первых, к середине 2002 года российский средний класс ликвидировал отложенный из-за кризиса 1998 года спрос на мебель и начал активно покупать ее, при чем, не очень считаясь с ценой. Во-вторых, высокая эластичность такого простого и вовсе не роскошного товара, как мебель, говорит о том, что рынок мебели в этот период был переоценен из-за слишком большой доли импорта, слишком высоких наценок, не ясной для потребителя структуры рынка и в итоге низкого уровня конкуренции в этом сегменте.

Такое покупательское поведение заставляет предполагать, что, насытив ранее неудовлетворенный спрос, потребители из этого социального слоя сделают паузу и постараются сократить долю расходов на товары для дома (мебель, техника для дома, компьютеры). Соответственно, общая эластичность по доходу снизится до 0,6. Исходя из этих гипотез, можно предположить, что рынок мебели, создаваемый средним классом, за ближайшие пять лет будет расти в среднем на 7-8% в год. Так как рынок мебели не брендирован, то для большинства потребителей брендом на рынке мебели является страна производитель, а не отдельный продавец или производитель.

Отечественным производителям удастся относительно успешно конкурировать с иностранными производителями: согласно опросу потребителей, около 30% предпочитают российскую или белорусскую мебель, столько же - мебель Италии или Германии. В то же время, 41,3% респондентов заявило, что и в дальнейшем будут приобретать российскую мебель, 16,9% - итальянскую, 10,2% - немецкую, 8,9% - испанскую, 5,6% - финскую, 5,3% - белорусскую.

Майские замеры индекса потребительского настроения (ИНП), проводимые Центром развития, показали, что основной упор весной 2003 года россияне намерены были сделать на дорогие покупки. Ожидался существенный рост расходов на недвижимость, автомобили, на обновление холодильников, телевизоров и мебели. 17% людей, планировавших расходы, готовы были потратиться на покупку новой мебели, используя при этом потребительский кредит. Более 55% опрошенных из целевой группы совершали покупку мебели 7 - 8 лет назад и только 1% - в первом полугодии 2003 года.

Глава 5. Конкуренция.

Можно выделить два уровня конкуренции на российском мебельном рынке. Первый уровень – конкуренция отечественных и импортных производителей. Второй – конкуренция внутри отечественных производителей.

Конкуренция между отечественной и импортной мебелью.

Сегодня появились производители, которые начали серьезно заниматься дизайном. Предприятия, работающие с ценными породами дерева (московская мебельная фабрика «Ольховская», воронежская «Мебель Черноземья», дубнинская «Экомебель» и рыбинская «Свобода»), уже сейчас выпускают на рынок товар, не сильно отличающийся от импортного по качеству и стоимости.

Между тем рост присутствия западных мебельных компаний в России сильно беспокоит отечественные предприятия отрасли. Мало того что девальвационный эффект сходит на нет и отечественная мебель постепенно выравнивается по цене с импортной, так еще и снижение спроса на рынках мебели в развитых странах повышает агрессивность иностранцев на рынке российском.

Уже сейчас складывается интересная ситуация. Западные мебельщики в связи с трудностями со сбытом на мировых рынках идут в Россию, потому что тут еще не насыщенный рынок. В свою очередь отечественные предприятия по ценовым параметрам не могут "отработать" эту ненасыщенность и также начинают испытывать проблемы со сбытом.

Доходит до того, что некоторые из производителей, вытесненные с рынка иностранцами, сами выходят на зарубежные рынки "третьего эшелона" - в страны СНГ, Индию и Китай. Но понятно, что поставлять всю продукцию на экспорт российские мебельщики, в отличие от, скажем, некоторых производителей лесоперерабатывающей отрасли, не могут. Надо искать не только выходы на соседние рынки, но и выход из ситуации на собственном рынке.

Основной рост в мебельной промышленности пришелся на после-кризисный 1999 год. Тогда выпуск мебели вырос в полтора раза, в 2000 году - на 36 процентов. Воспользовавшись конъюнктурой, часть мебельщиков успела перестроить производство. Сейчас наиболее дальновидные из них оснащены не хуже немецких или итальянских коллег.

К таким компаниям можно отнести подмосковные компании «Шатура» и «Электрогорскмебель», а также несметное количество кустарных производителей, не обремененных задолженностями бюджету. На этих предприятиях очень оперативно была решена проблема с дизайном и конструктивными решениями. Так как мебельный рынок в России не брендovan, то отечественные предприятия спокойно выпускают модели, полностью скопированные с западных образцов (разумеется, часто без всяких лицензий и покупки авторских прав).

Словом, мебельная промышленность в эти годы оказалось гораздо более гибкой и динамичной, чем многие другие отрасли. Однако грядущие проблемы и растущая активность западных конкурентов ставят перед мебельщиками новые проблемы.

Их первая реакция - искать защиты у государства. Встревоженные перспективой отмены таможенных пошлин на импортную мебель, некоторые из них через Ассоциацию предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности выдвинули свои предложения по таможенно - тарифному регулированию и передали их в Российский союз промышленников и предпринимателей и Минэкономразвития России. В целом предложения сводятся к тому, что государство должно принять меры по защите отечественного производителя в виде сохранения действующих ввозных таможенных пошлин на мебель на период до восьми лет.

Одновременно, в целях повышения конкурентоспособности отечественной мебели на внутреннем и внешнем рынках, предлагается снизить таможенные пошлины на некоторые комплектующие изделия и материалы, которые не выпускаются отечественной промышленностью в достаточном количестве.

Но защита мебельного рынка вряд ли станет для правительства стратегическим направлением на переговорах по вступлению в ВТО. Понятно, что этот рынок должен жить по условиям потребителя, а не производителя. Конкурируйте и развивайтесь - ответит, скорее всего, государство мебельщикам.

Таким образом, отечественным производителям придется искать рыночные решения проблемы конкуренции или уступать рынок. Одним из возможных решений данной проблемы может стать схема франчайзинга, широко распространенная на Западе. Франчайзинг позволяет экономить на оптовом звене и в то же время контролировать розничные цены и качество сервиса. У той же IKEA сегодня имеется 20 магазинов в 13 странах, которые работают на условиях франшизы. Некоторые отечественные производители мебели уже пошли по этому пути. Самый очевидный пример - фабрика "Шатура".

Однако проблема состоит в том, что в регионах, включая Петербург, нет мебельных предприятий, которые по уровню менеджмента соответствовали бы западным стандартам. Руководство большинства мебельных фирм слишком патриархально и не сможет вовремя отреагировать на изменения конъюнктуры рынка.

Кроме того, российские мебельщики не уделяют внимания маркетингу, ориентируются не на тот сегмент рынка. С одной стороны, они производят слишком дорогую мебель, чтобы ее могли купить небогатые люди и слишком дешевую, чтобы она понравилась состоятельным покупателям. Если у человека есть деньги, он предпочтет качественную импортную и более оригинальную продукцию, если же объем денежных средств ограничен, то потребитель скорее приобретет польскую или дешевую белорусскую мебель.

Безусловно, существенным тормозом является доходящий до 70-80% износ основных фондов. Более 40% используемого оборудования имеет срок службы свыше 20 лет.

Есть ряд болевых точек, устранение которых повысило бы конкурентоспособность российской мебели. Сегодня лучшие образцы продукции производятся в основном с применением фурнитуры и комплектующих изделий, закупаемых по импорту. Для многих предприятий, стремящихся выпускать конкурентоспособную мебель, приоритетными при выборе поставщиков становятся качественные показатели используемых плит.

Сегодня в России плохо развито производство древесноволокнистых плит средней плотности (импорт - 85%), бумажно-слоистых пластиков, полимерных пленок, отсутствуют в необходимых объемах полиуретановые лаки и эмали. Заметно уступает зарубежному и ассортимент отечественных клеевых материалов для мебели. Отечественная мебельная промышленность могла бы сделать резкий качественный рывок, если бы проблемы с комплектующими были бы решены.

Положительным моментом в конкурентной ситуации между отечественными и импортными производителями является то, что в последние годы отечественные производители научились современным методам торговли. За последние годы открыты специализированные крупные магазины, созданы мебельные салоны, где торговля мебелью организована на профессиональном высоком уровне. Однако подобных предприятий торговли недостаточно.

Основным конкурентом для отечественных производителей, выпускающих доступную по цене мебель, является шведская корпорация ИКЕА, считающая главным своим клиентом семью с ежемесячным доходом \$200 на человека. На долю российской продукции в общем объеме продаж ИКЕА на территории РФ приходится 10-12%, остальная - импортная. Общий объем продаж в России в 2001 году составил порядка \$200 млн.

Делая ставку на привозную мебель, шведы пока только думают инвестировать в производство на территории России (планируемые инвестиции \$140 млн. должны быть направлены на модернизацию и увеличение уже существующих деревообрабатывающих и мебельных предприятий, а также на строительство новых).

Закупки на территории России начались еще в советское время - через "Экспортлес". Шведы брали как готовую продукцию, так и материалы для своих фабрик - фанеру, например. К моменту открытия первого магазина ИКЕА сотрудничала с 30 отечественными производителями по всей стране и инвестировала в Россию \$100 млн. (из них только на магазин ушло \$40 млн.). В ближайшие пять лет планируется инвестировать еще \$135 млн.

Производители считают, что инвестиции от ИКЕА точечные, и на внутренний мебельный рынок они практически не влияют. Правда, сотрудничество со шведами позволяет фабрикам расширять мощности и перенимать западный стиль работы.

Например, компания "Домостроитель" начал работать с ИКЕА в 1994 году. Сегодня 81% от общего производства занимают именно заказы от шведской компании, и естественно, руководство "Домостроителя" собирается продолжать совместную деятельность. Не так давно в рамках инвестиционной программы на "Домостроителе" был открыт новый цех "Ивар".

На постоянной основе ИКЕА сейчас работает с 40 поставщиками. 60% всех закупок на территории России по итогам 2002 финансового года пришлось на массивную древесину. Инвестиционные программы действуют на восьми предприятиях по всей России. В эту программу включены и Приозерский ДООЗ, который находится в Ленинградской области, и Поволжский фанерно-мебельный комбинат, расположенный в Татарстане. Каждая программа разрабатывается под конкретное изделие. На первом этапе рассчитывается, какие мощности необходимы для обеспечения объема закупок. На втором - специалисты ИКЕА вместе с технологами предприятия определяют, какие средства необходимы для осуществления программы: оборудование и т.д. Потом уже рассчитывается бизнес-план. Несмотря на то, что многих потенциальных поставщиков ИКЕА отпугивает требование предоставить финансовую отчетность, количество фабрик-партнеров растет. К 2005 году ИКЕА планирует в пять раз увеличить объем закупок за счет инвестиционных программ.

Кроме того, входящая в ИКЕА группа Swedwood планирует построить пять новых фабрик. ИКЕА неохотно соглашается на совместную собственность. Первая фабрика будет строиться в Тихвине Ленинградской области. Рассматривались площадки в Новгородской и Нижегородской областях, предпочтение Тихвину отдано благодаря праву на лесопользование: ИКЕА нужны гарантированные поставки сырья. Swedwood не ставит задачу обеспечения российских магазинов ИКЕА. Мебельные щиты, а впоследствии и мебель, произведенные на предприятиях в России, будут идти и в Европу.

С поиском поставщиков мебели сейчас у ИКЕА проблем нет. В данный момент компания ищет предприятия, производящие сопутствующие товары: они составляют 45 - 50% товарооборота.

Следует отметить, что IKEA не единственная компания, которая открывает производство в России. Один из крупнейших в Европе производителей мягкой мебели - немецкая компания Schieder Mobil Holding - начнет строительство собственного завода в Подмосковье. Это будет уже третье предприятие немецкой компании в России и самое крупное по объемам инвестиций - 20 млн. евро. Schieder Mobil Holding получила под постройку завода 8 га в Истринском районе Подмосковья. Участок выделен в долгосрочную аренду с правом выкупа. Завод будет специализироваться на выпуске исключительно мягкой мебели: обычных и угловых диванов, пуфов и кресел.

Реализовывать продукцию нового предприятия предполагается на территории России.

Конкуренция между российскими предприятиями.

Российский мебельный рынок по сравнению с другими товарными рынками в последние годы развивался достаточно равномерно, и особых потрясений здесь не было. Даже августовский кризис 1998 года мебельщики перенесли, в общем-то, спокойно. Продавцы и дистрибуторы довольно быстро справились с растерянностью и паникой, возникшими после 17 августа, когда спрос на мебель сначала был ажиотажным, а потом нулевым. Доля отечественных фабрик на рынке была столь невелика, что кризис практически не повлиял на объемы производства. А потом мебельщики воспрянули духом: последствия кризиса вынудили потребителей отдавать предпочтение недорогой отечественной продукции. Все это привело к тому, что рост производства в отрасли оказался по нынешним временам рекордным - 30% в год.

В основном рост обеспечивался за счет новых производств, созданных в начале 90-х. Старые советские предприятия, обремененные долгами, страдавшие от недостатка оборотных средств и устаревшего менеджмента, так и не смогли подняться. Лишь около 20% из них перешли в разряд преуспевающих. У молодых предприятий долги если и были, то в основном по товарным кредитам.

Кроме того, пристальное внимание к производству мебели стали проявлять отечественные фирмы, до кризиса занимавшиеся исключительно торговлей. Сегодня три четверти крупных компаний, торгующих мебелью, имеют собственное производство, при этом изначально производственные подразделения были только у 27% из них; остальные открыли собственные цеха сравнительно недавно.

По мнению большинства операторов рынка, после кризиса производство мебели стало делом даже более выгодным, чем ее продажа. Издержки на содержание торговых и складских помещений росли после кризиса в несколько раз быстрее, чем объем продаж. По этой же причине нельзя было увеличить и торговую маржу, которая после кризиса сократилась более чем вдвое. В 1999 году на рынке сложилась такая ситуация, что для многих торговых компаний производство стало донором бизнеса и вышло на первый план, торговля же отошла на второй, то время как в докризисный период прибыль выше была у торговых предприятий, а не у производителей.

Производством, которое позволяло поддерживать на плаву низкорентабельную торговлю, занялись в 1999 году не только оптовики, сети и магазины, ориентированные на сбыт более дешевой российской мебели, но и импортеры.

Если в начале 90-х компании могли бороться за целые сегменты мебельного рынка, то к концу десятилетия российский покупатель уже был весьма избалован обилием производителей и разнообразием ассортимента. Конкуренция перешла в салоны магазинов, на уровень единичных покупателей.

В целом после кризиса на мебельном рынке остались самые опытные игроки, сумевшие диверсифицировать свой бизнес. Пространства для маневра у них было более чем достаточно. Они имели возможность без борьбы занимать те ниши на рынке, которые высвободились после ухода иностранцев и разорившихся соотечественников. До сих пор конкуренция на рынке мебели не столь жесткая, как, например, на рынке бытовой или компьютерной техники.

Показательно, что при этом сохраняется общая тенденция предыдущих лет по сокращению производства мягкой мебели. Дело в том, что корпусная мебель (столы, стулья, деревянные кровати, шкафы) требует больших технологических производств, крупных капиталовложений. Напротив, процесс изготовления мягкой мебели достаточно прост и позволяет обходиться малыми площадями. Чем и воспользовались полукустарные производители, которые практически захватили сегмент дешевой мягкой мебели.

Комплекующие для выпуска диванов и кустари, и крупные фабрики покупают у одних и тех же поставщиков. Но у крупных производств больше расходов, и в итоге они были вынуждены отказаться от попыток бороться с представителями малого бизнеса. Сегодня лишь несколько крупных предприятий (ЗАО «Кузьминки», ООО «Инстроймебель») специализированно занимаются производством мягкой мебели.

Изменение конъюнктуры потребительского рынка в пользу отечественных производителей привело к росту спроса на мебель на внутреннем рынке и способствовало увеличению ее производства в стране. Мебельные предприятия повысили эффективность своей деятельности, что положительно сказалось на снижении издержек производства и рентабельности.

В настоящее время мебель в России выпускают свыше 3 тыс. предприятий, из них 554 крупных и средних, в отрасли работают свыше 118 тыс. человек. На крупных и средних фабриках производится 80% продукции, остальная - на производствах других отраслей и малыми предприятиями.

Емкость внутреннего рынка мебели на ближайшую перспективу в 6-8 раз превышает объемы ее нынешнего производства. У отечественных производителей, по мнению экспертов, еще есть года два для рывка - дизайнерского, качественного, маркетингового. За это время российский мебельщик должен найти своего покупателя.

Другая не менее актуальная проблема для мебельной отрасли - предстоящее вступление России в ВТО. По подсчетам аналитиков, российской мебельной промышленности необходимо 5-7 лет, чтобы подняться до уровня западных компаний. На многих предприятиях сборка мебели осуществляется с применением западной фурнитуры, но в России активно развиваются и отечественные производители фурнитуры.

В начале 2001 года мебельная компания «Диваны...диваны» приобрела пакет акций фабрики «Марма», производящей корпусную мебель, и создала холдинг «Микмар». Холдинг будет многопрофильным: «Марма» производит корпусную мебель, а «Диваны...диваны» – мягкую.

Сам по себе процесс объединения весьма симптоматичен для отечественных производителей мягкой мебели. На сегодняшний момент фактически все ведущие компании либо крупные сами по себе («Шатура»), либо объединены в холдинги, состоящие из нескольких фабрик («Микмар», «Марта», «Кузьминки»).

Такая структура помогает компаниям сократить производственные и управленческие расходы, увеличить оборотные средства и зачастую представлять продукцию сразу на нескольких сегментах мебельного рынка.

Вместе с тем, несмотря на определенные положительные сдвиги в отечественной мебельной промышленности, наша продукция еще не вполне конкурентоспособна с импортной. Основное преимущество - низкие цены отечественной мебели - в связи с ростом цен внутри страны на сырье, энергоносители, транспорт, постепенно утрачивается.

Вопрос цены очень актуален для лидера мебельной отечественной промышленности, владельца единственного в стране мебельного брэнда – компании «Шатура». По некоторым оценкам, розничные цены на продукцию «Шатуры» вплотную подошли к стоимости импортных аналогов. Но продажи «Шатуры» растут. На продвижение брэнда в прошлом году «Шатурой» было потрачено около 400 тыс. долларов. Предприятие демонстрирует продолжительный устойчивый рост производства.

Ощутимое увеличение объемов производства и реализации стало возможно за счет того, что внутри-российский рынок мебели стал более емким. Население в этом году покупает больше, чем в прошлом, а производство оперативно реагирует на спрос.

В течение 2002 г. предприятие реализовало продукции на \$74, 6 млн., что составило 124, 8% к предыдущему году. Компания направила на развитие производства 254 млн. руб. В частности, была введена в эксплуатацию линия по производству ламинированной древесностружечной плиты. За счет инвестиционных мероприятий удалось повысить качество и существенно увеличить объемы производства. По оценкам Ассоциации мебельных и деревообрабатывающих предприятий России, доля продукции «Шатуры» на российском мебельном рынке составляет почти 11%. На экспорт, в страны СНГ, предприятие реализует 5% общего объема производства.

Мебельный комбинат «Шатура» намерен наладить собственное производство древесно-стружечных плит (ДСП). По мнению руководства, это даст возможность увеличить объем выпускаемой продукции вдвое и снизить стоимость готовой мебели.

Такое решение руководство комбината приняло еще в 1997 году: в России качественное сырье практически не выпускают, а закупать его за рубежом очень накладно. На протяжении пяти лет комбинат вел работы по налаживанию производства ДСП. Было инвестировано порядка \$30 млн., часть из них кредитные средства, занятые у Сбербанка.

Новый производственный цех позволит комбинату уменьшить стоимость готовой продукции примерно на 3%. Это не много, однако срок окупаемости проекта составит три-четыре года, после чего можно ожидать более существенное уменьшение стоимости.

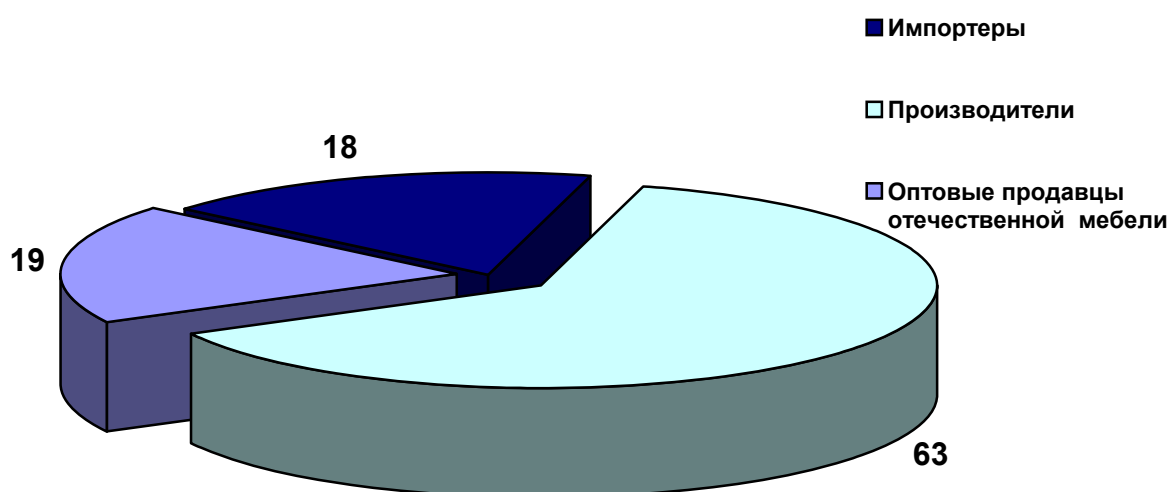
Другие российские производители мебели считают, что комбинат «Шатура» запустил собственный цех с целью вытеснить с рынка главных конкурентов - иностранцев. По оценкам Института исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка, сейчас «Шатура» занимает 10,2% российского рынка мебели, а открытие новых производственных мощностей позволит увеличить долю продукции комбината на рынке еще на 3 - 4%.

Глава 6. Оптовое предложение мебели на российском рынке.

Таблица 3. Динамика объемов производства мебели.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Столы (тыс. шт.)	2788	2621	3204	3597	3674	3748
Стулья и кресла (млн. шт.)	3,3	3,2	3,4	3,9	4,0	4,1
шкафы (тыс. шт.)	2448	1994	2494	2709	2767	2823
Диваны, тахты (тыс. шт.)	64,1	54,8	57,6	73,3	74,9	76,4
Кровати (тыс. шт.)	497	459	585	653	667	680
Кресла-кровати (тыс. шт.)	40,1	35,8	23,6	45,7	46,7	47,6
Диваны-кровати (тыс. шт.)	355	246	200	180	184	188
гарнитуры (тыс. компл.)	1130	753	952	958	979	998

График 6. Структура российского оптового рынка.



В целом на российском рынке примерно равное количество компаний занимаются оптовой продажей импортной и отечественной мебели.

График 6.1. Доля производства различных типов мебели.

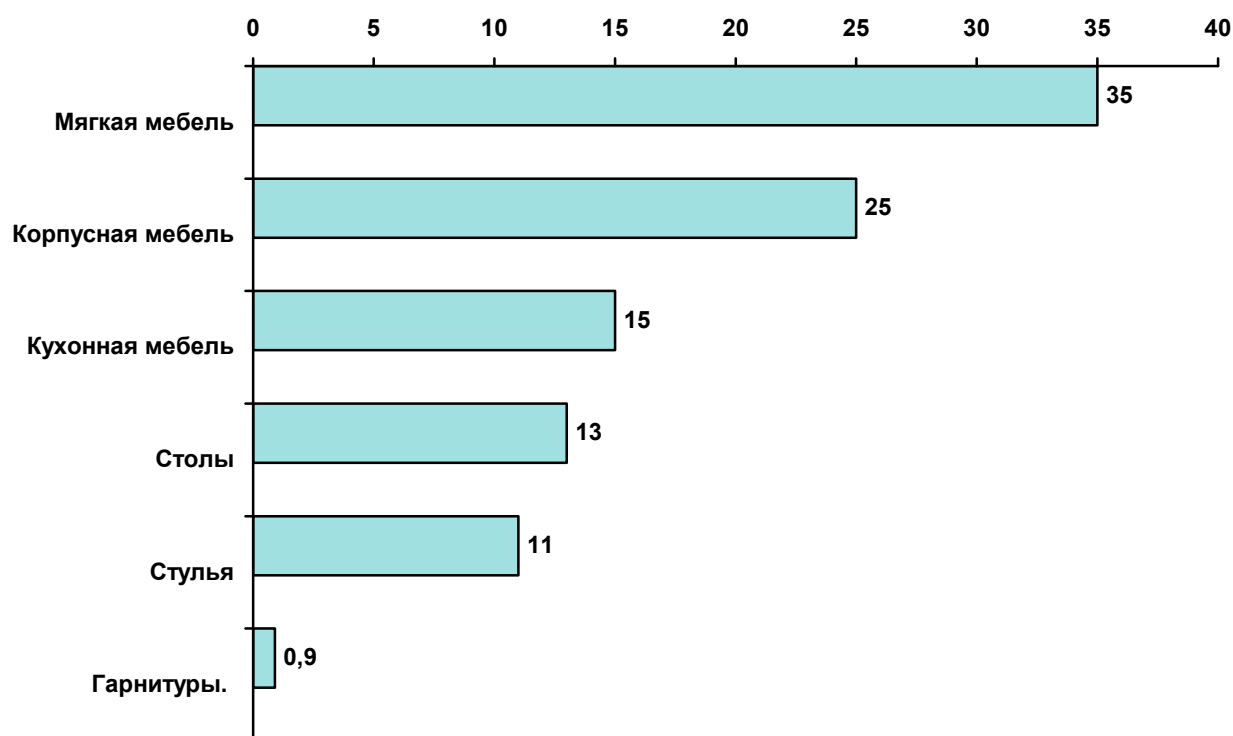


График 6.2. Структура импорта по стране импортеру.

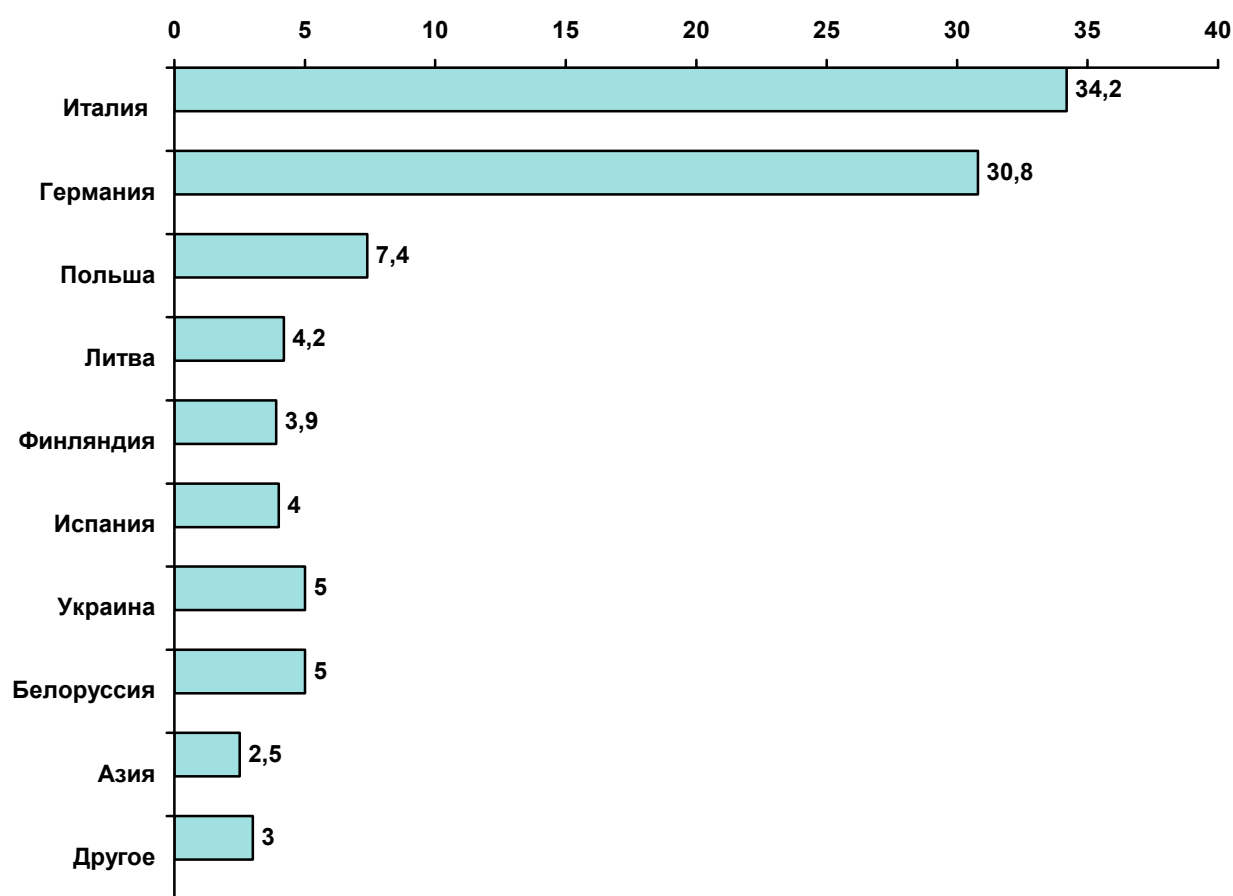
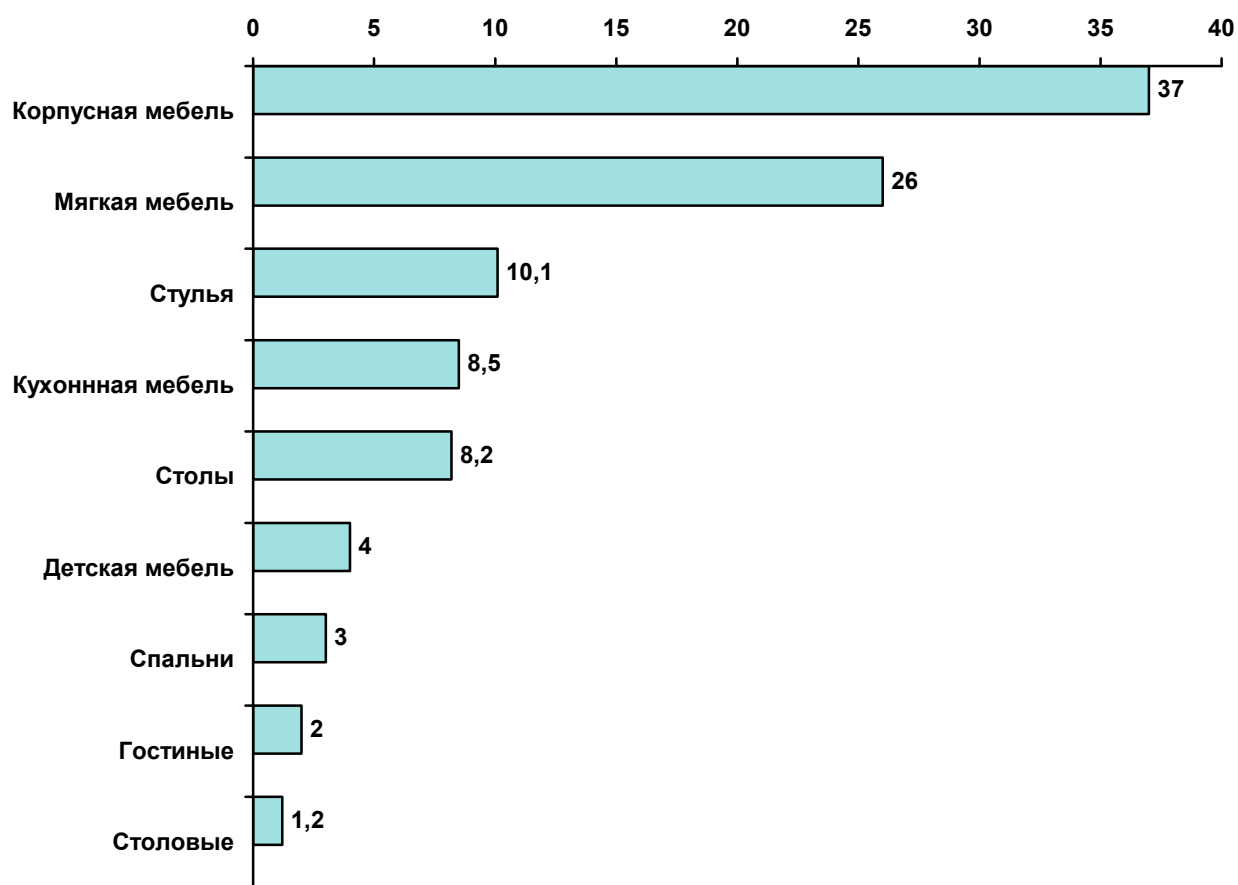


График 6.3. Структура импорта мебели по типу мебели.



Региональные особенности оптового рынка.

Москва.

График 6.4. Структура оптового рынка в Москве.

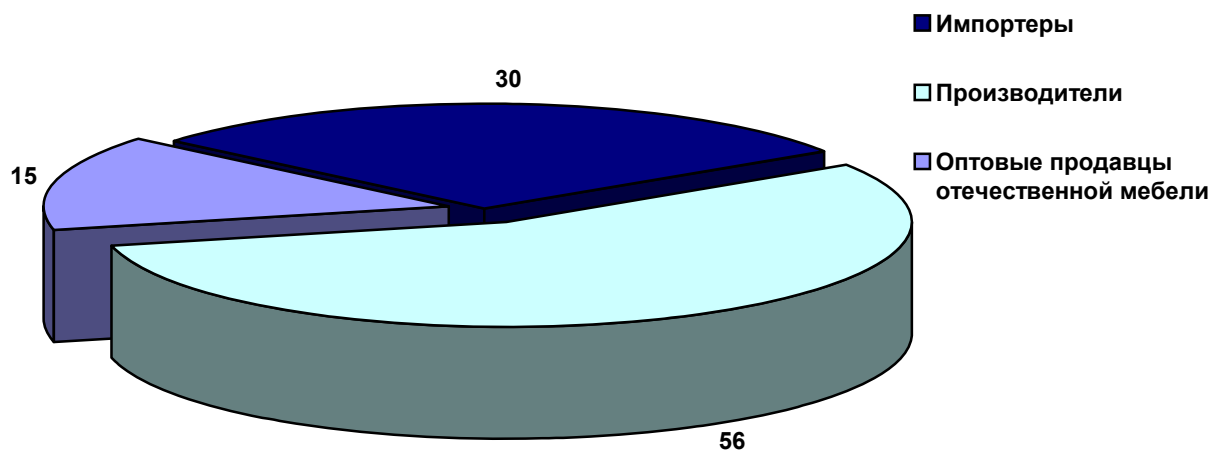


График 6.4.1. Структура производства различных типов мебели в Москве.

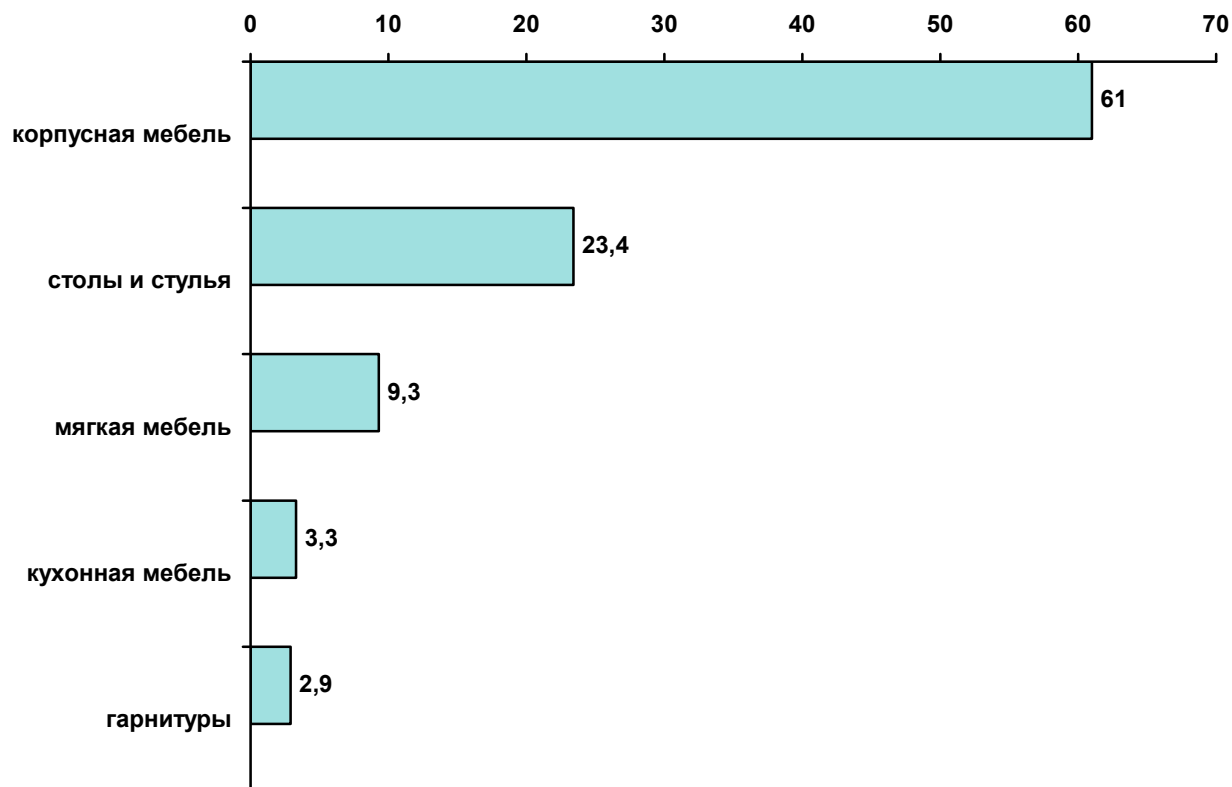


График 6.4.2. Страны - импортеры мебели, представленные на оптовом рынке в Москве.

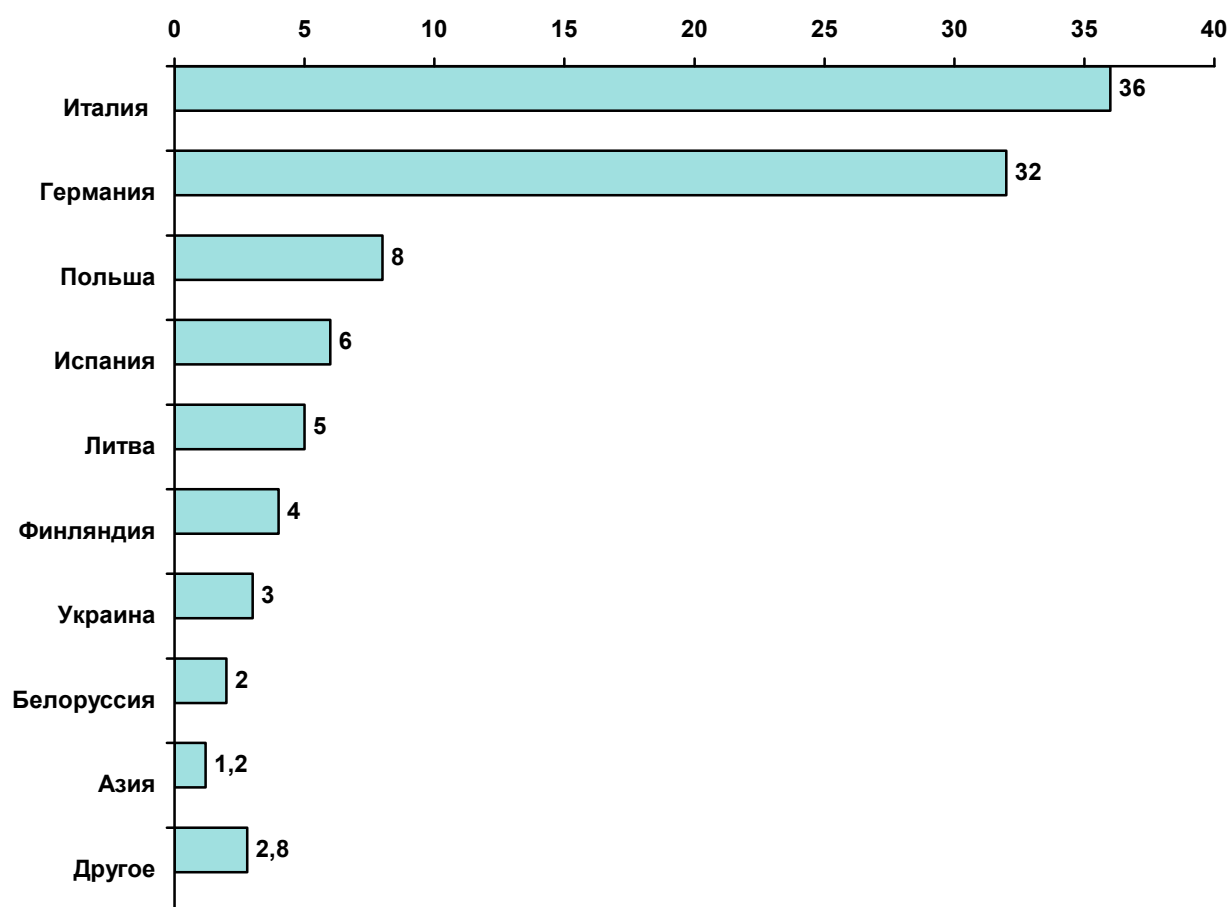
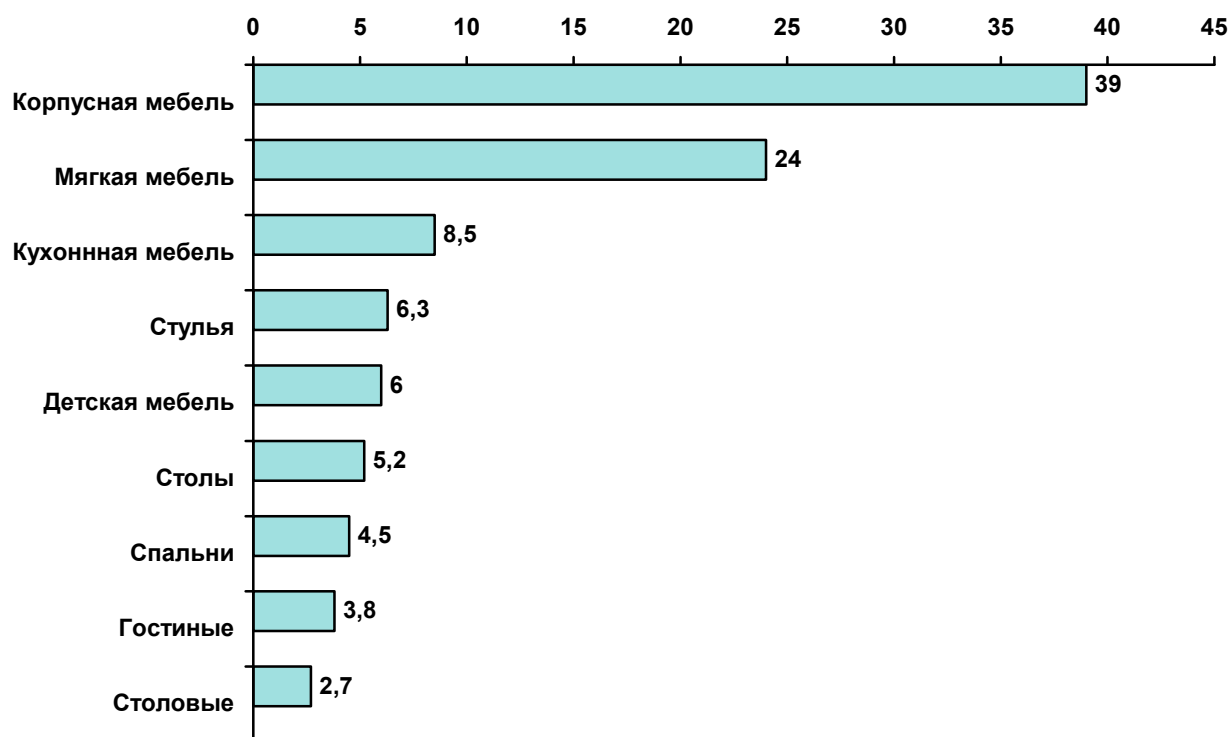
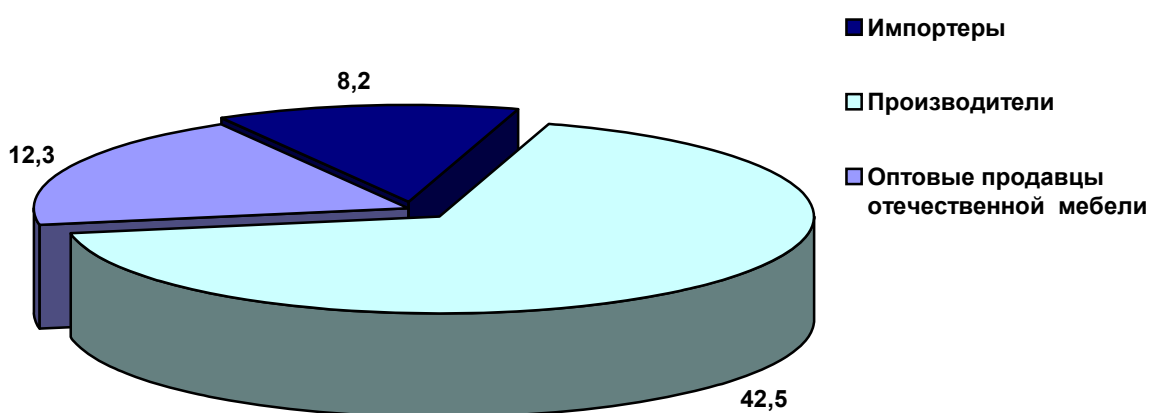


График 6.4.3. Структура импортной мебели на оптовом рынке в Москве.



Санкт-Петербург.

График 6.5. Структура оптового рынка в Санкт-Петербурге.

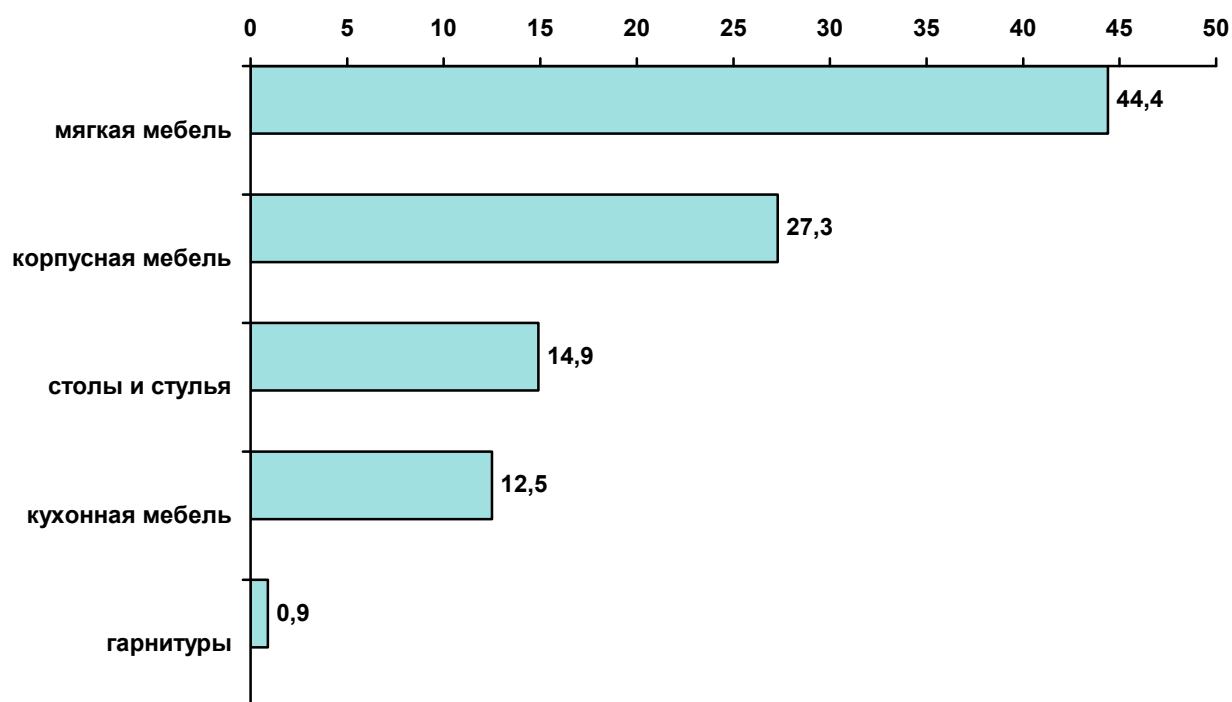


Сегодня мебель в Петербурге и Ленинградской области выпускают около 300 предприятий. Около 70% из них занимаются производством мягкой мебели, а 30% - корпусной. Однако 90% производства мебели в регионе приходится всего на несколько петербургских фирм. Это объясняется тем, что лишь отдельные производители сумели сохранить крупное производство с советских времен и накопить серьезные оборотные средства. Они производят и мягкую, и корпусную мебель. Самым значительным мебельным предприятием всего Северо-запада является ОАО МКО "Севзапмебель". Эта компания объединяет двух крупнейших производителей мебели в Северо-западном регионе: АОТ МКО "Севзапмебель" и ОАО "Ленрауамебель". Общий объем производства петербургского мебельного рынка в прошлом году специалисты оценивают в \$34 млн.

Рынок мебели в Петербурге почти окончательно сформировался. Лидеры среди производителей определены, и вряд ли ситуация изменится в ближайшее время. Например, компания "Севзапмебель" производит практически весь мебельный ассортимент - кухни, стенки, спальни, детские, офисную мебель. "Ленрауамебель" изготавливает ко всему прочему мебель из массива. "Первая мебельная фабрика" выпускает комплектующие для кухонь (фасады, столешницы), сами кухни, мебель для гостиниц и офисов. Мебельная фабрика "Терминал" специализируется на мягкой мебели. Компания "Петропрофиль" является одним из ведущих предприятий на Северо-западе России по производству мебельных фасадов и корпусной мебели.

Кроме того, в сфере производства мягкой мебели по прежнему хорошие позиции занимают предприятия "Нива", "Кристан", "МЦ-5" и "Максик Сталк", которые продают мебель не только в Петербурге, но и отправляют часть своей продукции за рубеж. Среди производителей кухонной и офисной мебели можно выделить и компании "Опытно-экспериментальную мебельную фабрику", "Ресурс", "Элегию" и "Стайлинг".

График 6.5.1. Структура производства мебели в Санкт-Петербурге.



Несмотря на определенную положительную динамику роста продаж, производители Петербурга отмечают серьезные проблемы сбыта. Это связано, во-первых, с нехваткой ресурсов для обновления парка станков и, во-вторых, с увеличением проникновения в страну "серого" импорта. В основном "серый импорт" проникает из Польши через границу России с Белоруссией, где не взимаются ввозные пошлины. Выдерживать конкуренцию с ним отечественным предприятиям помогает применение современных новейших технологий и нового (а также восстановленного) оборудования, ввозимого преимущественно из Финляндии, Италии и Германии, а также, разумеется, низкие ставки оплаты труда рабочих. Поэтому, например, кожаные диваны, изготовленные на предприятиях "Нива", "Терминал", "Кристан" или кухни бизнес - и эконом - класса в 1,5 - 2 раза дешевле итальянских аналогов.

Надо признать, что хотя в целом петербургский мебельный рынок имеет положительную динамику развития, его отдельные сектора развиваются неравномерно. Например, в сегменте элитной мебели господствуют итальянские и испанские производители. Активно продаются изделия из Германии и Финляндии. Стала появляться экзотическая северо - и южноамериканская мебель (1,4 % объема продаж импортной мебели).

График 6.5.2. Страны - импортеры мебели, представленные на оптовом рынке в Санкт-Петербурге.

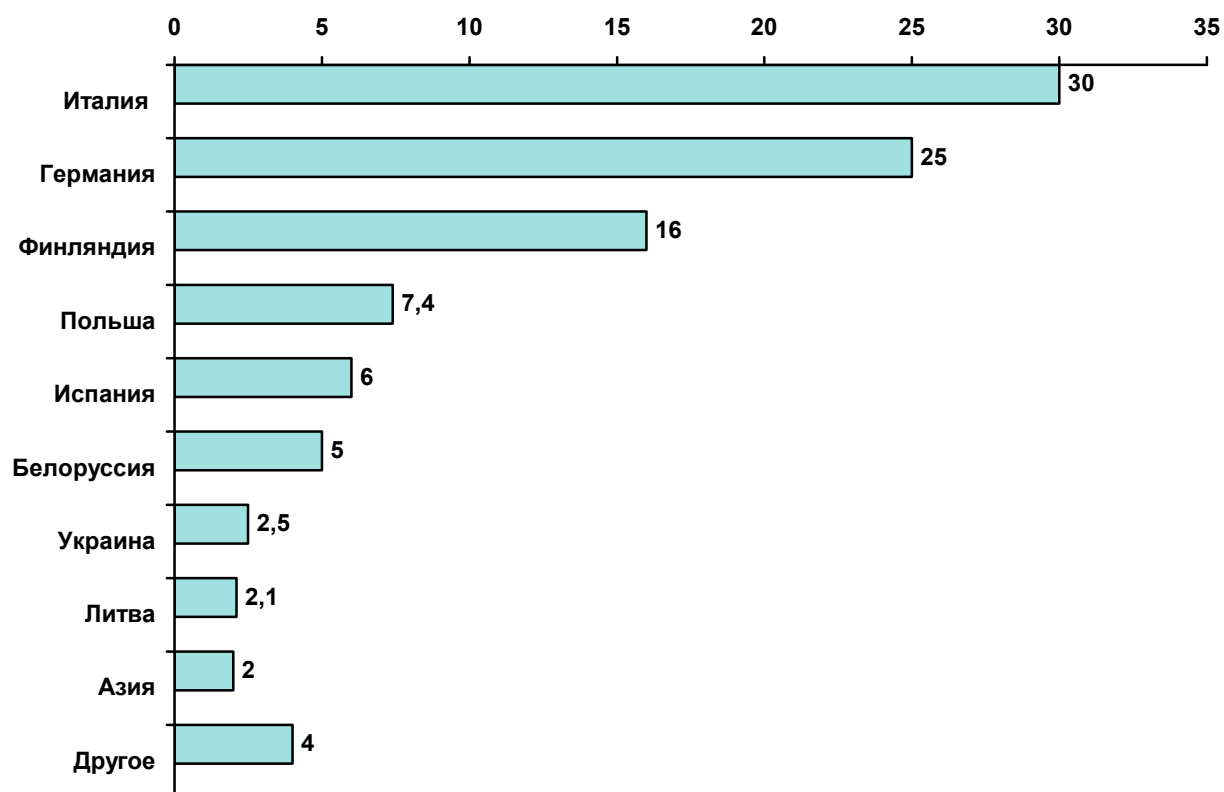
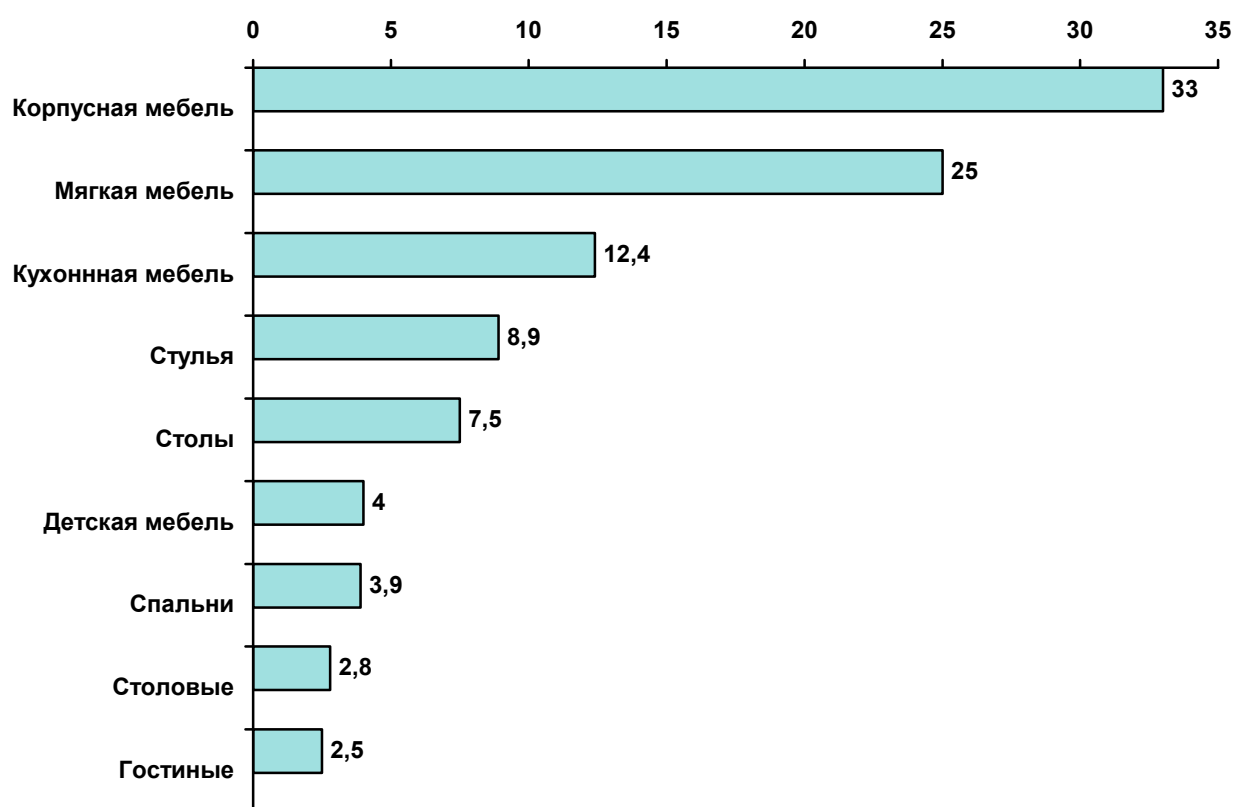


График 6.5.3. Структура импорта на оптовом рынке Санкт-Петербурга.



Северо-западный регион.

Оптовый рынок Северо-западного региона плохо развит. На рынке мало операторов, поэтому представлять результаты по каждому городу данного региона не целесообразно. В связи с этим, в отчете представлены данные по Северо-западу (кроме Петербурга) России в целом.

График 6.6. Структура оптового рынка Северо-западного региона.

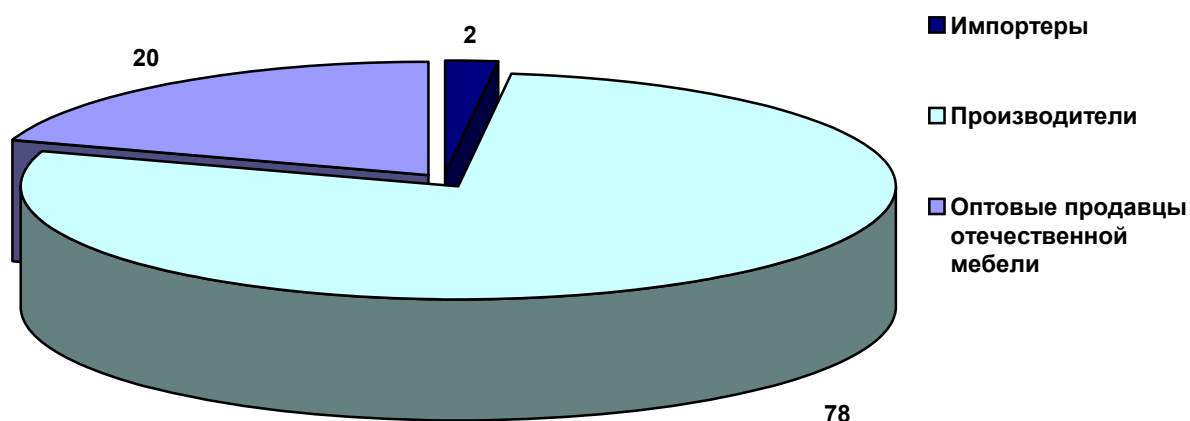


График 6.6.1. Структура производства мебели в Северо-западном регионе.

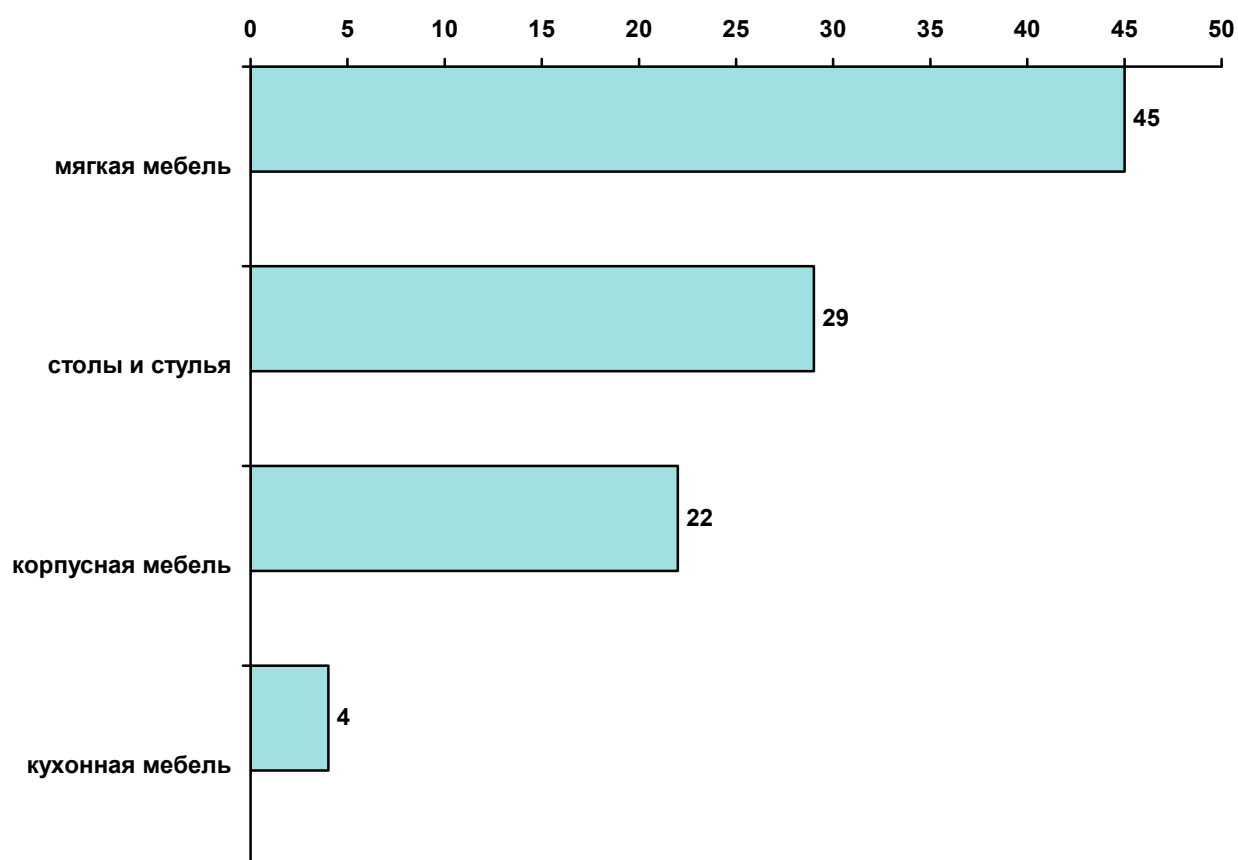
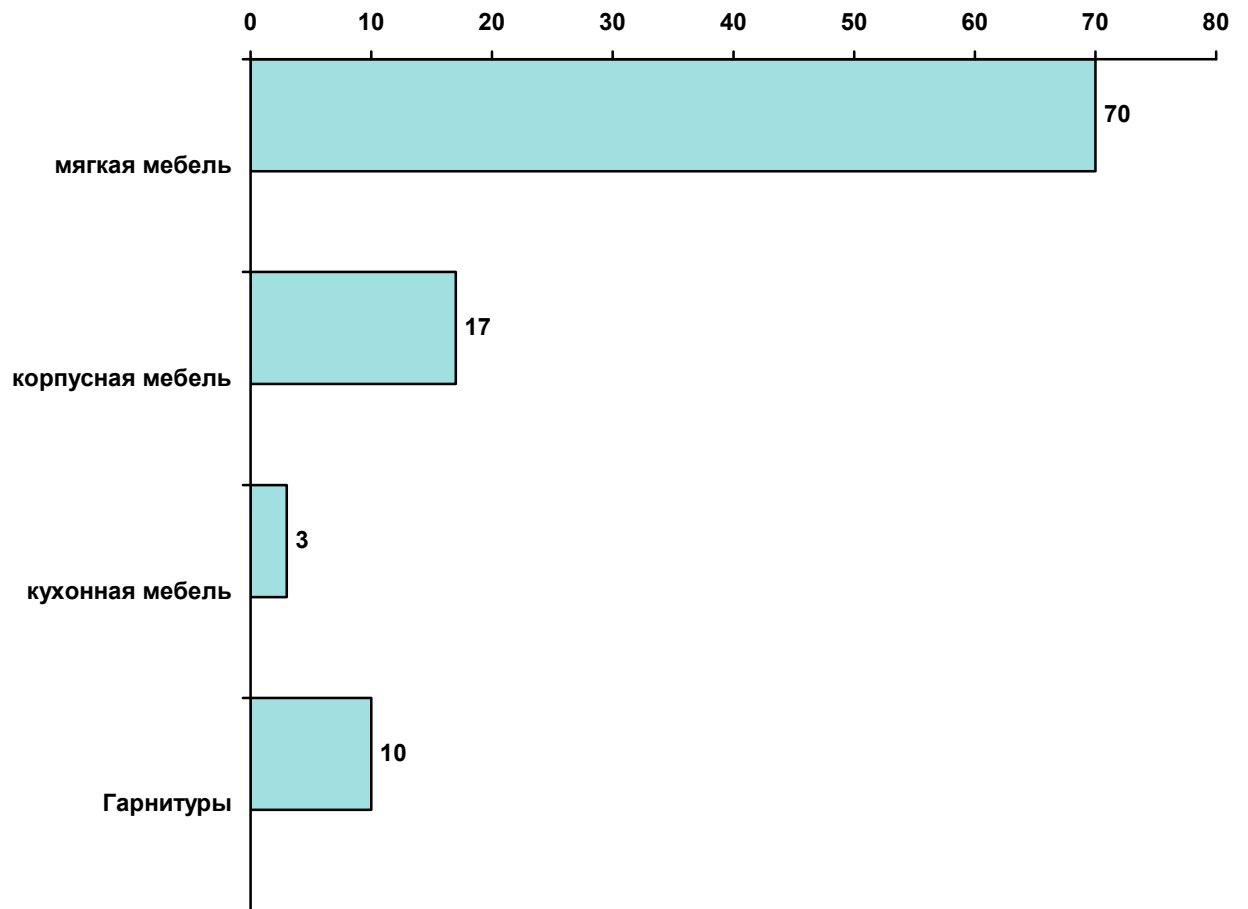


График 6.6.2. Структура импорта на оптовом рынке Северо-запада.



Самара.

График 6.7. Структура оптового рынка Самары.

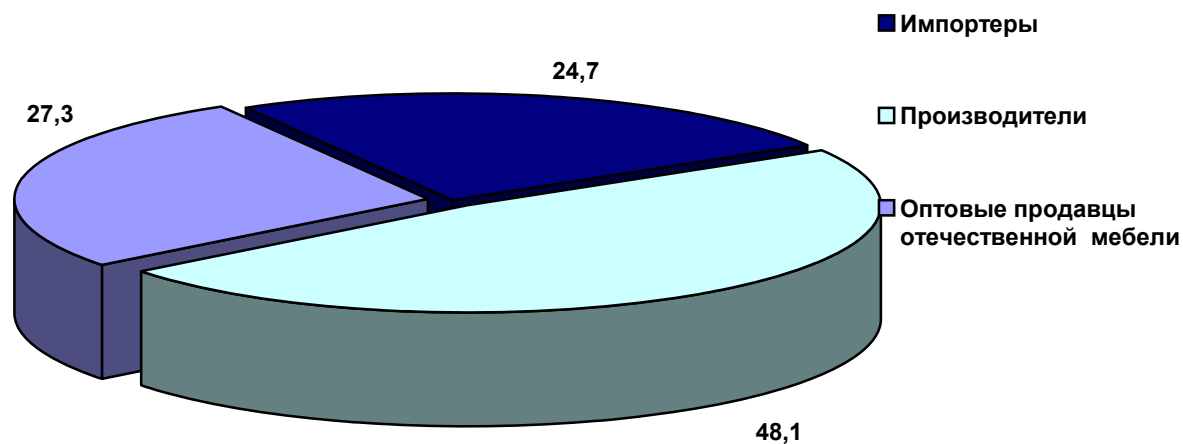


График 6.7.1. Структура производства мебели на рынке Самары.

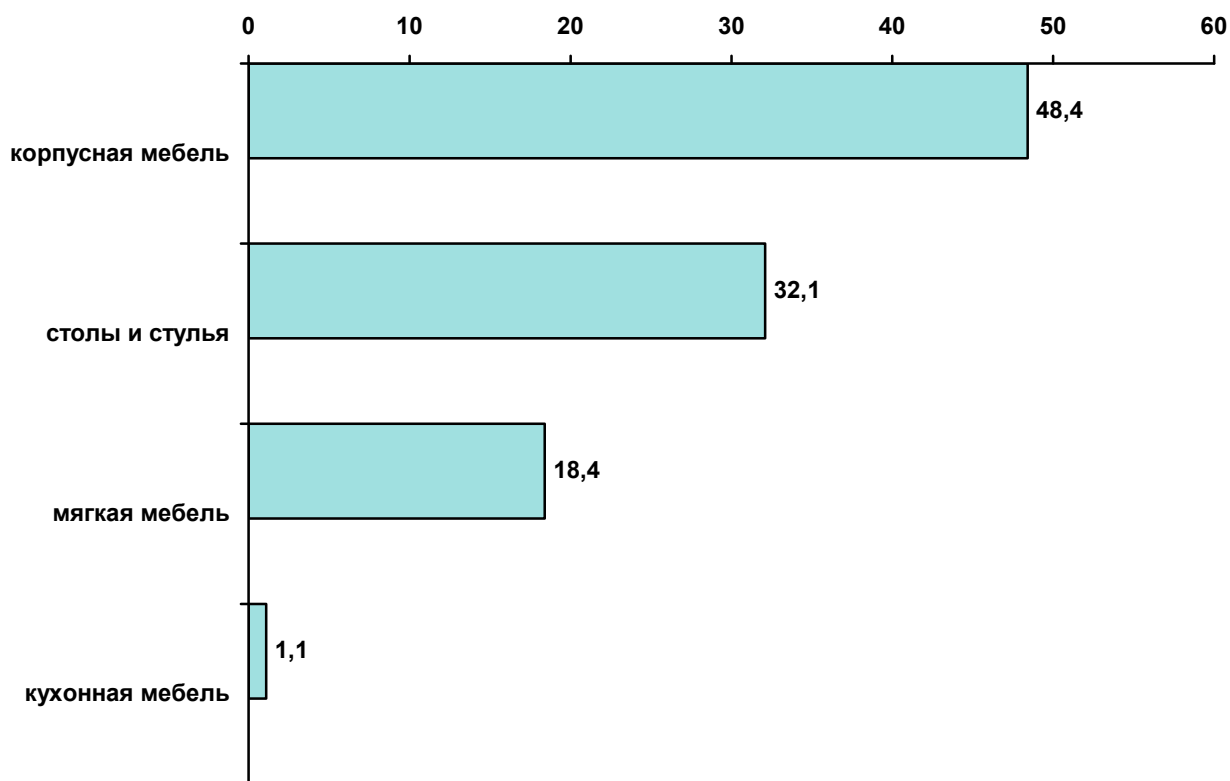


График 6.7.2. Страны - импортеры мебели, представленные на оптовом рынке Самары.

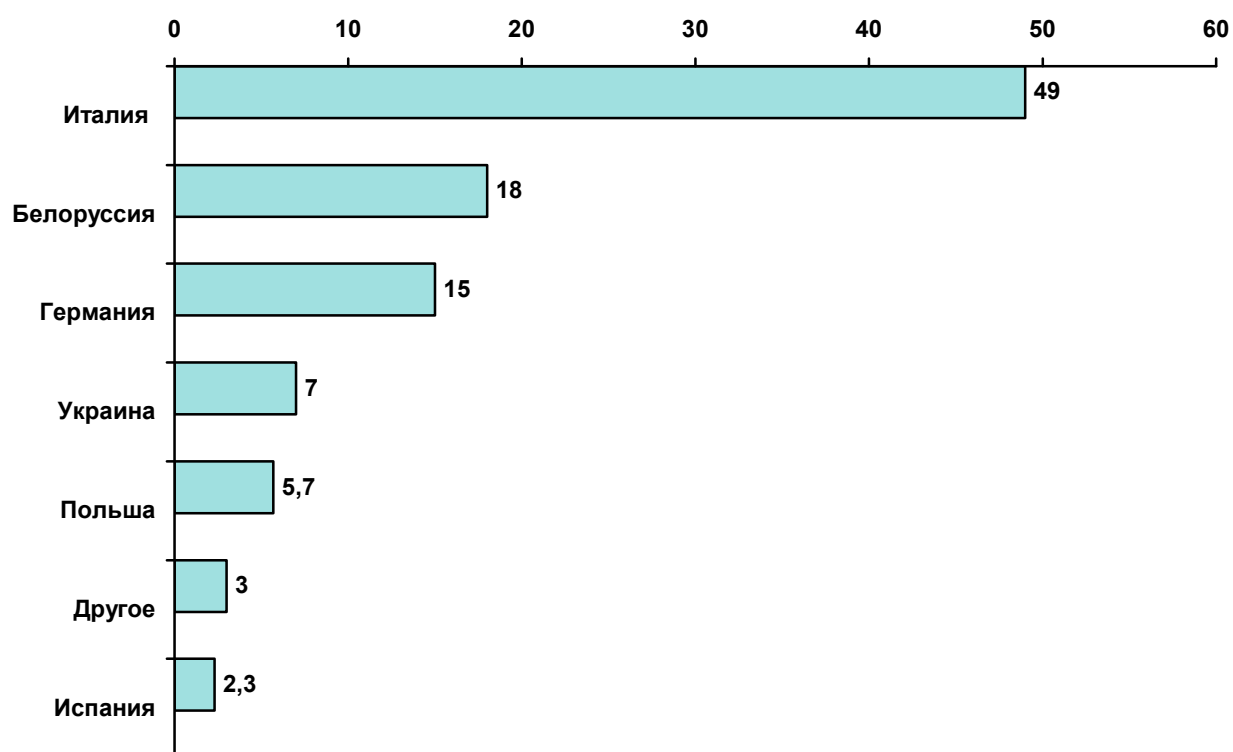
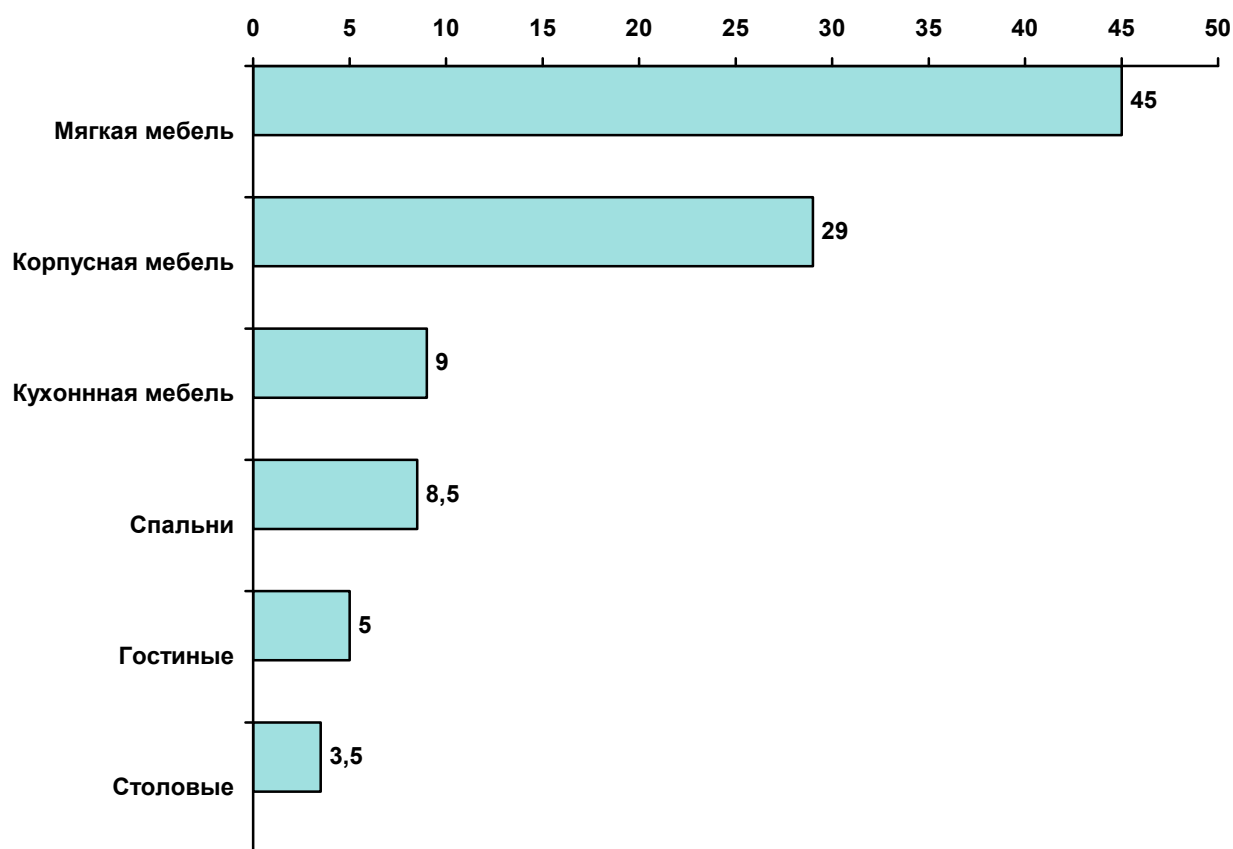


График 6.7.3. Структура импорта на оптовом рынке Самары.



Нижний Новгород.

График 6.8. Структура оптового рынка в Нижнем Новгороде.

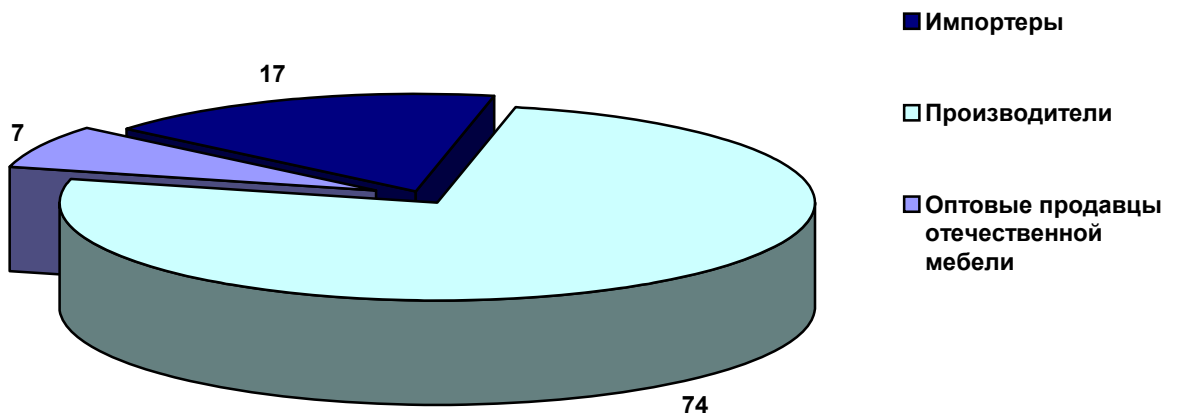


График 6.8.1. Структура производства мебели в Нижнем Новгороде.

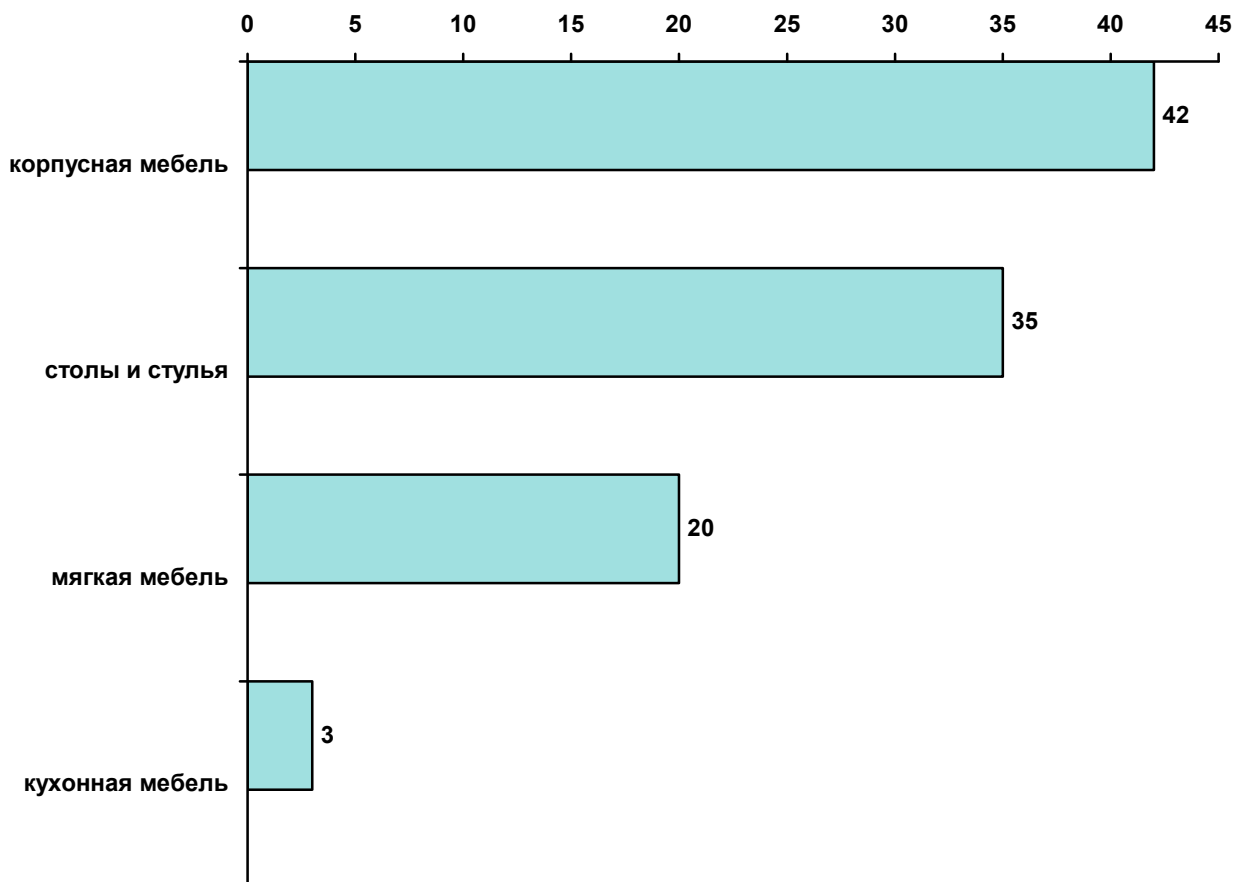


График 6.8.2. Страны - импортеры мебели, представленные на оптовом рынке в Нижнем Новгороде.

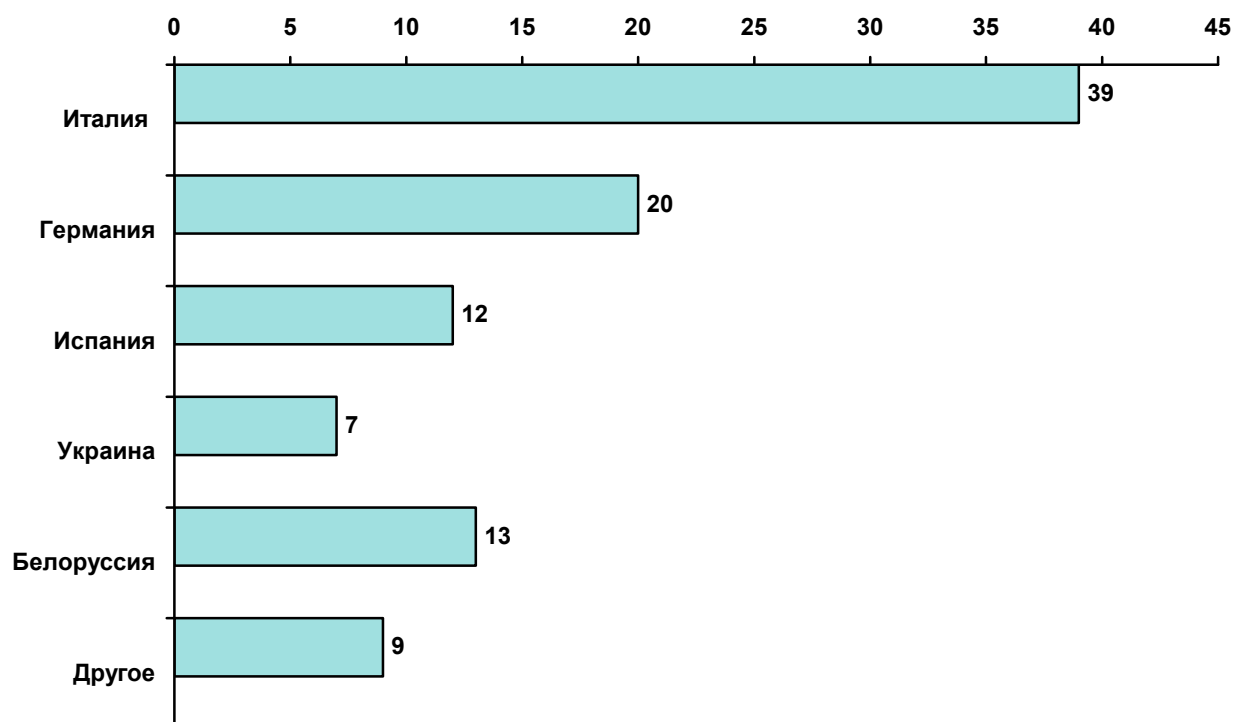
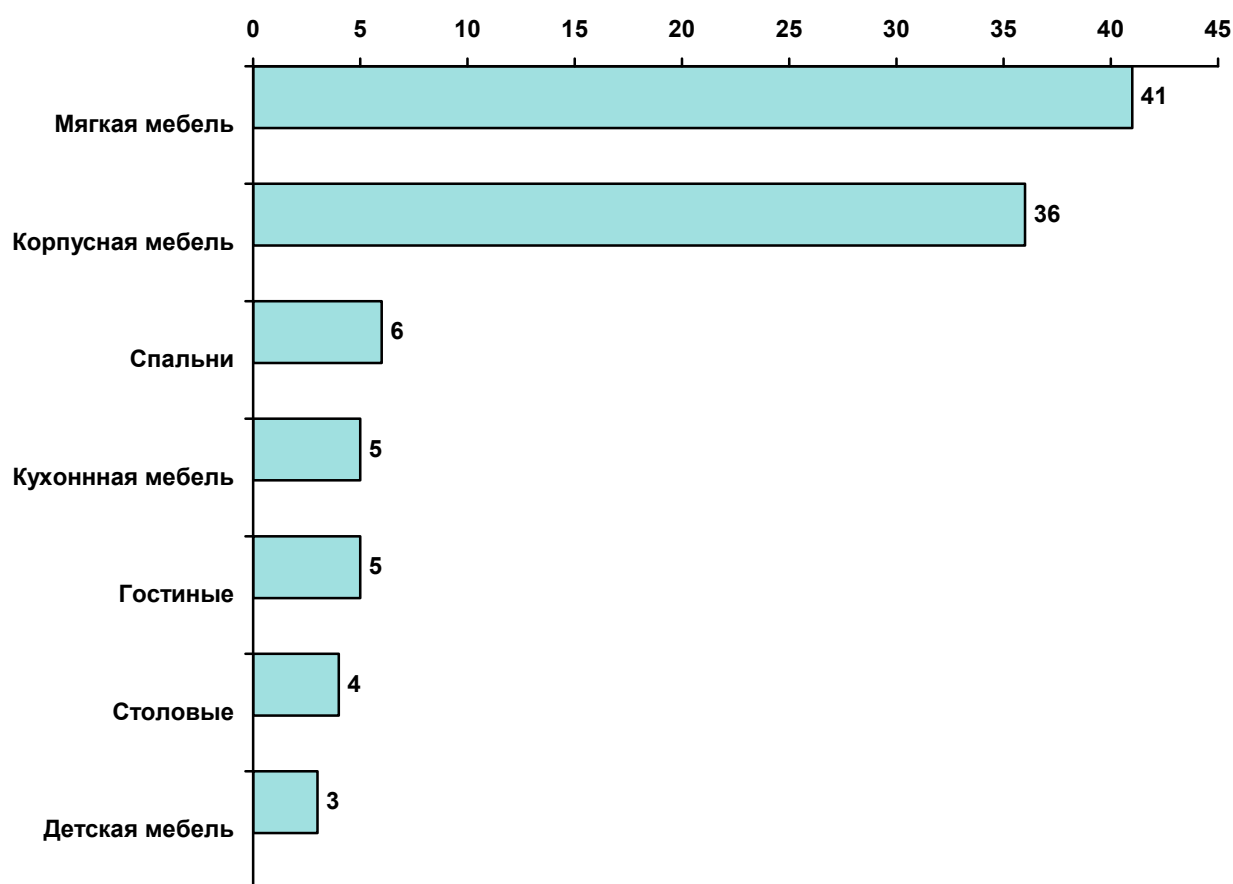


График 6.8.3. Структура импорта на оптовом рынке Нижнем Новгороде.



Екатеринбург.

График 6.9. Структура оптового рынка Екатеринбурга.

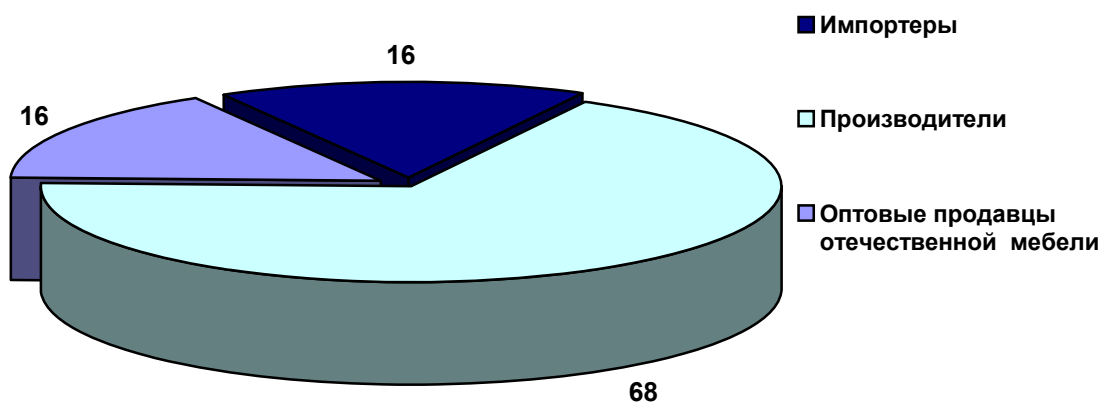


График 6.9.1. Структура производства мебели в Екатеринбурге.

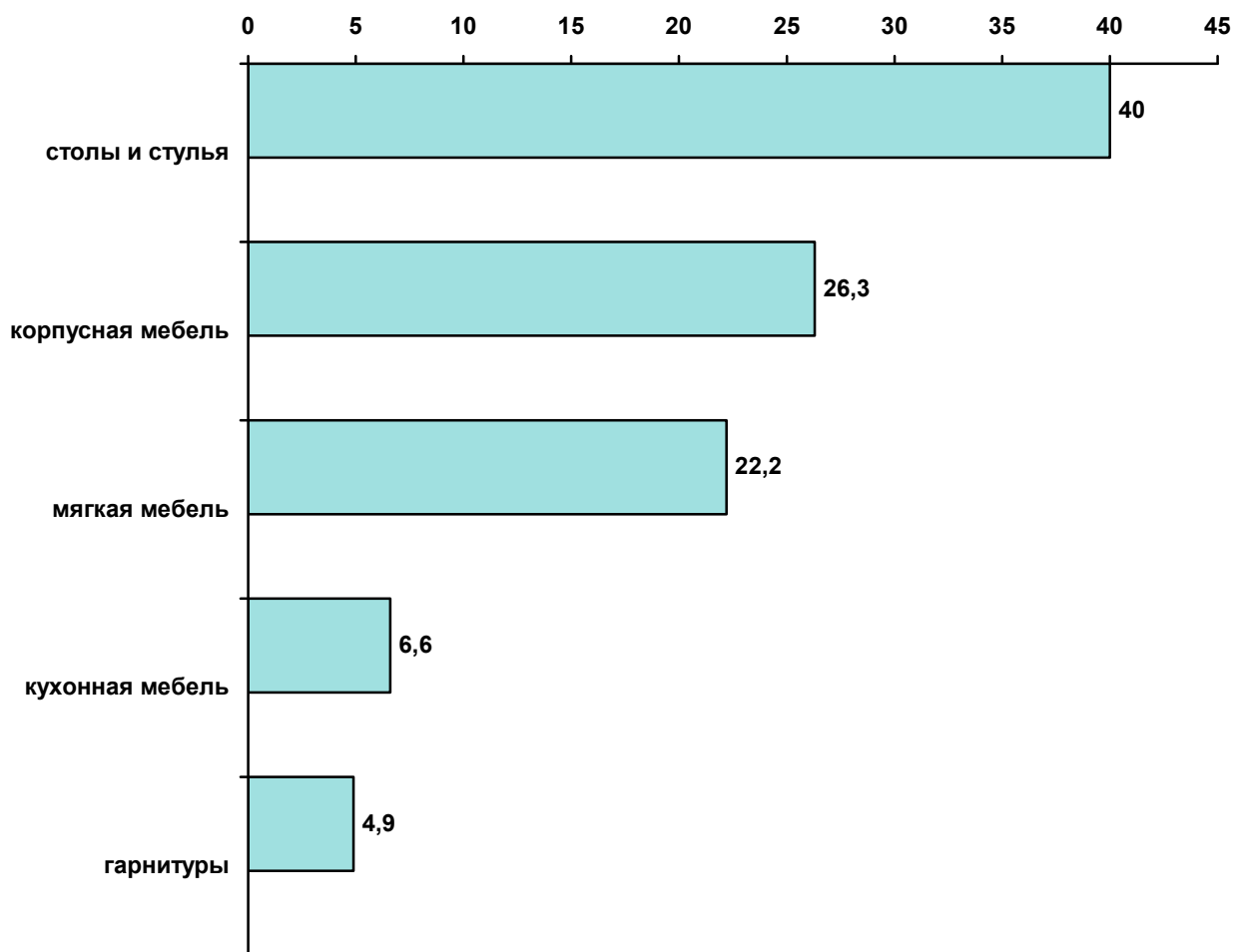


График 6.9.2. Страны - импортеры мебели, представленные на оптовом рынке в Екатеринбурге.

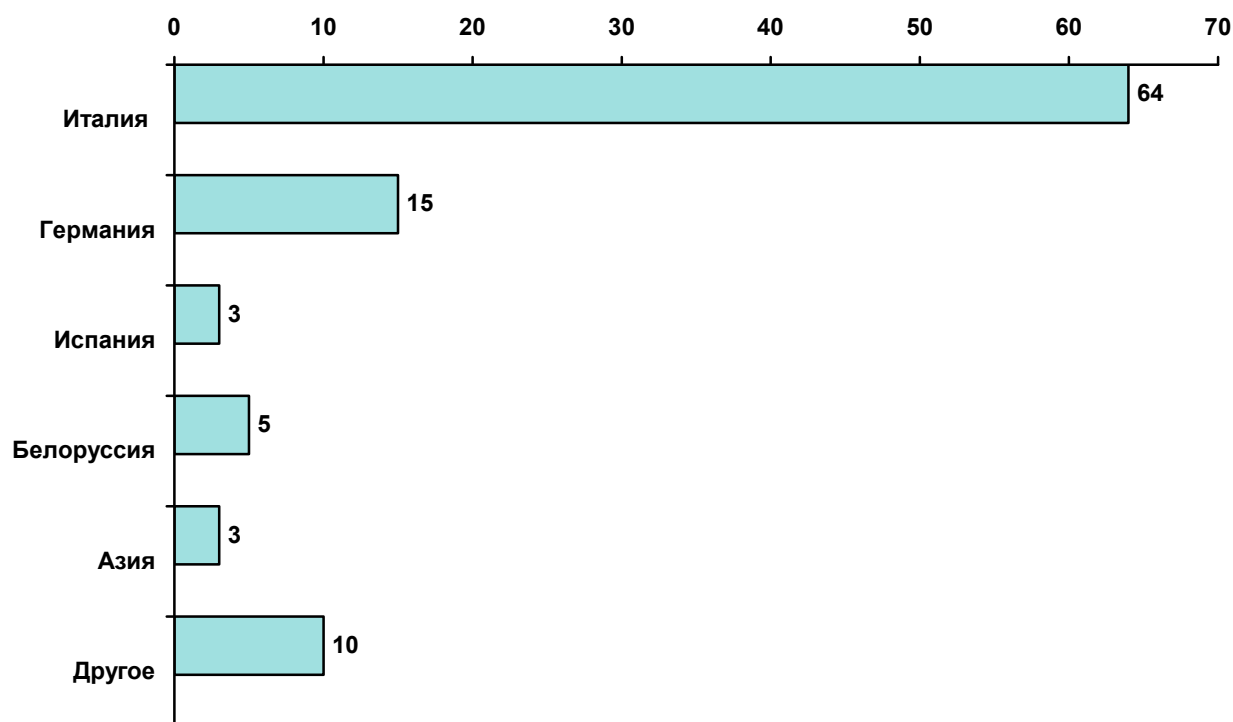
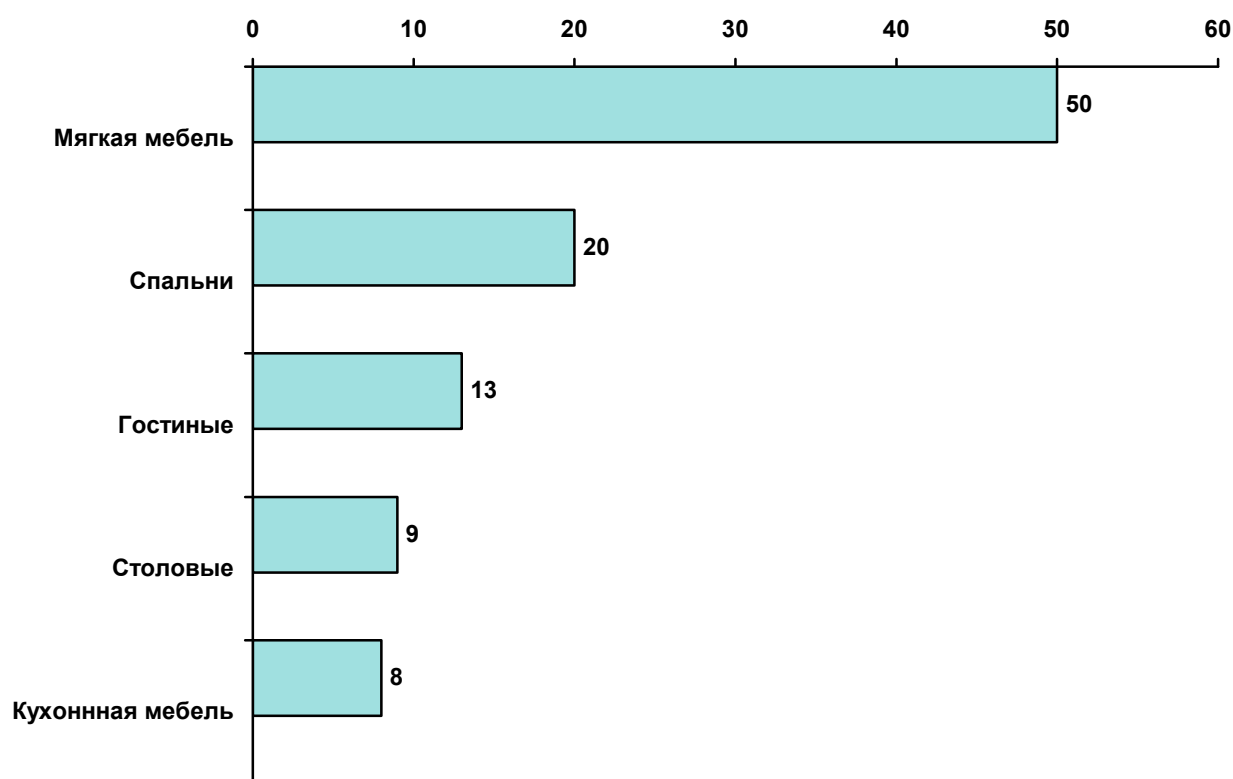


График 6.9.3. Структура импортной мебели на оптовом рынке в Екатеринбурге.



Новосибирск.

График 6.10. Структура оптового рынка в Новосибирске.

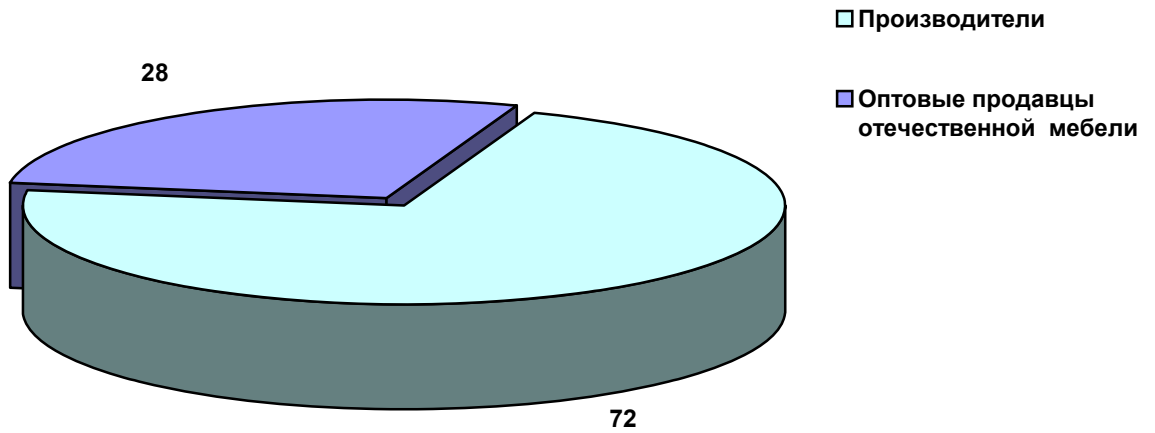
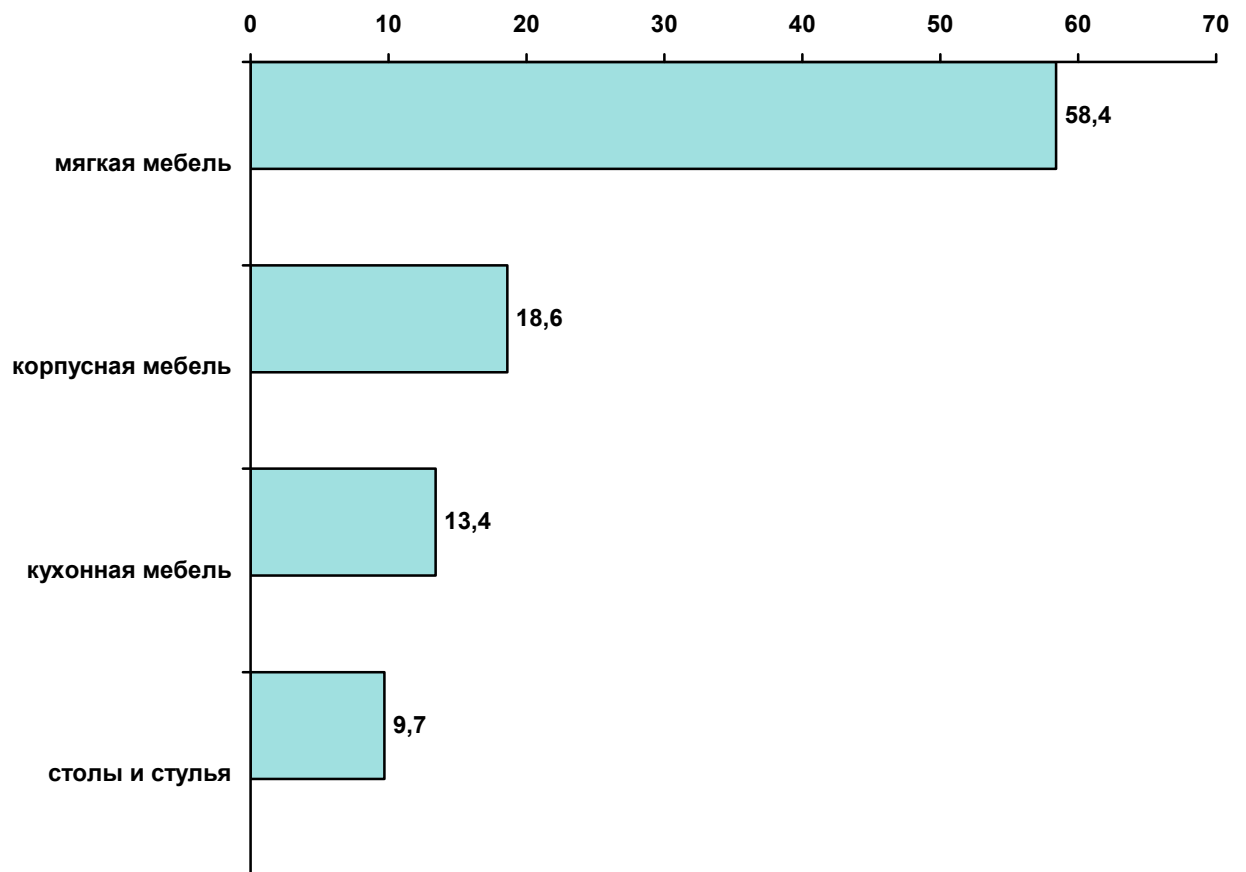


График 6.10.1. Структура производства мебели в Новосибирске.



Иркутск.

График 6.11. Структура оптового рынка Иркутска.

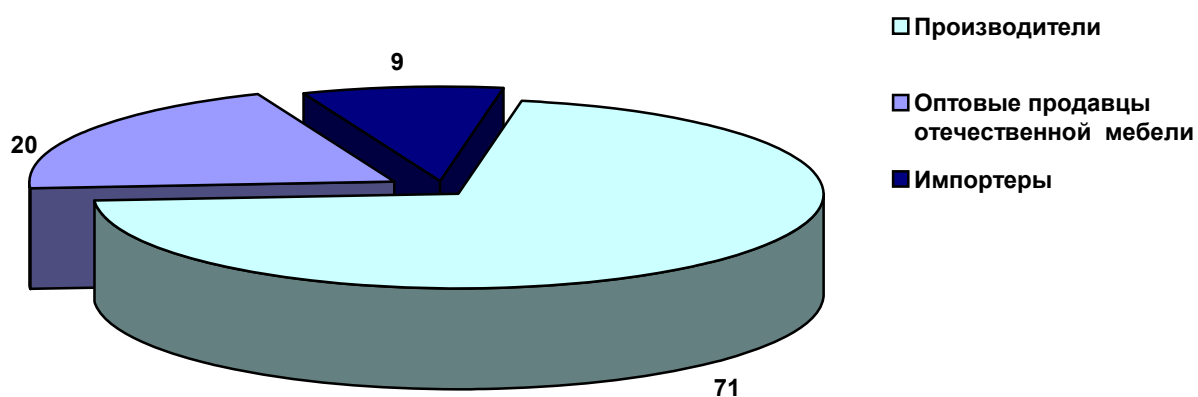


График 6.11.1. Структура производства мебели в Иркутске.

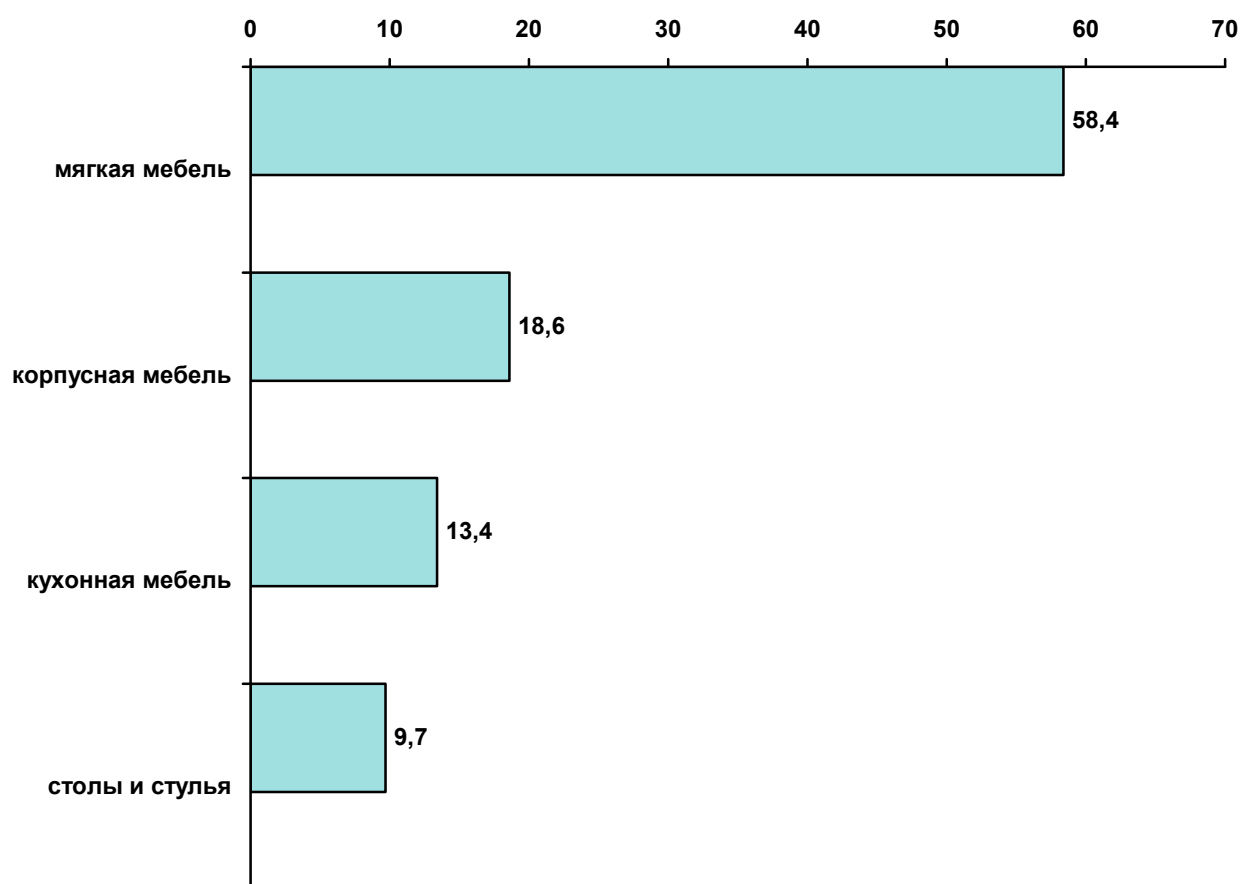


График 6.11.2. Страны - импортеры мебели, представленные на оптовом рынке в Иркутске.

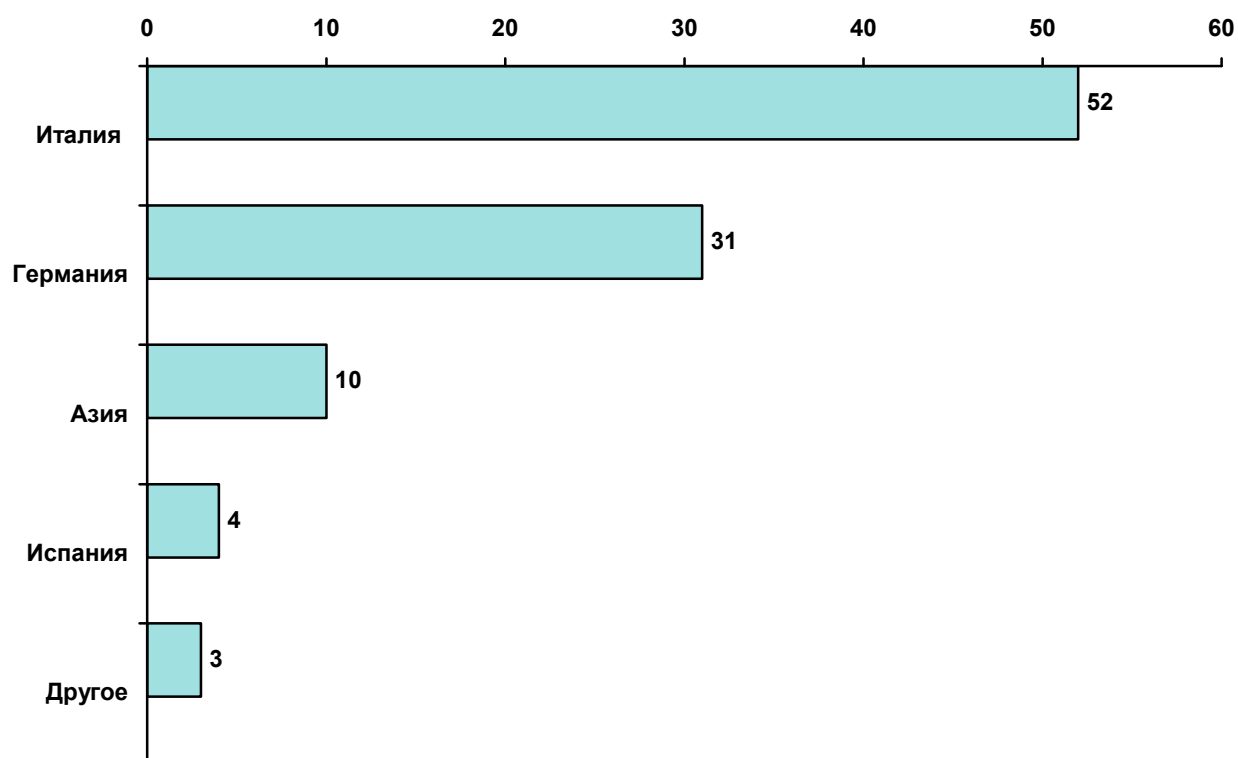
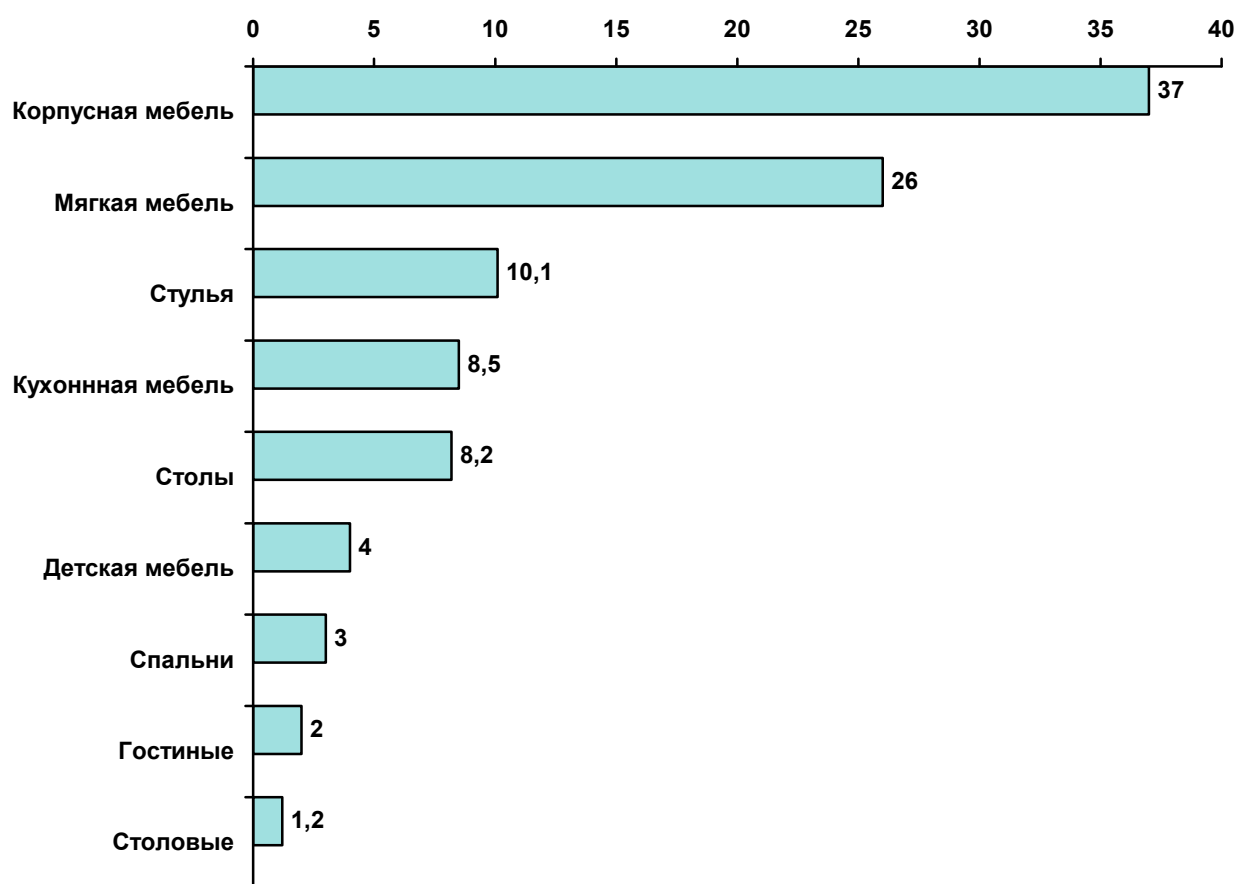
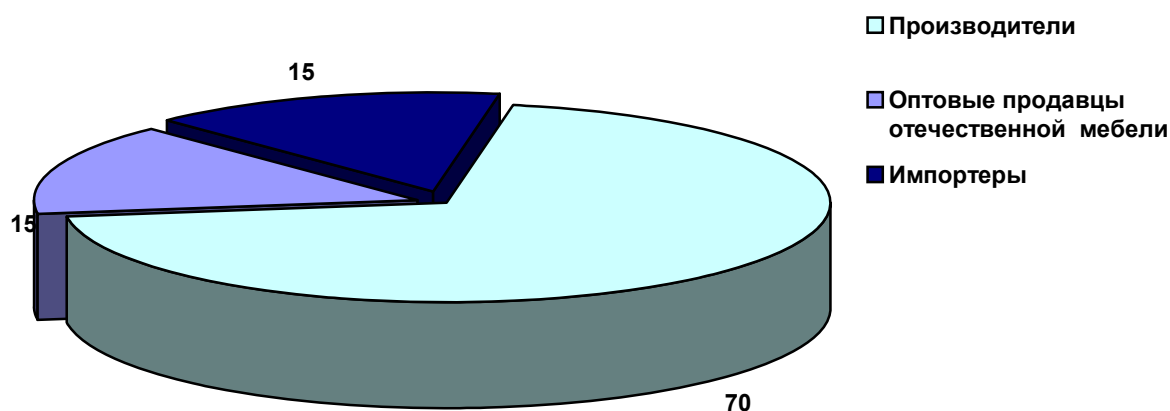


График 6.11.3. Структура импорта на оптовом рынке Иркутска.



Владивосток.

График 6.12. Структура оптового рынка во Владивостоке.



Мебельный рынок Владивостока представлен двумя компаниями Мизгирь и Ю-Эс-Би. Все остальные – не являются конкурентоспособными, поэтому, несмотря на хорошую представленность во Владивостоке различных типов мебели, там практически отсутствует мебель местного производства.

Мебельный рынок Сибири и Дальнего Востока не в полной мере отвечает спросу. В продаже практически отсутствуют высококачественные недорогие единичные изделия отечественного производства, например, такие, как столы, шкафы, полки, трюмо и другие штучные изделия, рассчитанные на покупателя со средним достатком.

Ряд экспертов считает, что предлагаемой ассортимент не отвечает спросу из-за несоответствия мебели размерам площади квартир, а 26,7% указывают на несоответствие цены уровню качества (не устраивают качество изготовления и отделки, применяемые материалы и фурнитура, цветовое решение и однообразие дизайнерских решений).

Доля импортной мебели на рынке Сибири и Дальнего Востока составляет почти 50%, рынок характеризуется высокой насыщенностью и, как следствие, значительной конкуренцией.

График 6.12.1. Структура производства мебели во Владивостоке.

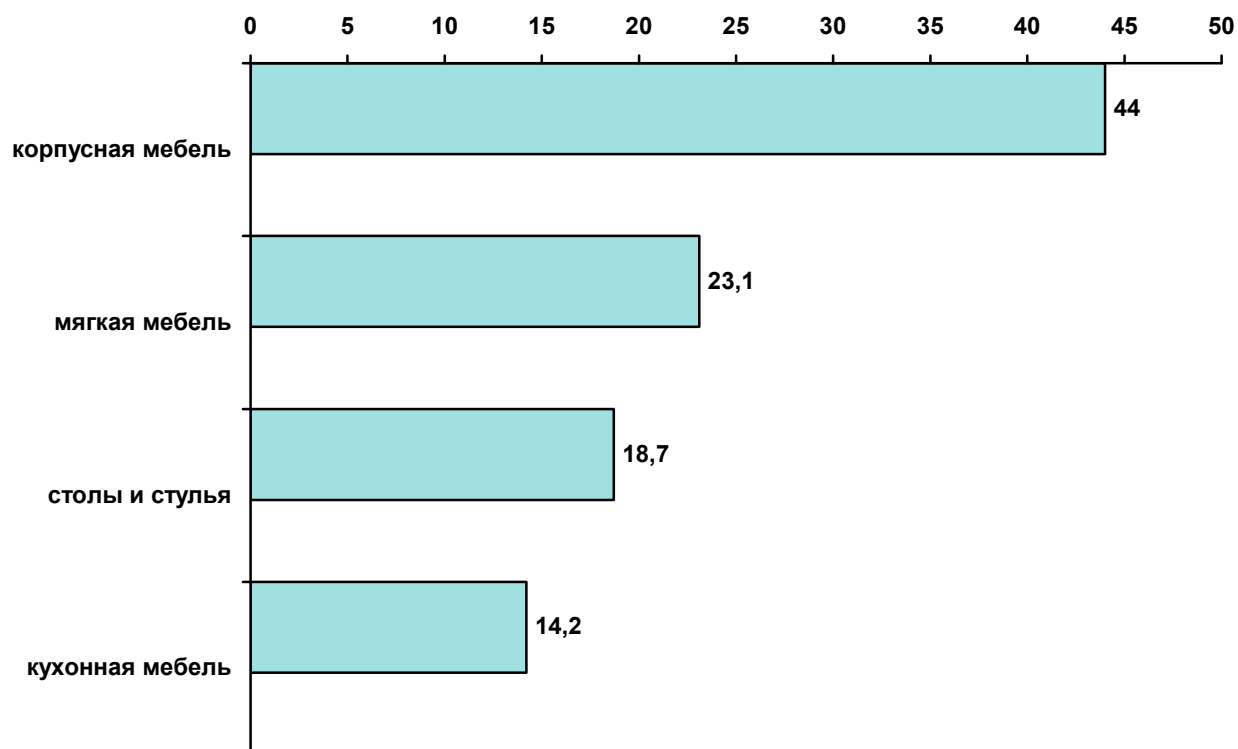


График 6.12.2. Страны - импортеры мебели, представленные на оптовом рынке во Владивостоке.

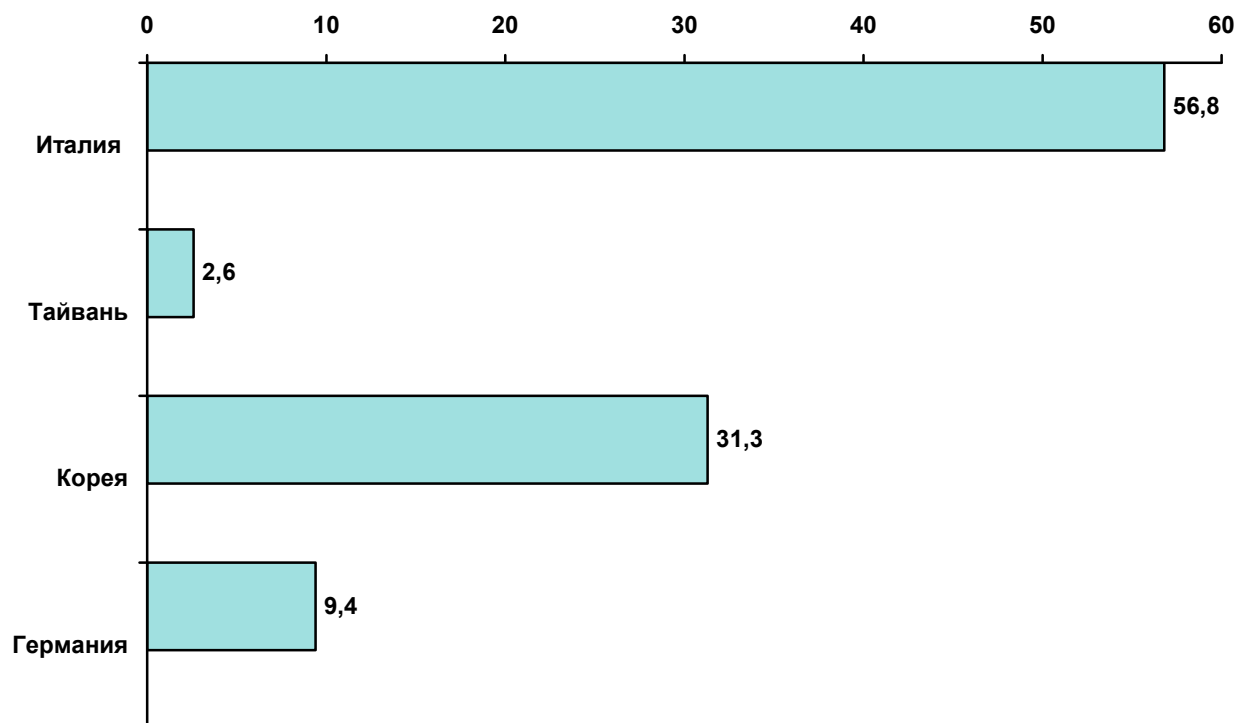
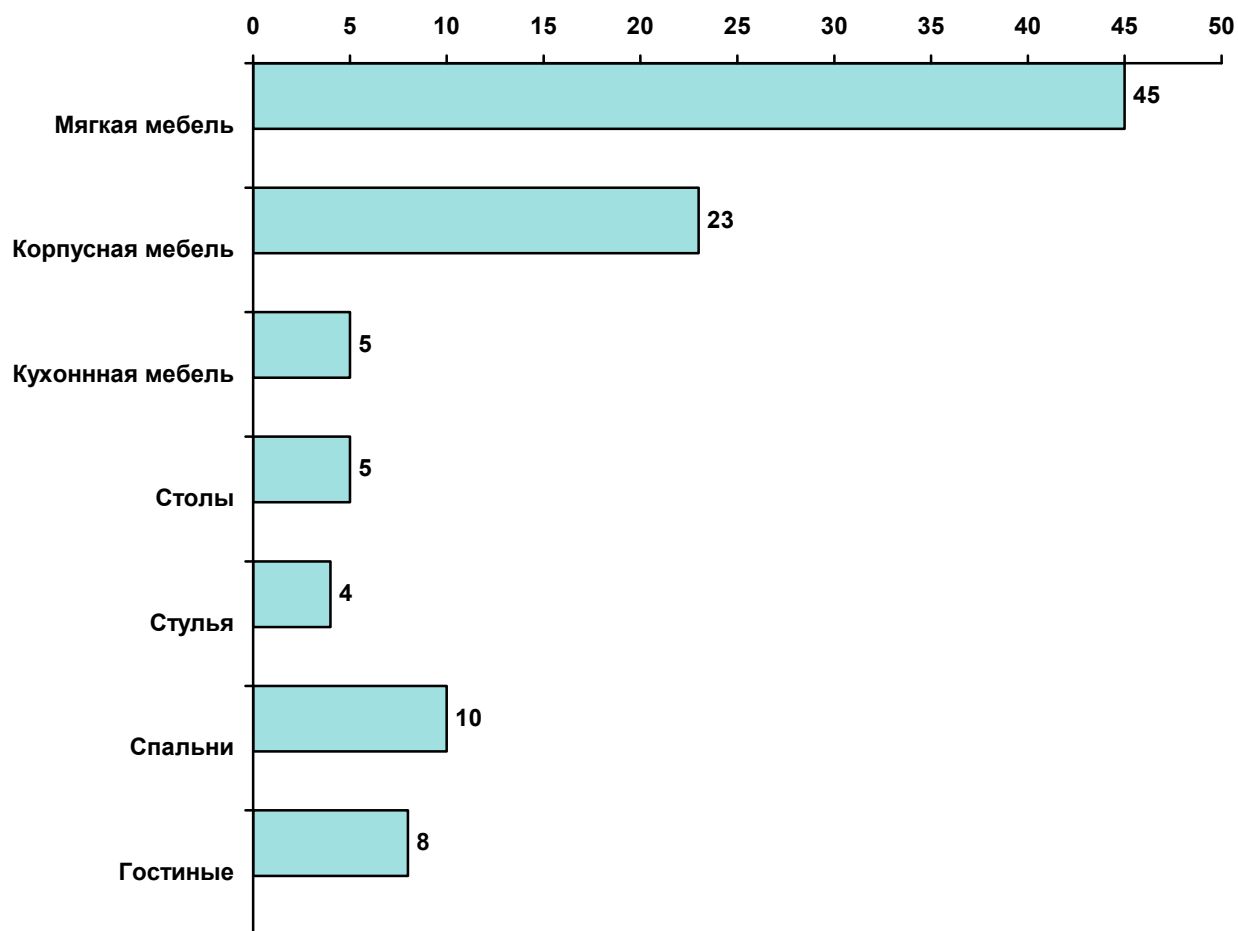


График 6.12.3. Структура импорта на оптовом рынке во Владивостоке.



Глава 7. Розничное предложение мебели на российском рынке.

График 7.1. Соотношение отечественной и импортной мебели на российском розничном рынке.

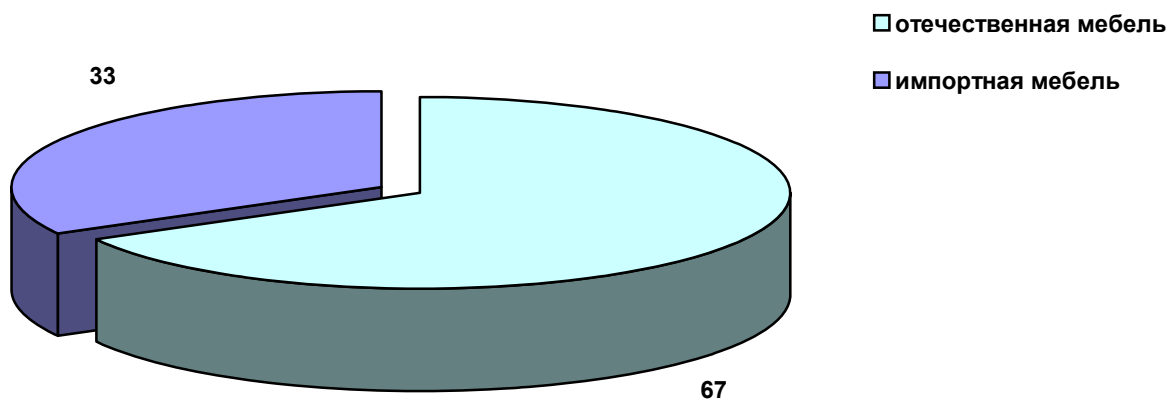


График 7.2. Доли мебели различных стран на розничном рынке России.

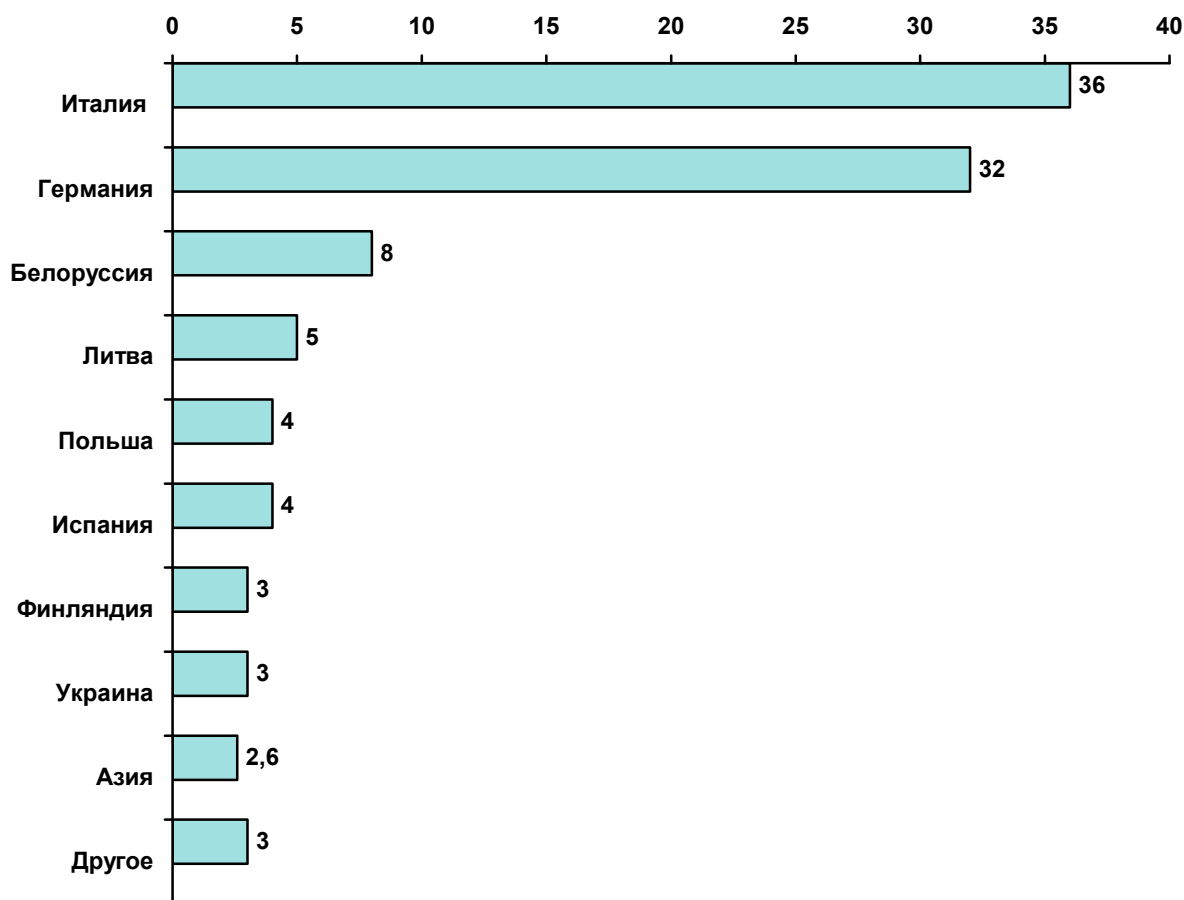
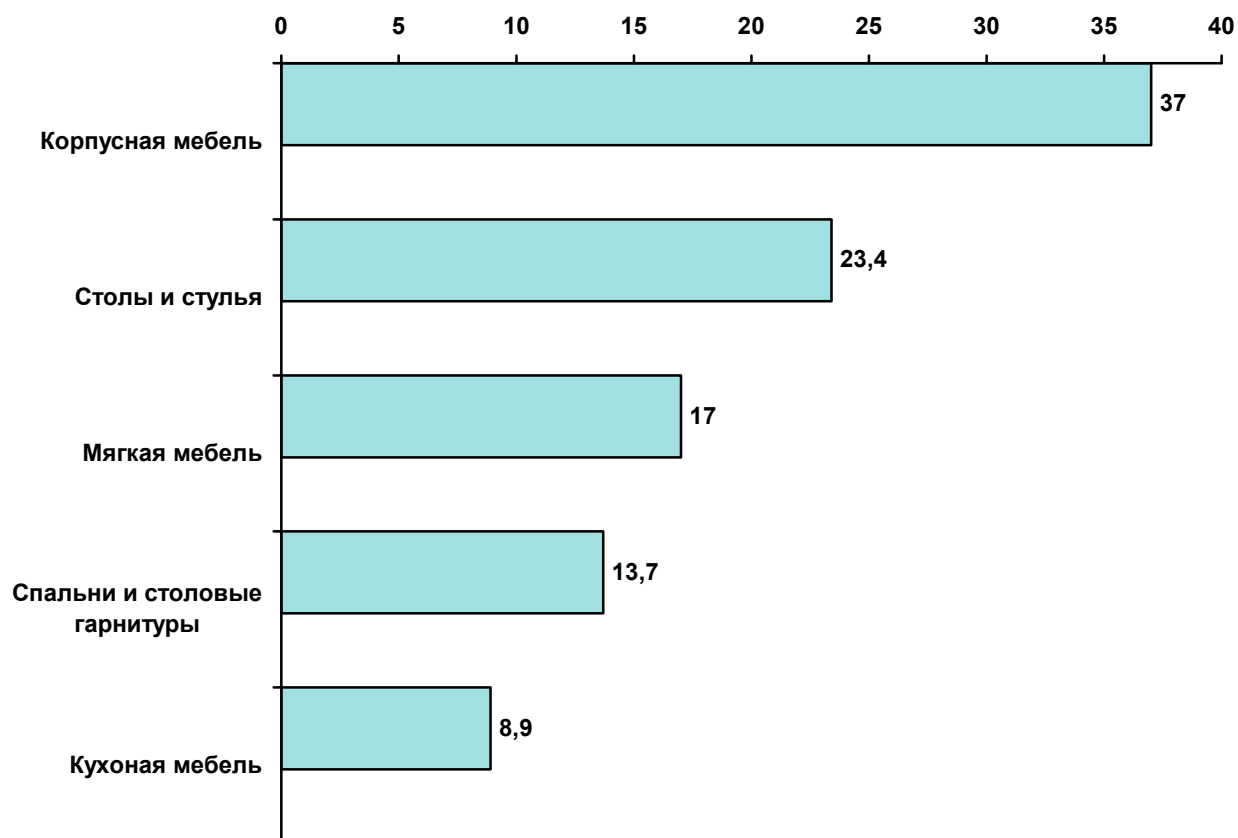


График 7.3. Структура импортной мебели на розничном рынке России.



Региональные особенности розничного рынка России.

Москва.

График 7.4. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Москвы.

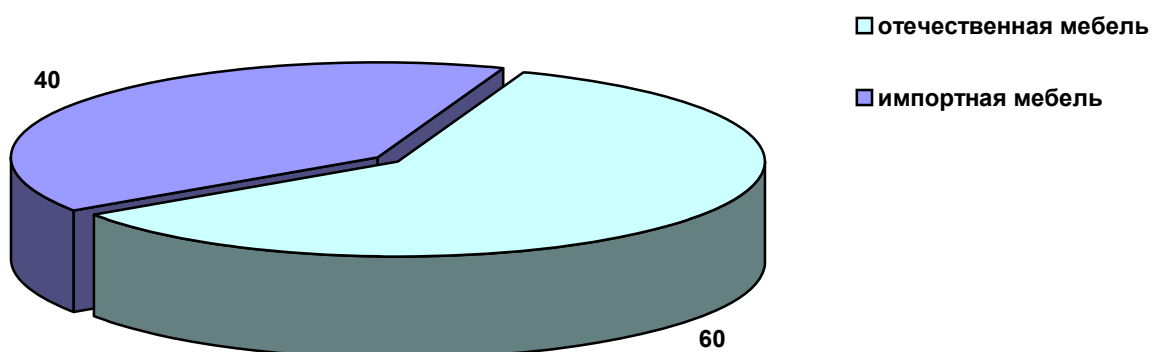


График 7.4.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Москвы.

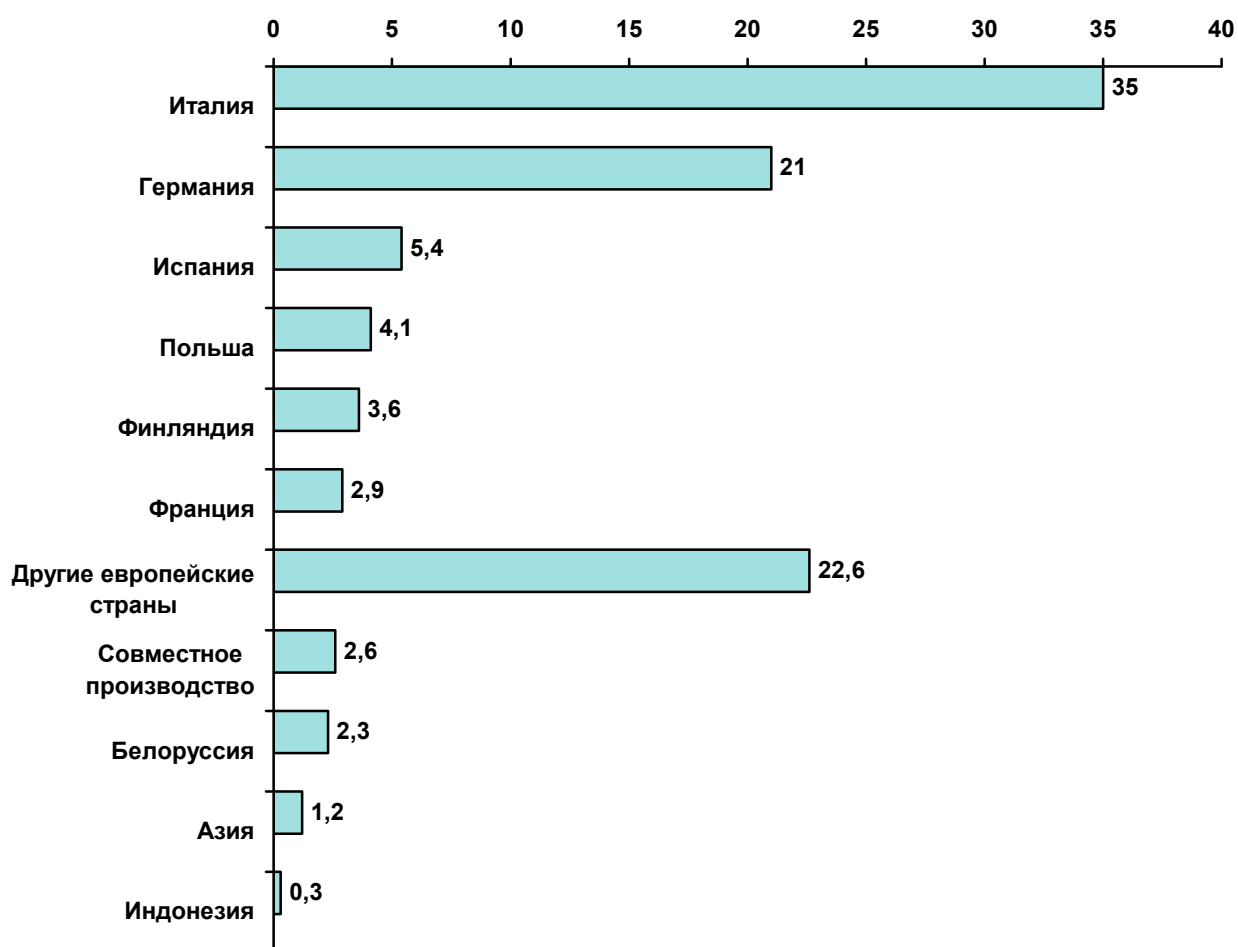
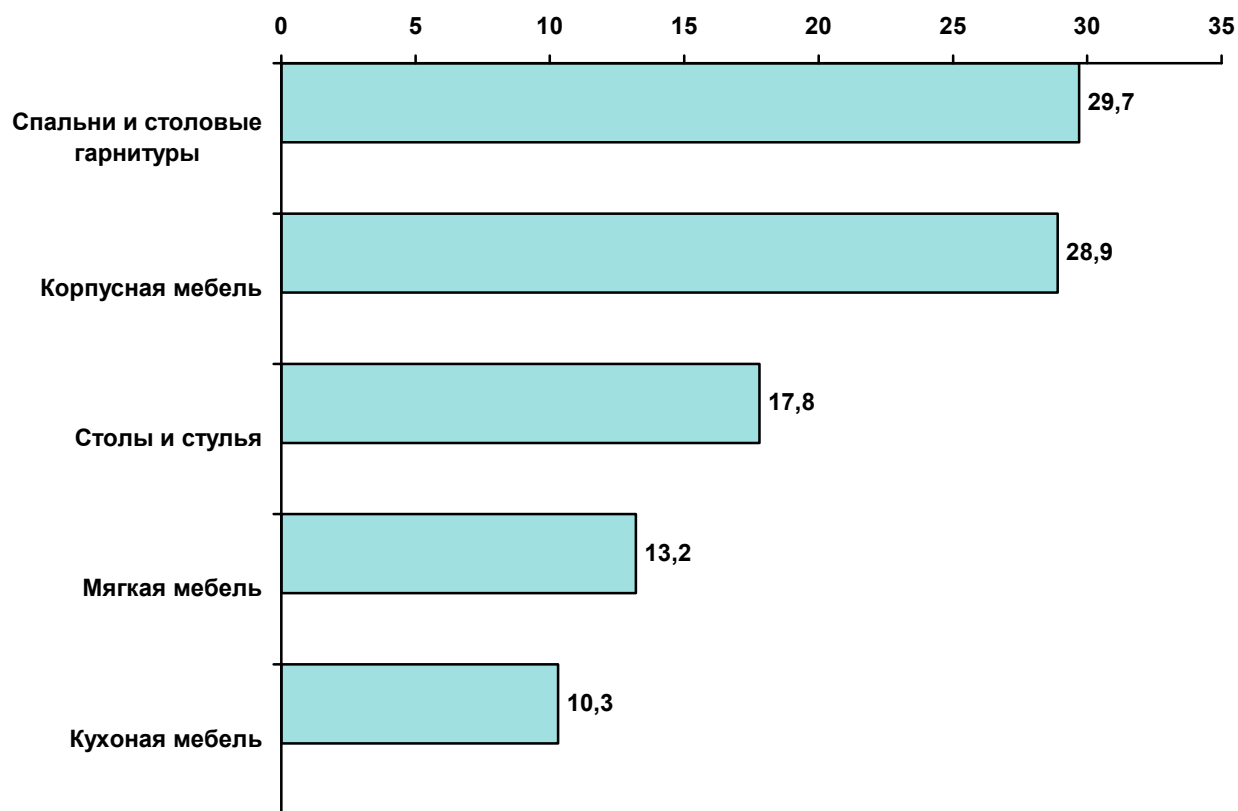


График 7.4.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Москвы.



Санкт-Петербург.

График 7.5. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Санкт-Петербурга.

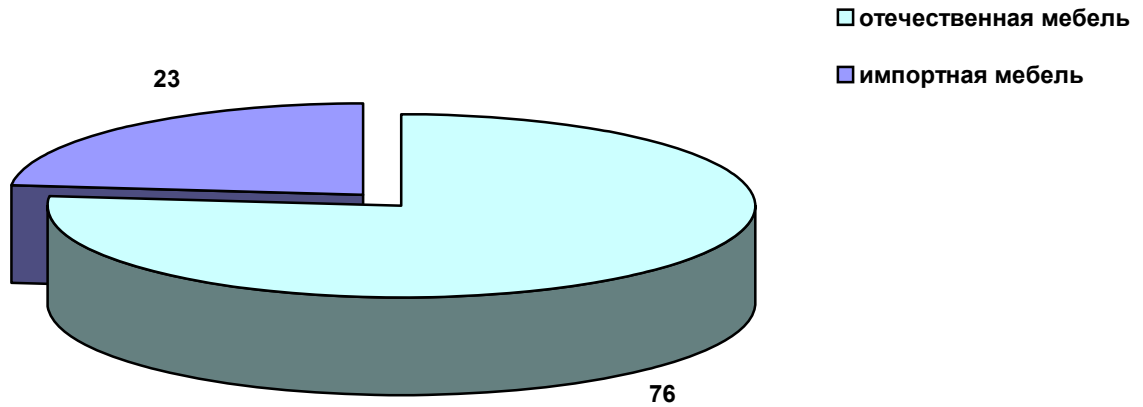


График 7.5.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Санкт-Петербурга.

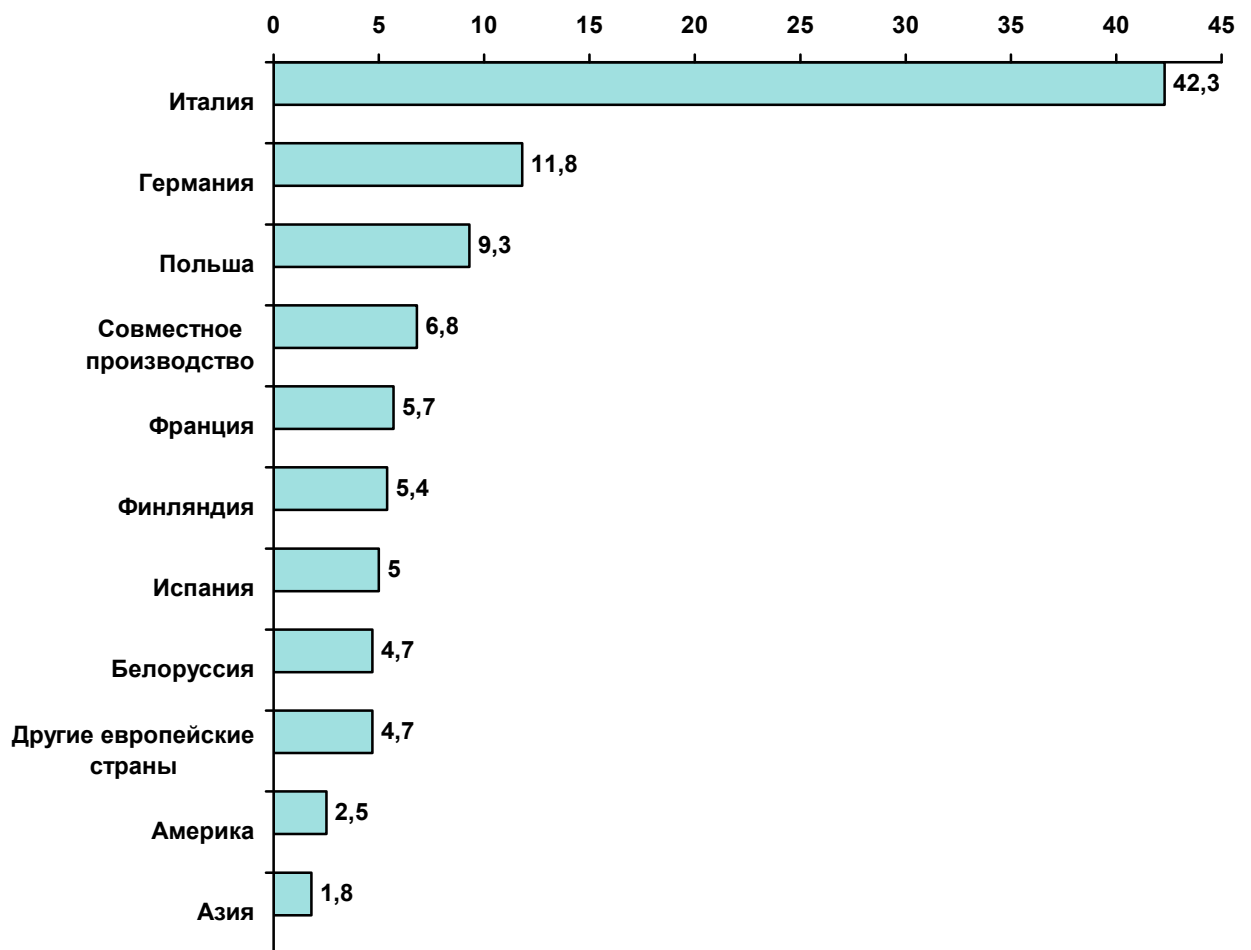
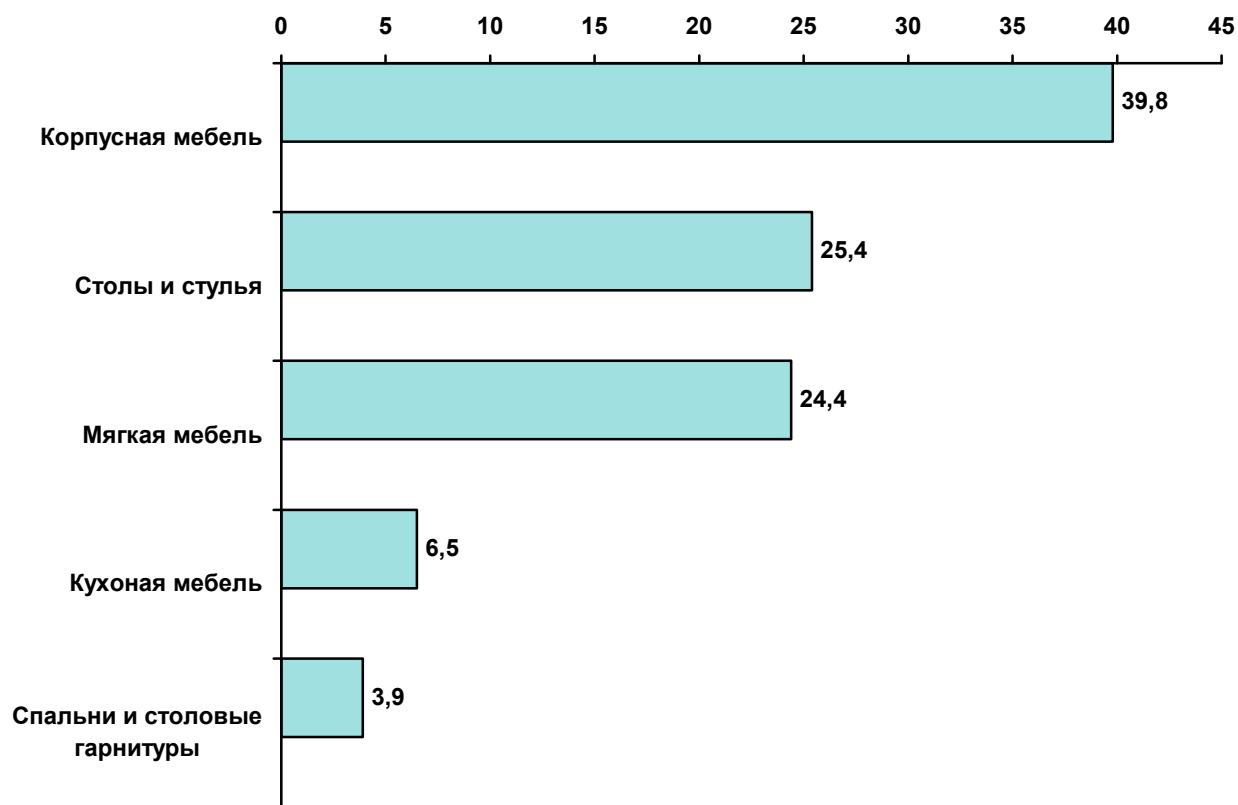


График 7.5.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Санкт-Петербурга.



Архангельск.

График 7.6. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Архангельска.

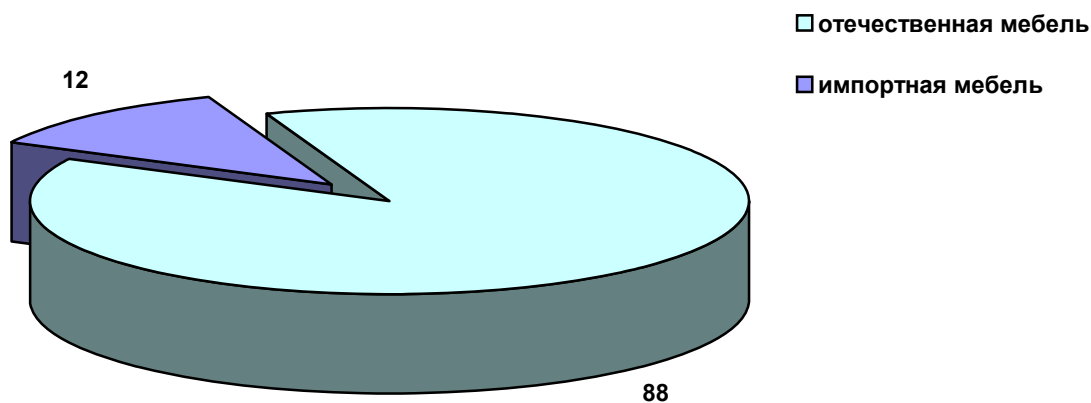


График 7.6.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Архангельска.

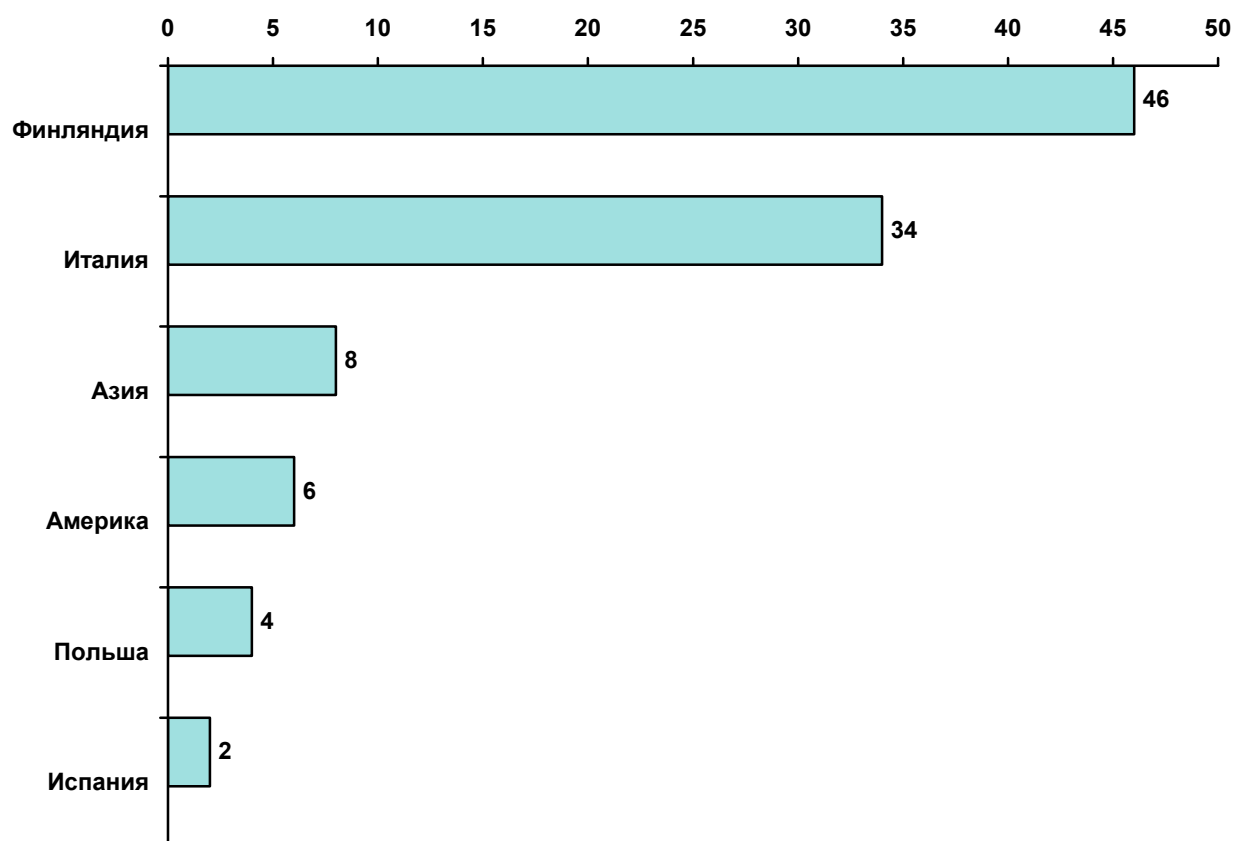
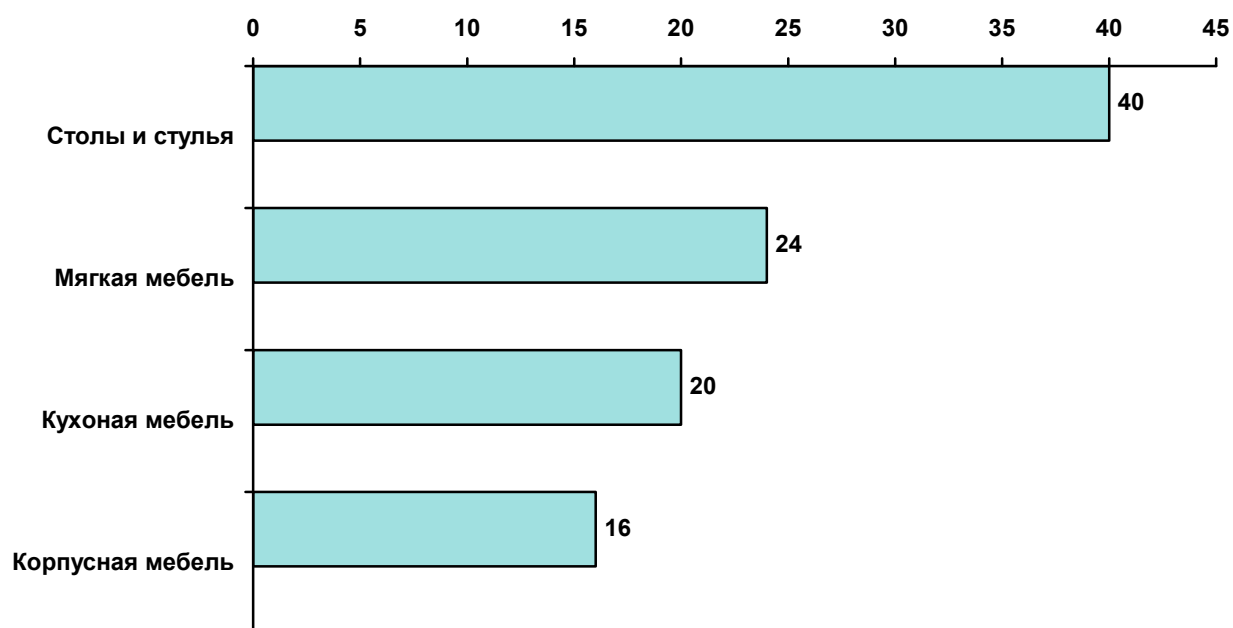


График 7.6.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Архангельска.



Петрозаводск.

График 7.7. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Петрозаводска.

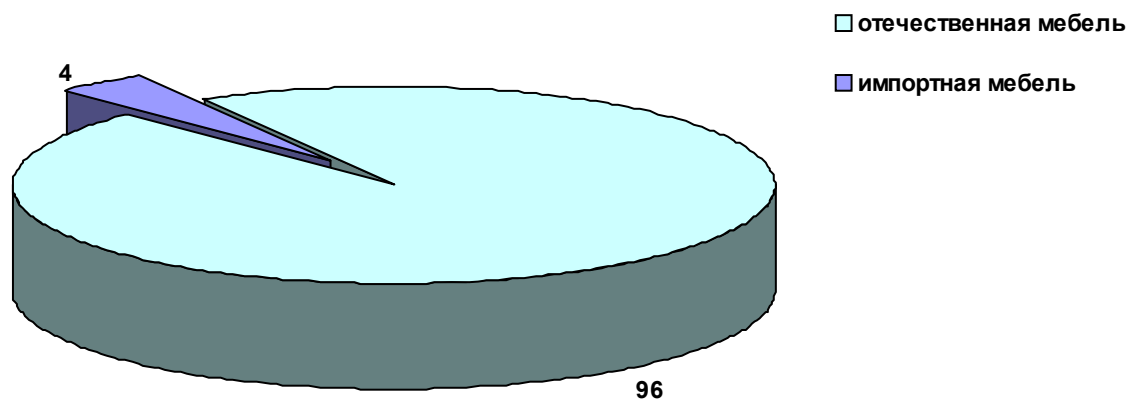


График 7.7.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Петрозаводска.

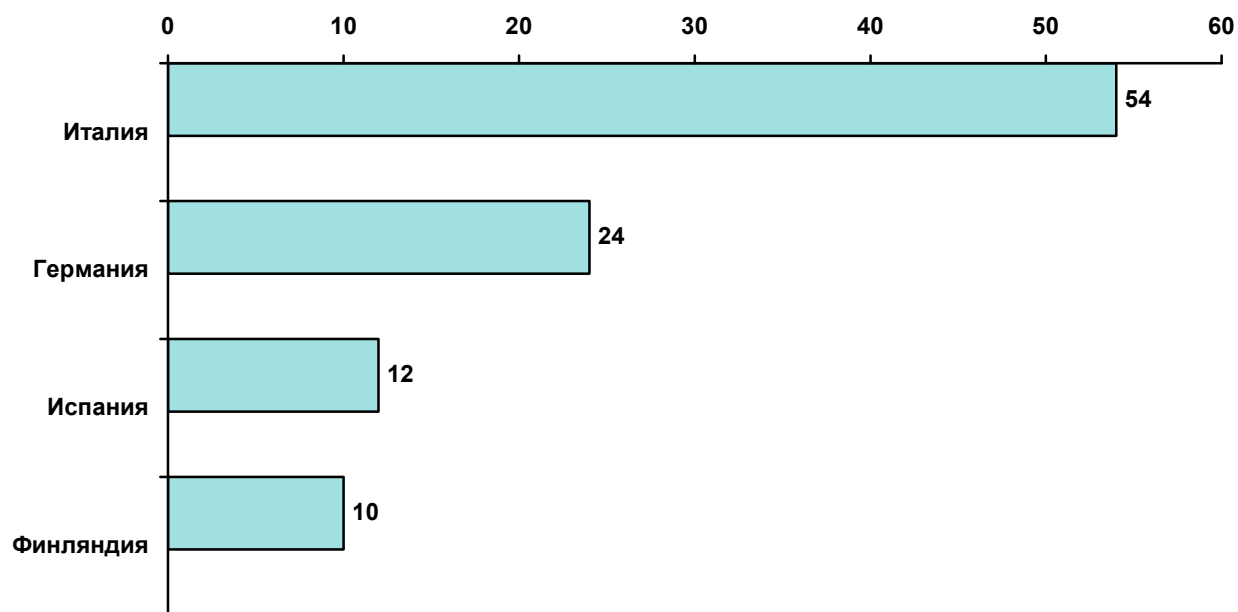
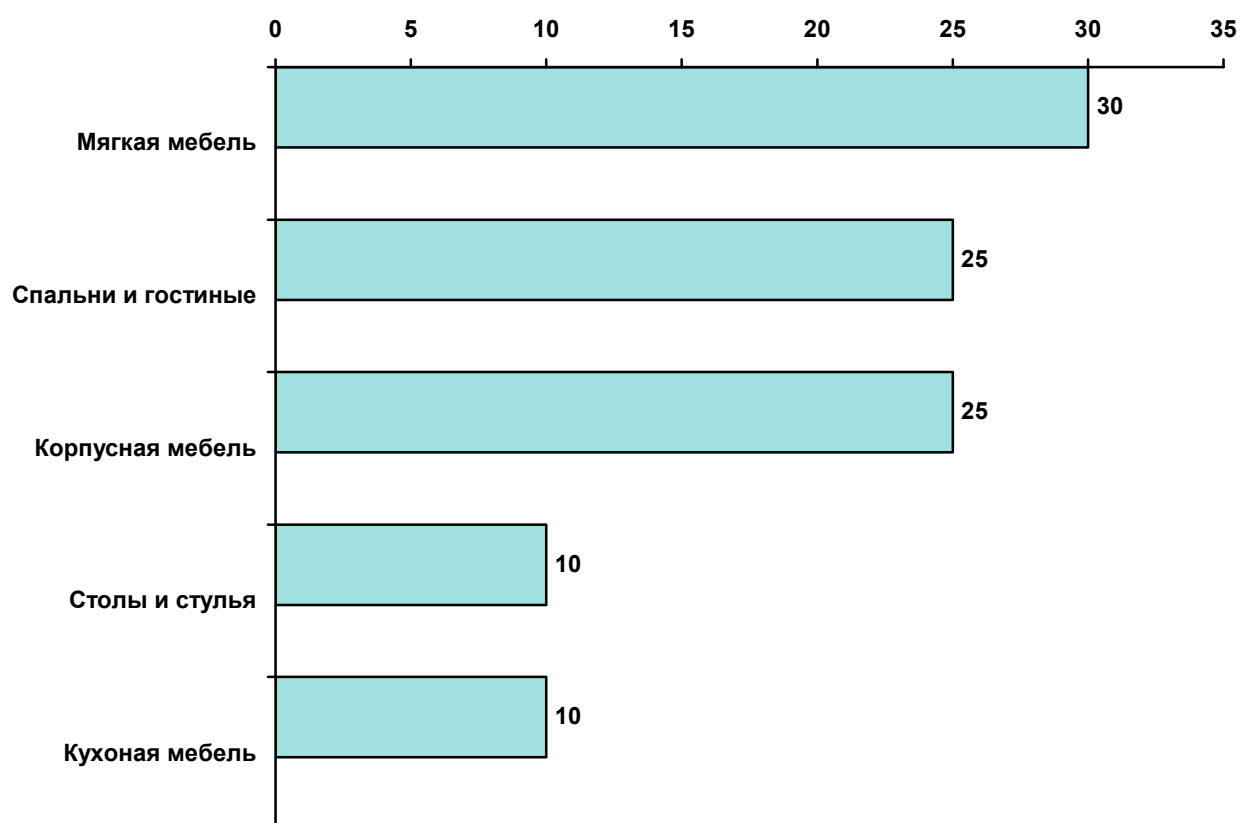


График 7.7.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Петрозаводска.



Самара.

График 7.8. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Самары.

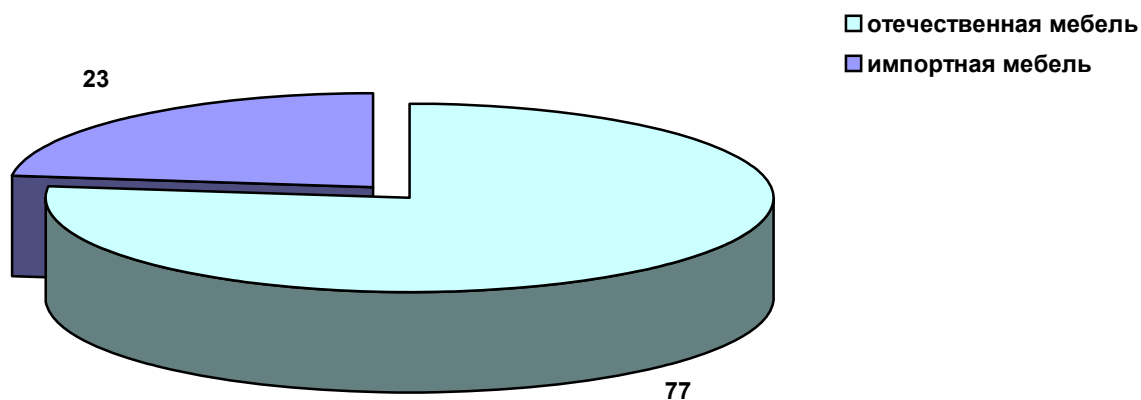


График 7.8.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Самары.

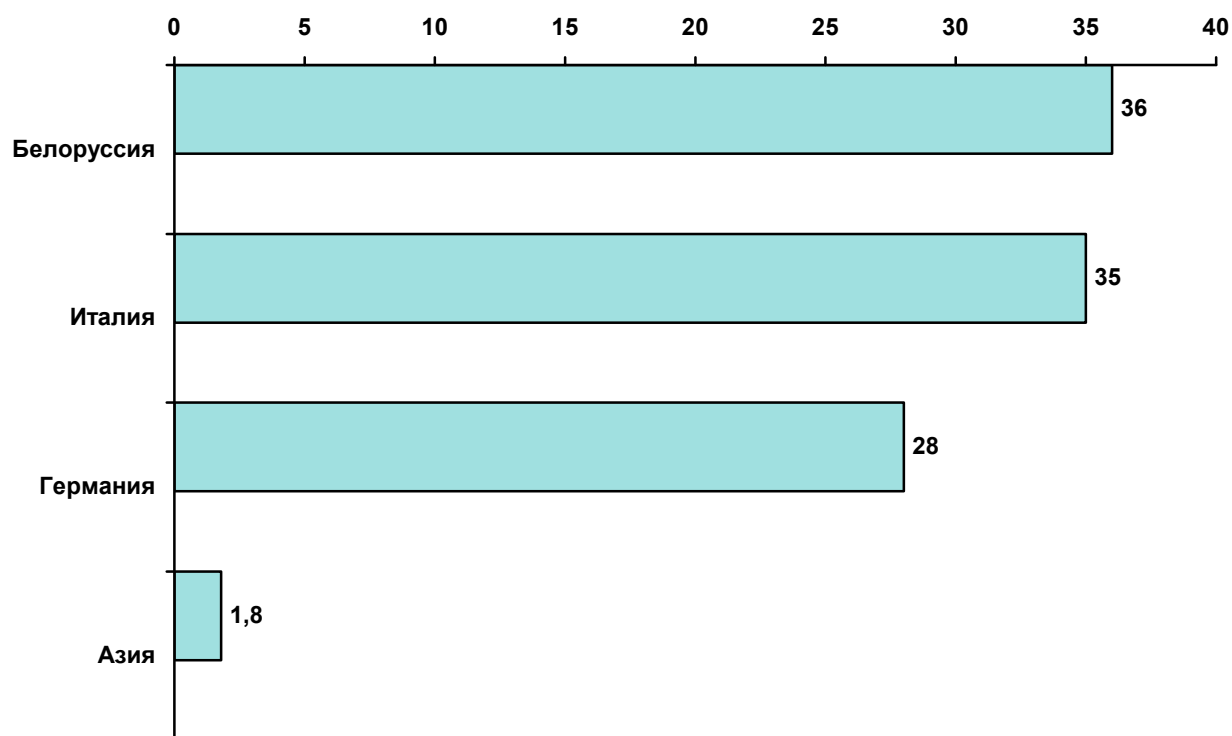
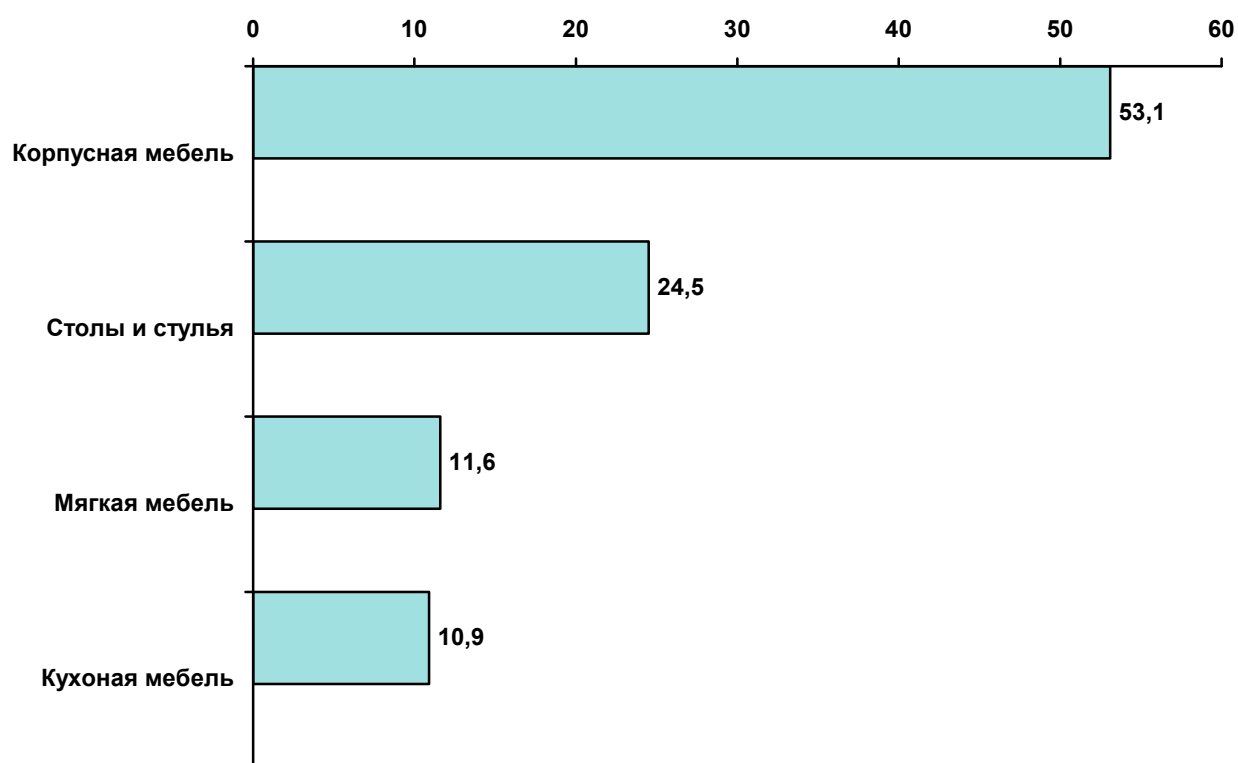


График 7.8.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Самары.



Нижний Новгород.

График 7.9. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Нижнего Новгорода.

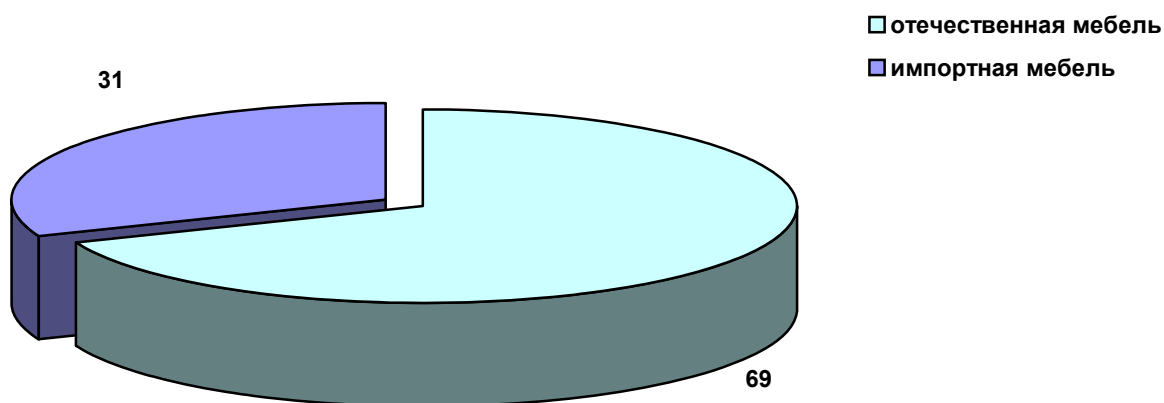


График 7.9.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Нижнего Новгорода.

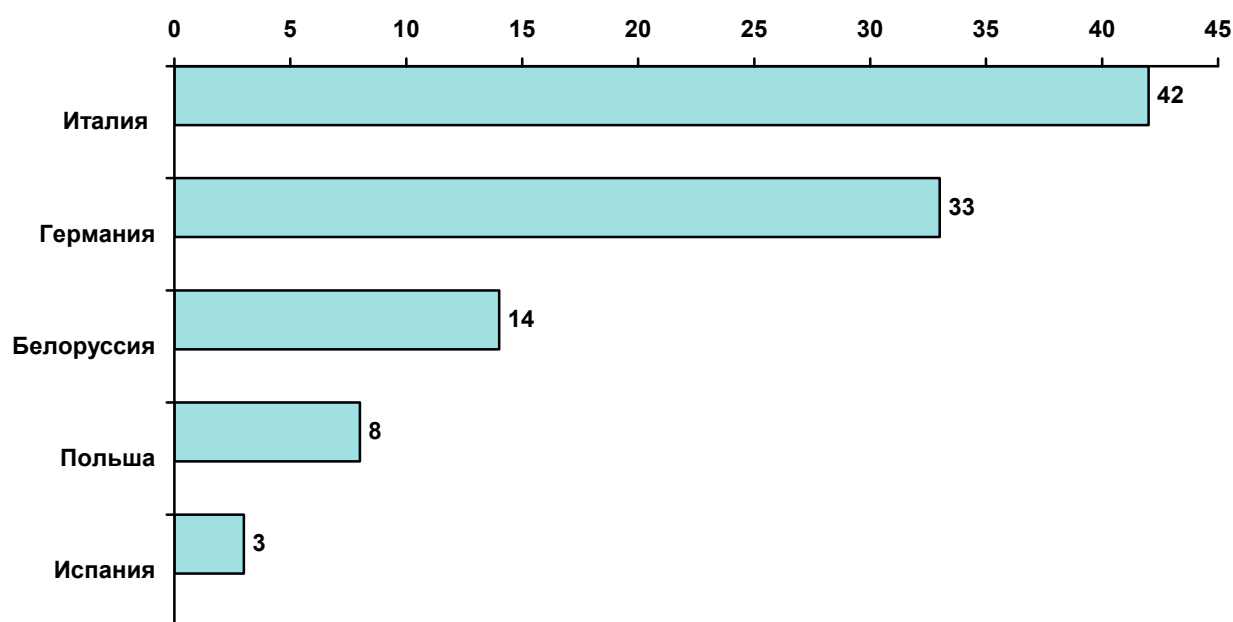
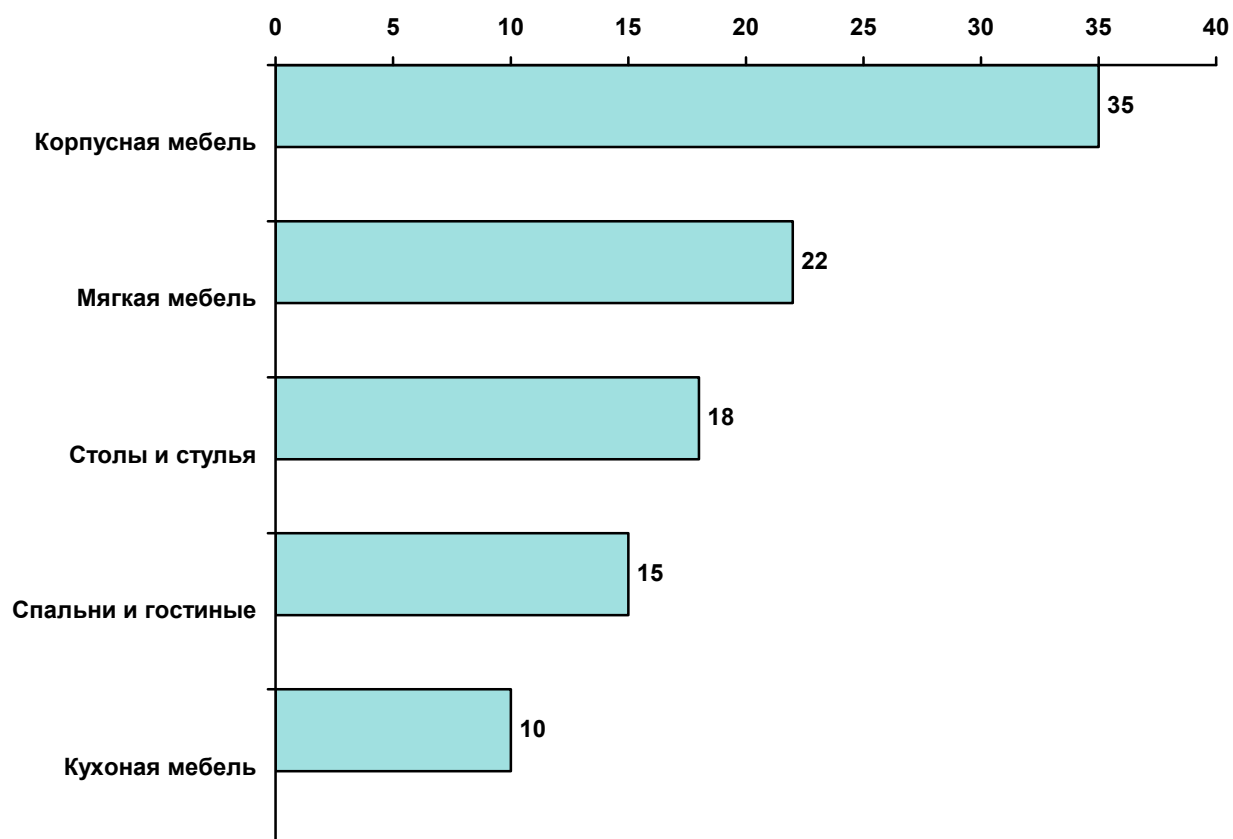


График 7.9.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Нижнего Новгорода.



Ростов-на-Дону.

График 7.10. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Ростова-на-Дону.

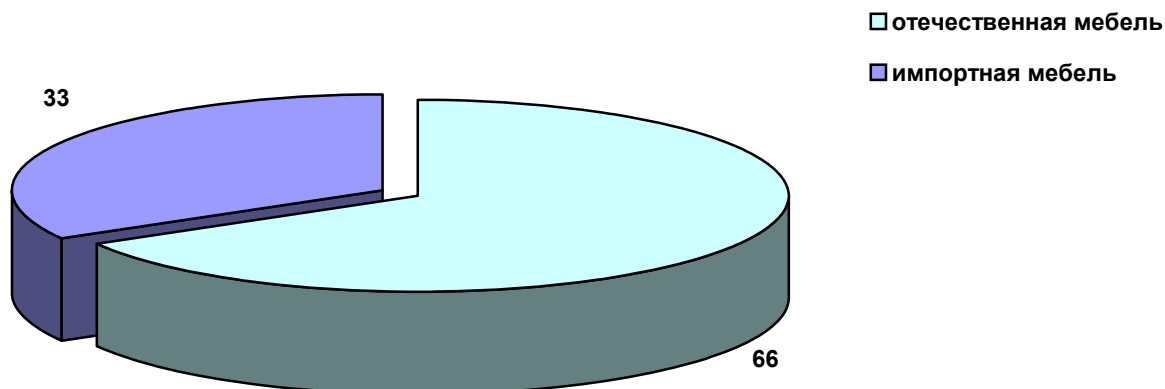


График 7.10.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Ростова-на-Дону.

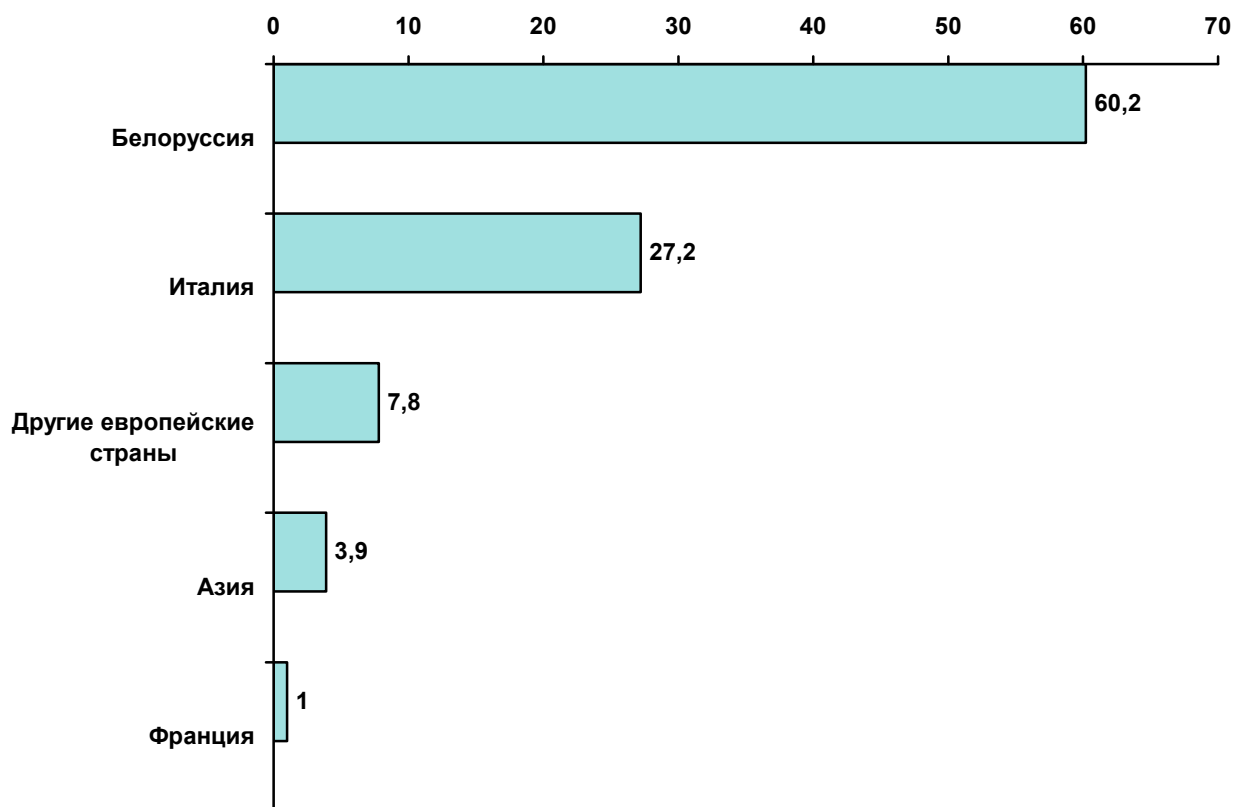
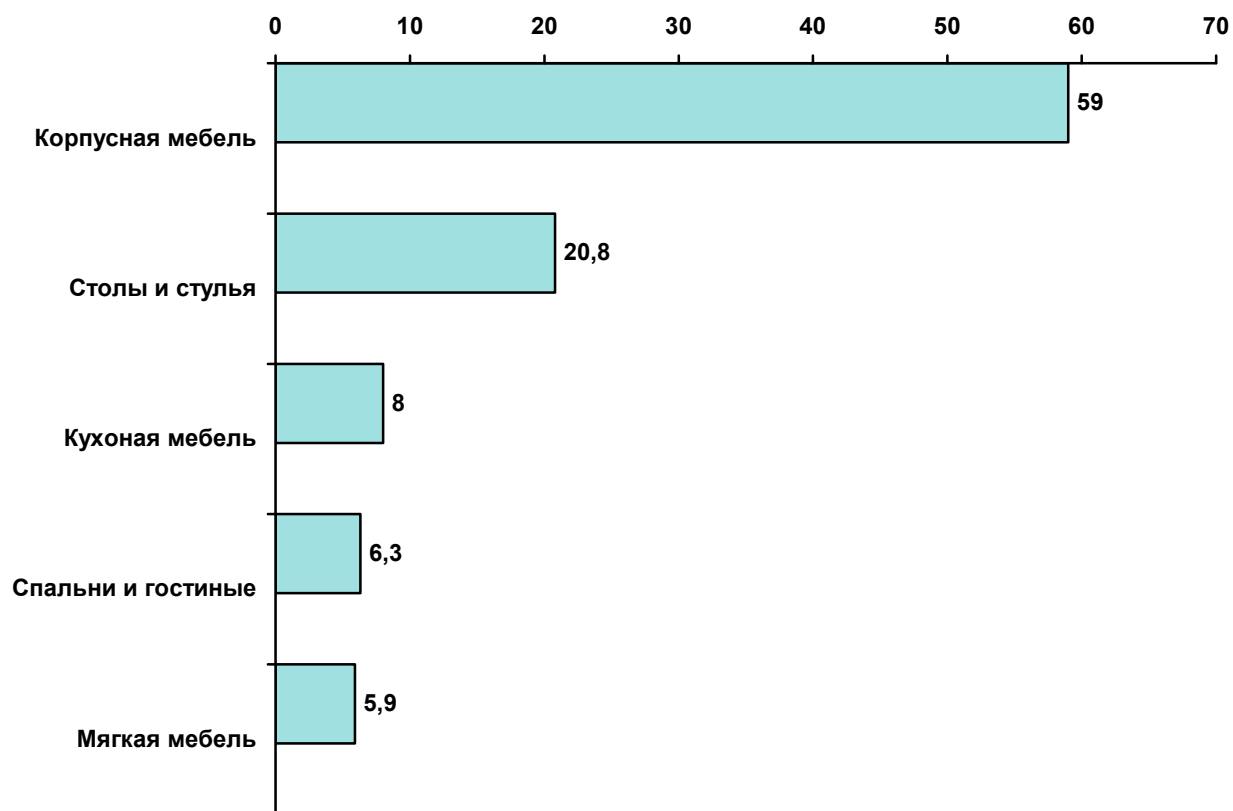


График 7.10.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Ростова-на-Дону.



Екатеринбург.

График 7.11. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Екатеринбурга.

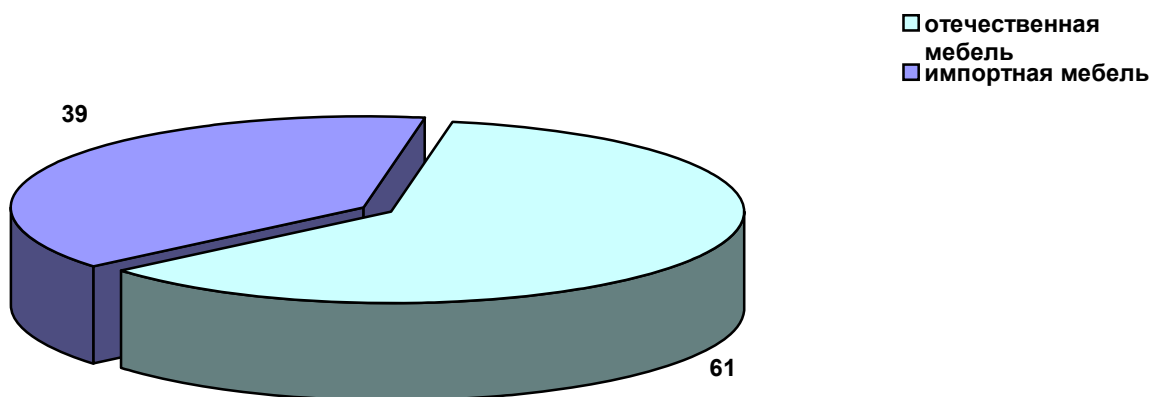


График 7.11.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Екатеринбурга.

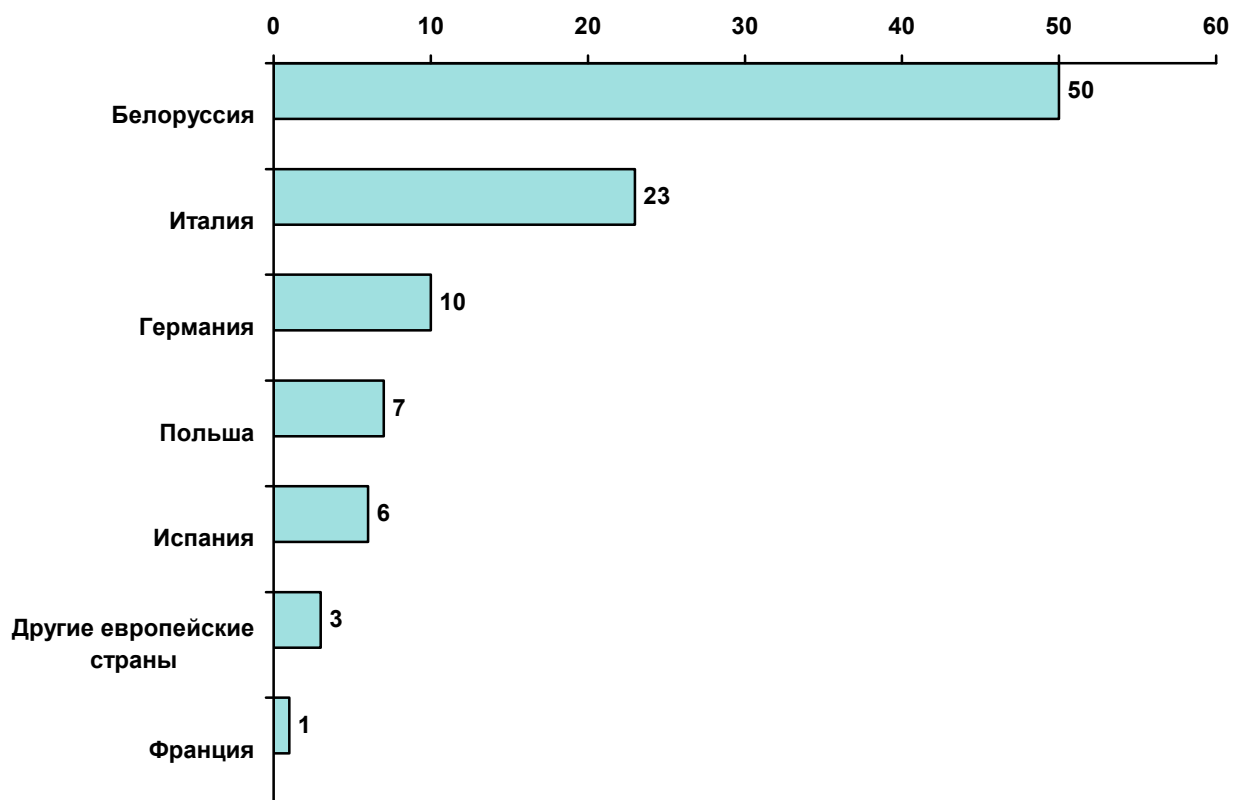
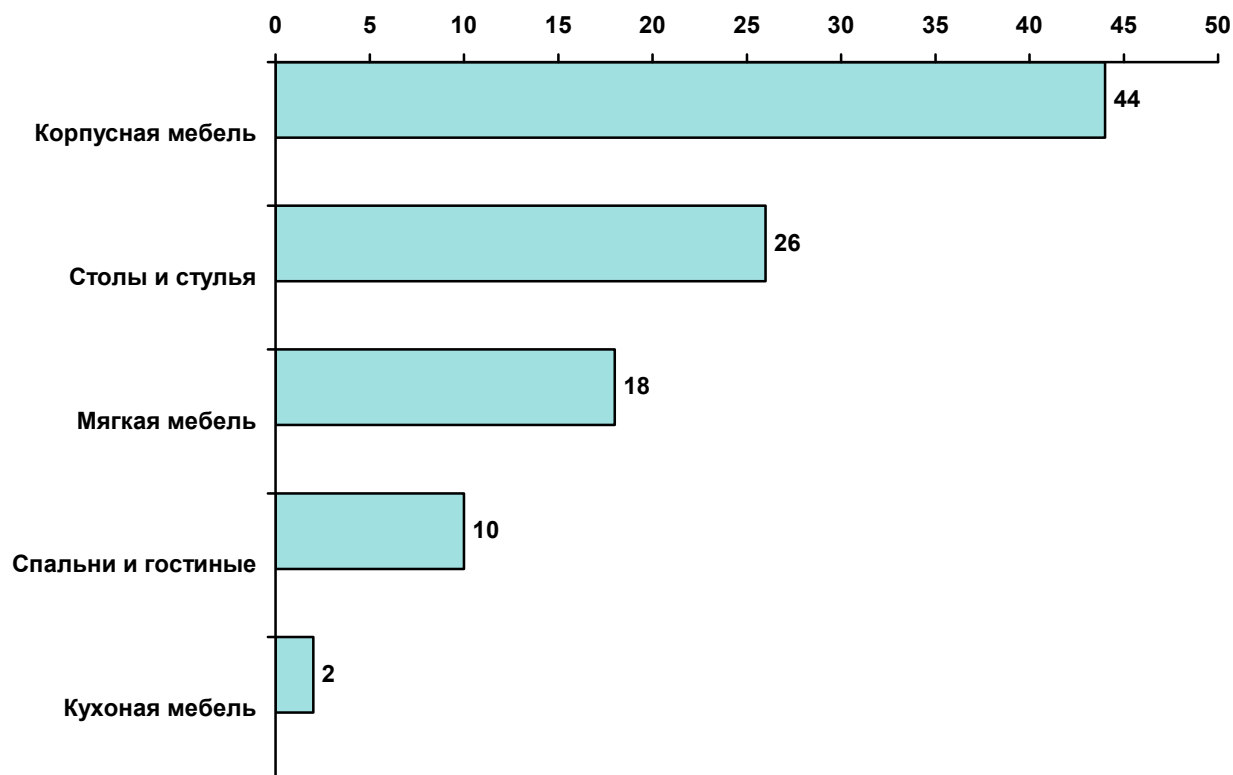


График 7.11.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Екатеринбурга.



Иркутск.

График 7.12. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Иркутска.

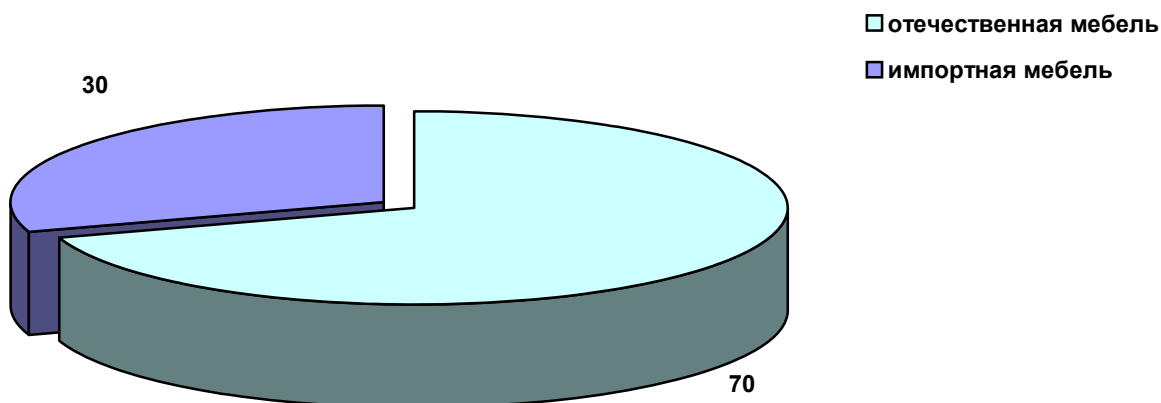


График 7.12.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Иркутска.

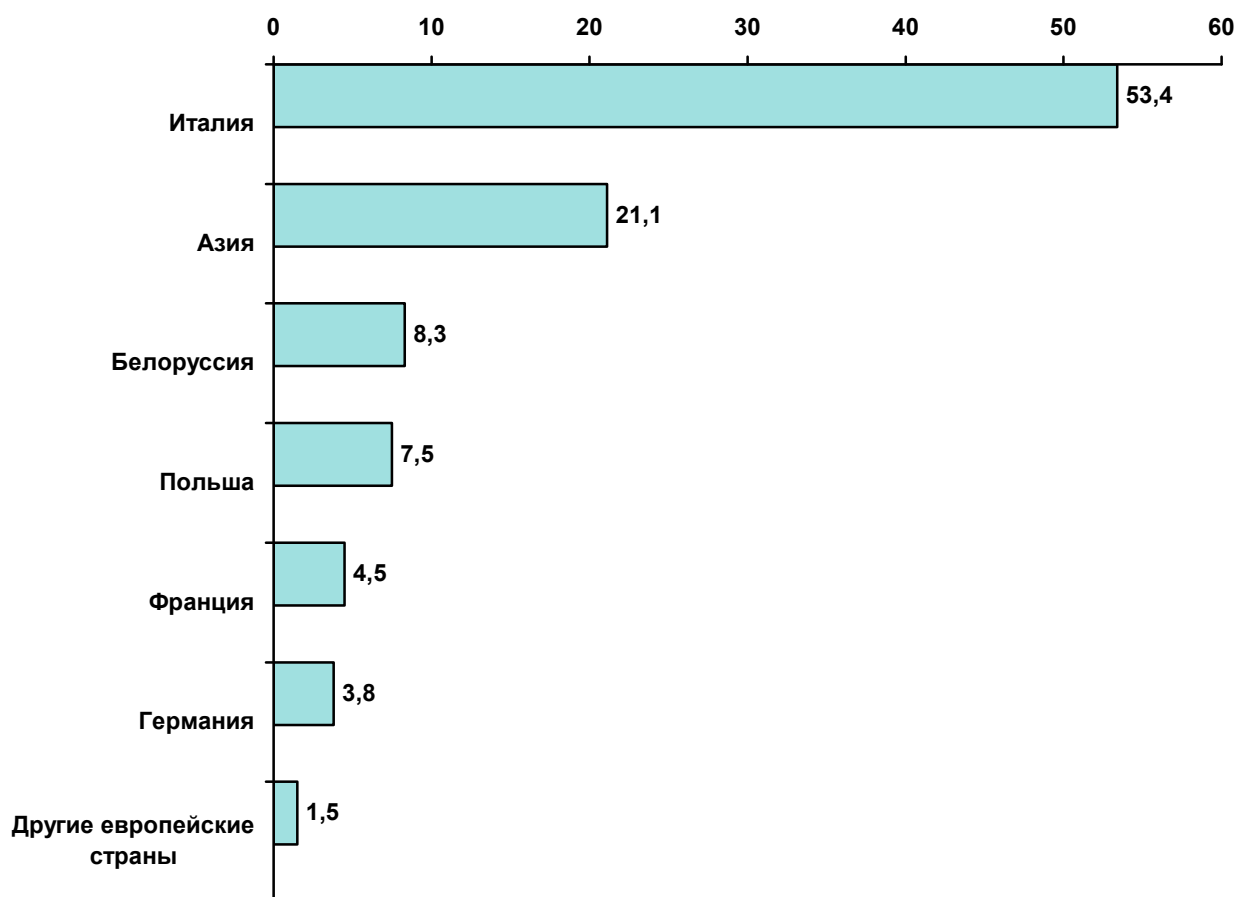
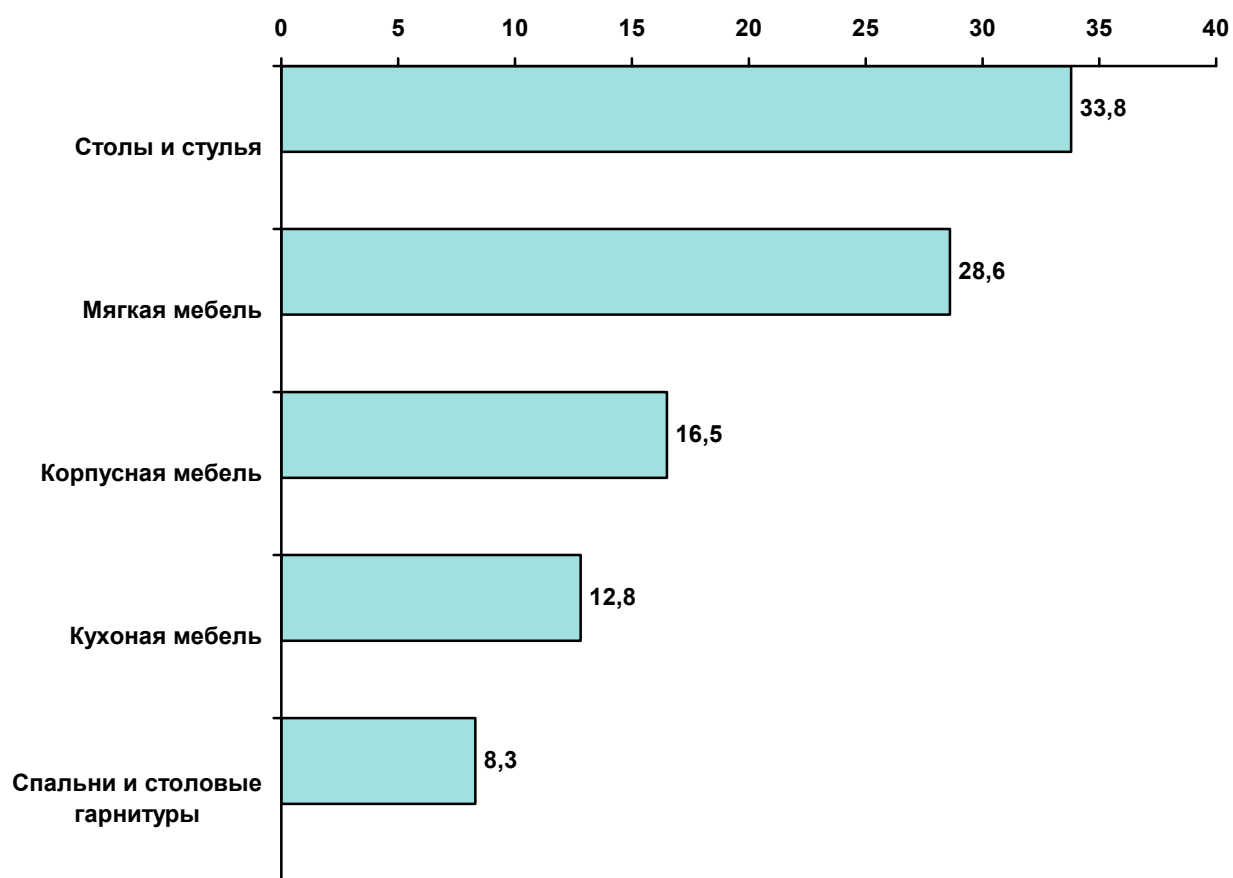


График 7.12.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Иркутска.



Новосибирск.

График 7.13. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Новосибирска.

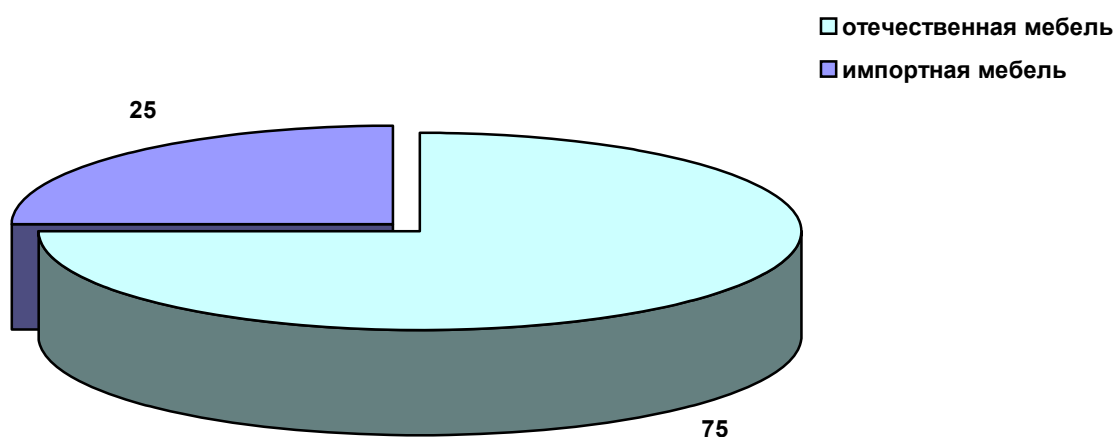


График 7.13.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Новосибирска.

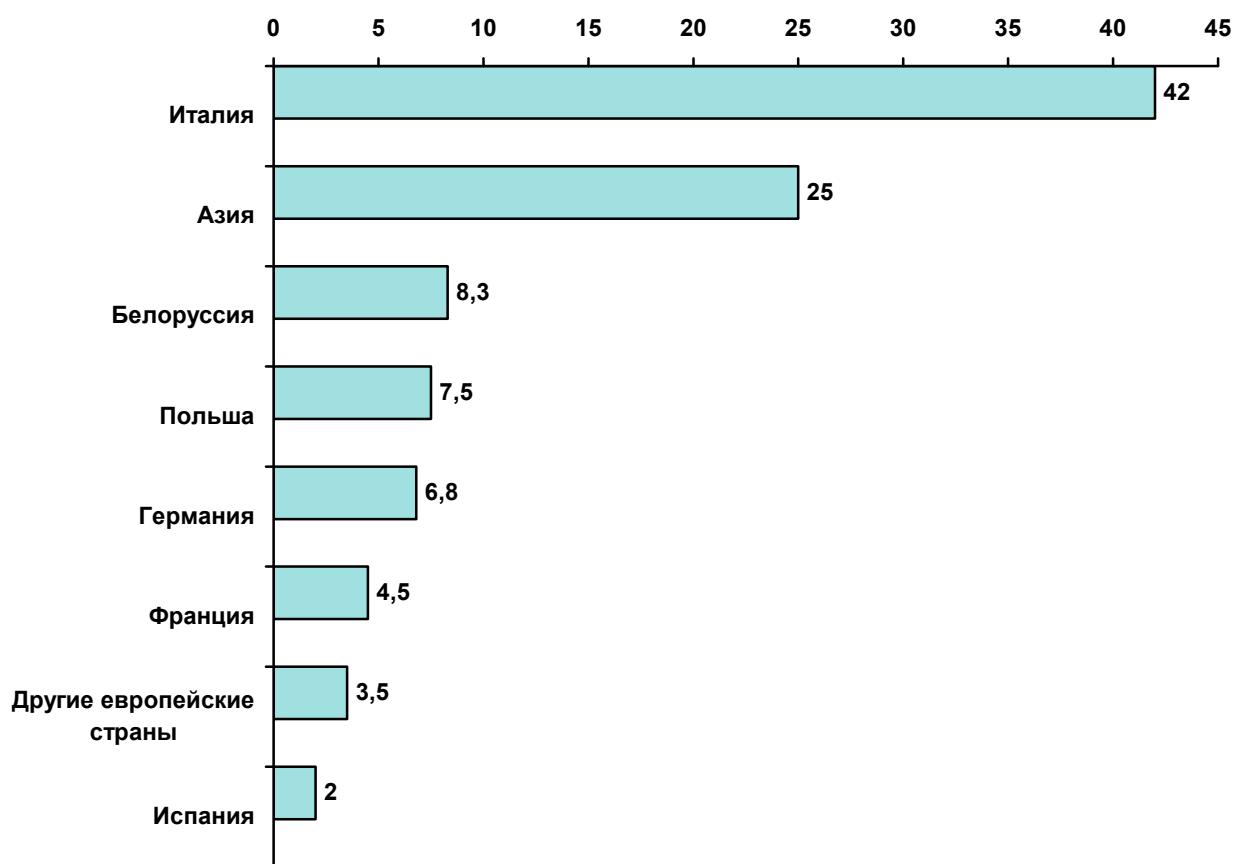
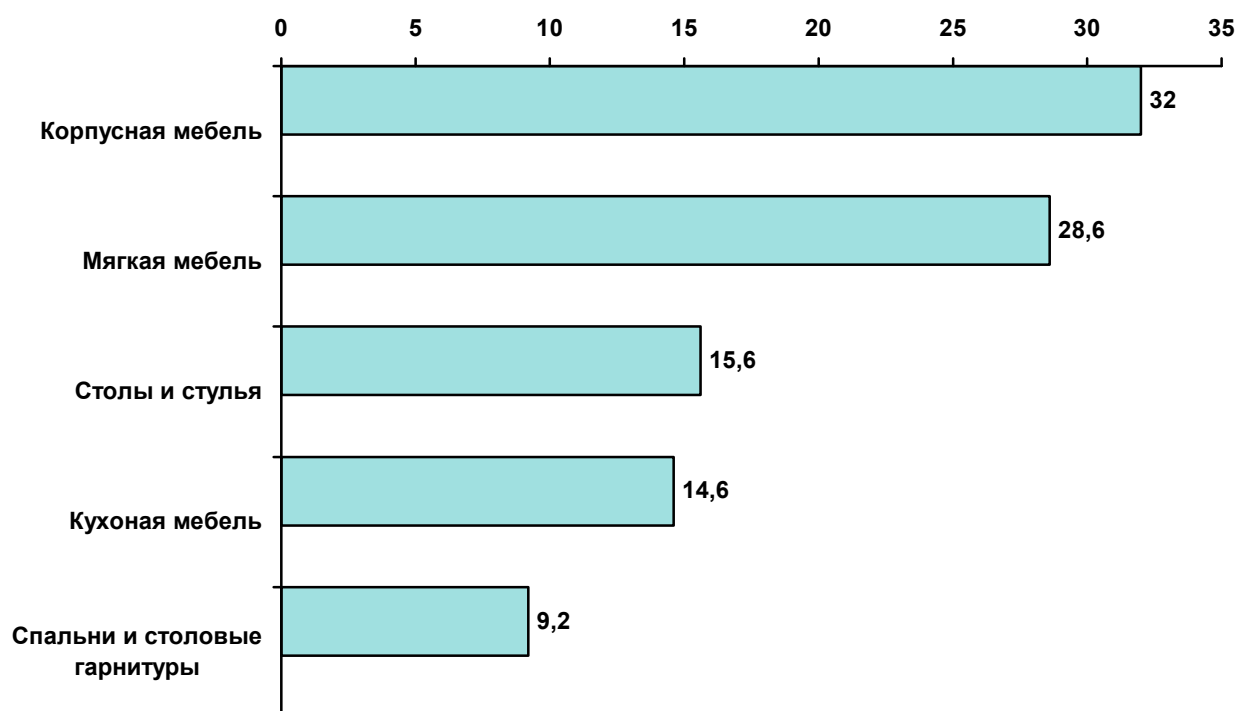


График 7.13.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Новосибирска.



Владивосток.

График 7.14. Соотношение отечественной и импортной мебели на розничном рынке Владивостока.

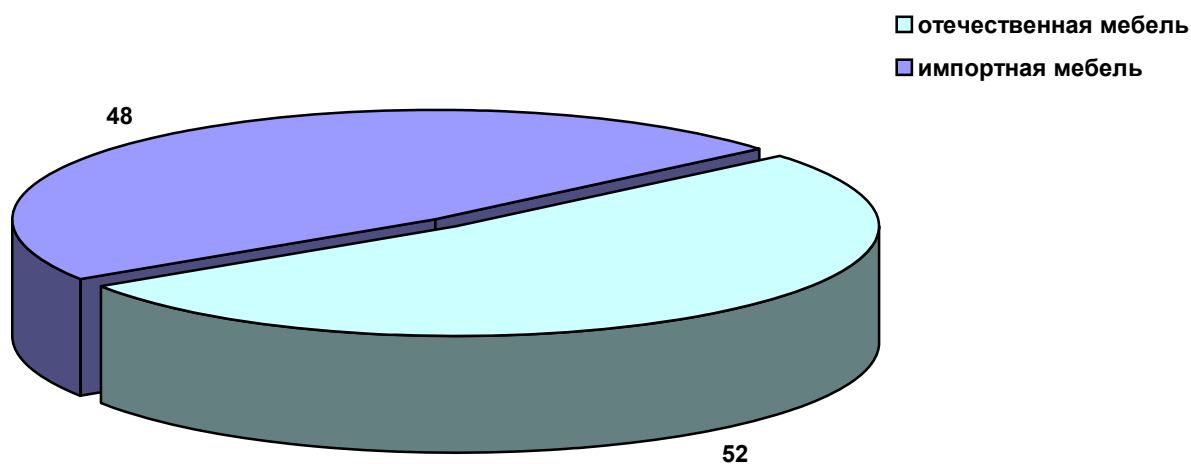


График 7.14.1. Доли мебели различных стран на розничном рынке Владивостока.

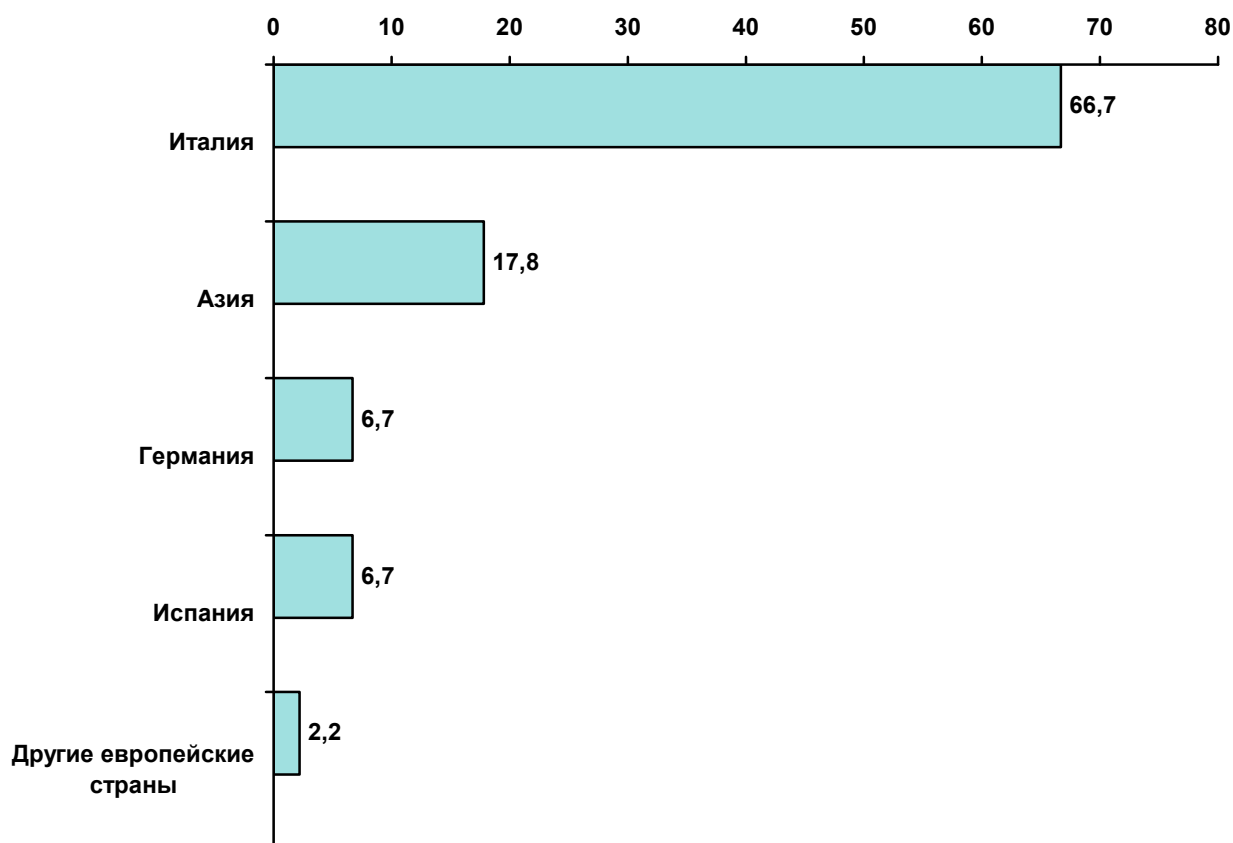
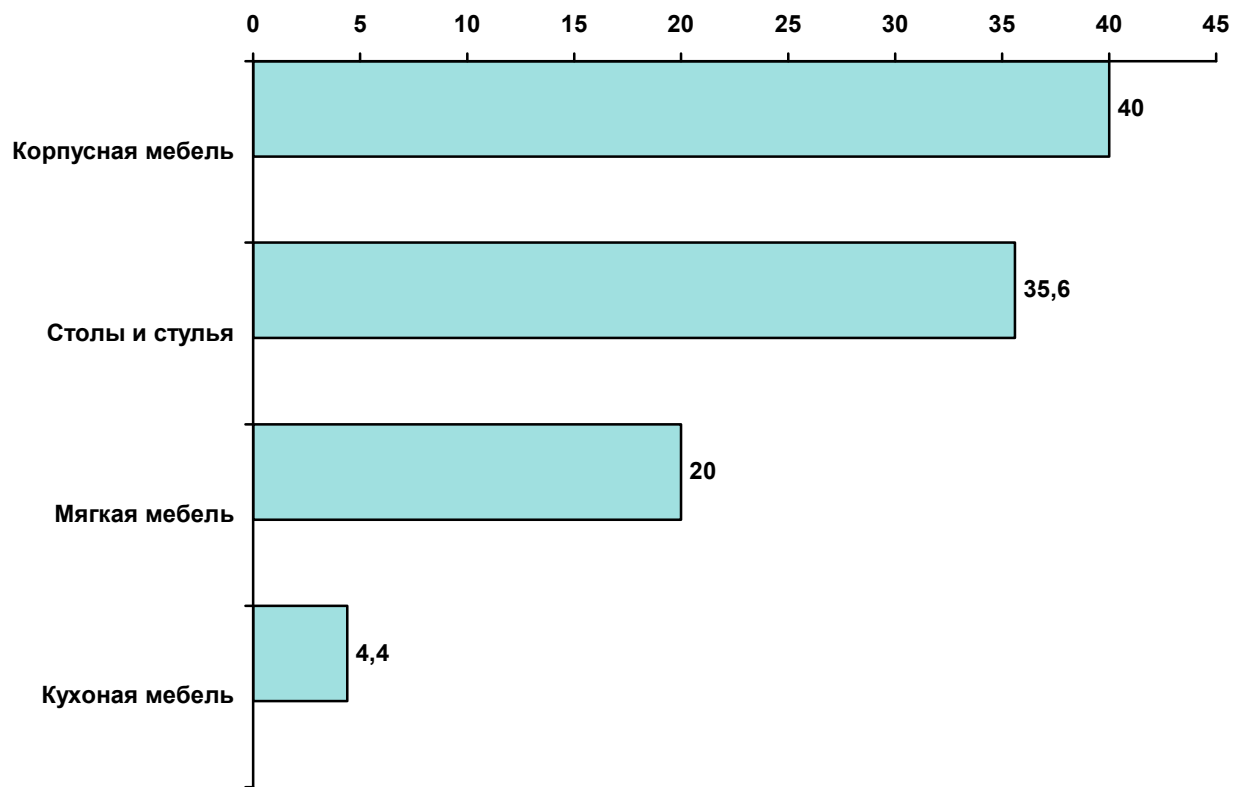


График 7.14.2. Структура импортной мебели на розничном рынке Владивостока.



Глава 8. Ценовая конъюнктура.

Оптовые цены.

Высокий ценовой сегмент (средняя цена от \$1000 за единицу мебели).

Таблица 5.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные кухни из натурального дерева.	11990	116700	33177

Таблица 6.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные кухни из натурального дерева.	18000	89700	35925

Таблица 7.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные диваны с отделкой из натуральной и искусственной кожи.	15070	66030	38282

Таблица 8.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные кровати из натурального дерева	12000	51900	32581

Таблица 9.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные стенки из ДСП	24576	56200	30654

Таблица 10.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные шкафы из МДФ	42900	49098	45906

Средний ценовой сегмент (средняя цена от \$500 до \$1000 за единицу мебели).**Таблица 11.**

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные диваны с отделкой из натуральной кожи.	10080	78240	27233

Таблица 12.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные шкафы из натурального дерева	1534	82950	19598

Таблица 13.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные кресла из натуральной и искусственной кожи	6450	44520	28093

Таблица 14. Импортная мягкая мебель с отделкой из гобелена и жакарда.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	14910	40020	26333,04
Кресла	11550	24510	18634,29

Таблица 15. Импортная корпусная мебель из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Шкафы	17850	78890	25459
Комоды	16500	32100	22275

Таблица 16.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные комоды из МДФ	22290	31800	27127

Таблица 17.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные столы из натурального дерева	5700	33300	19500

Низкий ценовой сегмент (средняя цена до \$500 за единицу мебели).**Таблица 18. Отечественная мягкая мебель с отделкой из натуральной кожи.**

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Кресла	3100	58179	12805
Пуфы	4000	12100	6778

Таблица 19. Отечественная мягкая мебель с отделкой из флока, шиниллы и велюра.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	2250	66000	8121
Кресла	581	16300	4354
Пуфы	312	4482	1771

Таблица 20. Отечественная мягкая мебель с отделкой из гобелена и жакарда.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	1980	42900	6999
Кресла	1400	7910	3345
Пуфы	568	2260	1333

Таблица 21. Отечественная корпусная мебель из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Комоды	1030	21000	5050
Кровати	2145	41000	12759
Прихожие	6072	7506	6789
Стенки	6000	25200	11483

Таблица 22. Отечественная корпусная мебель из МДФ.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Комоды	2004	6300	3996
Стенки	13163	30313	17828

Таблица 23. Отечественная корпусная мебель из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Тумбы	1418	6587	3586
Шкафы	1880	54360	6006
Комоды	1200	7230	2877
Кровати	1900	9900	4592
Прихожая	9700	12600	11150
Стенки	4788	21800	12149

Таблица 24.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные кухни из ДСП.	1668	23500	6505

Таблица 25.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные кухни из пластика.	5549	11439	8807

Таблица 26. Отечественные столы и стулья из дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Стол	4350	8100	6075
Стуль	550	7934	4212

Таблица 27. Отечественные столы и стулья из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Стол	1900	6900	3553
Стуль	257	2567	1453

Таблица 28.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные пуфы из натуральной и искусственной кожи	6300	8610	7455

Таблица 29.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные стенки мебель из натурального дерева	10980	14820	12788

Таблица 30. Импортная корпусная мебель из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Шкафы	1800	50712	8919
Комоды	3834	6336	4994
Кровати	1686	17058	6995

Розничные цены.

Высокий ценовой сегмент (средняя цена от \$1000 за единицу мебели).

Таблица 31. Отечественная мягкая мебель.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные диваны с отделкой из натуральной кожи.	3500	167616	32064

Таблица 32.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные кухни из натурального дерева.	90360	153330	129165

Таблица 33. Импортная мягкая мебель с отделкой из натуральной и искусственной кожи.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	60000	576000	125588
Кресла	13500	224500	75840

Таблица 34. Импортная мягкая мебель с отделкой из флока, шиниллы и велюра.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	45600	207100	65167
Кресла	39900	105152	42574

Таблица 35. Импортная мягкая мебель с отделкой из гобелена и жакарда.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	33000	133312	52376

Таблица 36. Импортная корпусная мебель из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Шкафы	15000	750000	83925
Комоды	37300	532704	76286
Кровати	47000	281750	52097
Стенки	14000	651082	113288

Таблица 37. Импортная корпусная мебель из МДФ.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Шкафы	22200	276500	49517
Комоды	27600	240000	45968
Прихожая	19964	61250	33343
Стенки	15100	189515	68957

Таблица 38. Импортная корпусная мебель из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Шкафы	18800	504000	58961
Стенки	8050	73577	26799

Таблица 39.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные кухни из натурального дерева.	63420	548000	197928

Таблица 40.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные кухни из ДСП.	43500	56700	49300

Таблица 41. Импортные столы и стулья из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Стол	21700	790400	46884
Стулья	3500	8700	74513

Таблица 42. Импортные столы и стулья из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Стол	12500	96495	37240

Средний ценовой сегмент (средняя цена от \$500 до \$1000 за единицу мебели).**Таблица 43.**

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные кресла с отделкой из натуральной и искусственной кожи	2220	136700	20907

Таблица 44. Отечественная мягкая мебель с отделкой из флока, шиниллы и велюра.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	7500	144200	16221

Таблица 45. Отечественная корпусная мебель из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Шкафы	1640	136980	22072
Стенки	9300	86080	25282

Таблица 46. Отечественная корпусная мебель из МДФ.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Прихожая	2630	96000	17611
Стенки	9950	28825	19451

Таблица 47.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные стенки из ДСП	7500	115488	31684

Таблица 48.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные пуфы с отделкой из натуральной и искусственной кожи	9478	37838	17604

Таблица 49. Импортная корпусная мебель из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Тумбы	8300	186400	24726
Прихожие	8400	65136	25725

Таблица 50.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные комоды из ДСП.	11000	20634	17503

Низкий ценовой сегмент (средняя цена до \$500 за единицу мебели).

Таблица 51.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Отечественные пуфы из натуральной и искусственной кожи.	5530	7420	6440

Таблица 52. Отечественная мягкая мебель с отделкой из флока, шиниллы и велюра.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Кресла	1480	51750	9619
Пуфы	250	2948	1367

Таблица 53. Отечественная мягкая мебель с отделкой из гобелена и жакарда.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Диваны	2060	88000	12246
Кресла	1240	24200	6961
Пуфы	485	1300	846

Таблица 54. Отечественная корпусная мебель из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Тумбы	820	52100	4333
Комоды	3174	52100	12548
Кровати	1260	25365	7809
Прихожие	3000	33475	10129

Таблица 55. Отечественная корпусная мебель из МДФ.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Тумбы	901	5800	3152
Шкафы	1575	96000	13533
Комоды	2310	38000	7850
Кровати	1600	38000	9944

Таблица 56. Отечественная корпусная мебель из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Тумбы	1290	38000	3070
Шкафы	3564	86000	7469
Комоды	1450	21390	4124
Кровати	1470	77000	8846
Прихожая	1330	35605	7274

Таблица 57. Отечественные кухни из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Кухни	1200	40000	13624

Таблица 58. Отечественные столы и стулья из натурального дерева.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Стол	1650	50400	5270
Стулья	250	12025	1727

Таблица 59. Отечественные столы и стулья из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Стол	635	15750	2796
Стулья	230	12600	3213

Таблица 60.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные пуфы с отделкой из флока, шиниллы и велюра	590	750	670

Таблица 61.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные кресла с отделкой из гобелена и жакарда.	2550	21400	10912

Таблица 62. Импортная корпусная мебель из МДФ.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Тумбы	2420	24050	11954
Кровати	17410	74200	27744

Таблица 63. Импортная корпусная мебель из ДСП.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Тумбы	1240	17700	4788
Кровати	1686	10914	5900
Прихожая	1890	33931	12702

Таблица 64.

Тип мебели	Цена минимальная	Цена максимальная	Цена средняя
Импортные стулья из ДСП.	2500	8250	4435

Заключение: основные выводы и рекомендации.

Ситуация на российском мебельном рынке является перспективной для появления на нем новых импортных производителей. Производство российской мебели находится в стадии стагнации, а прирост рынка происходит только за счет импорта. Потенциальная емкость рынка оценивается в 30 млрд. долларов, в то время как текущая емкость составляет только 4-5 млрд. долларов.

За годы плановой экономики в России сформировалась система специализации и концентрации производства, которая оказалась неприспособленной к работе в условиях жесткой конкуренции. Основная часть мебельной промышленности бывшего СССР осталась в странах Балтии, на Украине и в Белоруссии. Сегодня на мебельном рынке выделяются два крупных региона, где сосредоточено большое количество мебельных предприятий: Москва и Московская область (более 27,6% выпуска мебели в стране), Санкт-Петербург и Ленинградская область (6,6%).

Основные мебельные предприятия сохранились еще с советских времен. На большинстве предприятий отсутствует современное оборудование и не внедрены новые технологии. Кроме того, на российских мебельных фабриках нет качественных и современных материалов, фурнитуры и комплектующих компонентов, которые позволили бы выпускать мебель, способную конкурировать с импортными моделями. Эти условия во многом определяют дизайн и качество мебели, а также ее потребительские свойства.

Рентабельность производства мебели в России, даже на успешных предприятиях, не превышает 10-15%. Это объясняется тем, что на предприятиях низкая производительность труда и производственные мощности загружены только на 40%. Кроме того, по сравнению с дореформенным периодом, у предприятий значительно увеличились расходы на электроэнергию, топливо, транспортировку сырья, материалов и готовой продукции.

В то же время, за последние 10 лет, в России возникло много малых производств. В настоящее время мебель в стране выпускают свыше 3 тыс. предприятий; из них 554 крупных и средних, которые производят 80% продукции. Таким образом, российская мебельная промышленность развивается по пути увеличения небольших полукустарных предприятий, а не по пути создания крупных, высокотехнологичных производств.

Еще одним важным фактором, который препятствует развитию мебельного рынка, является то, что на крупных и средних предприятиях износ основных фондов составляет 70-80%, а более 40% используемого оборудования имеет срок службы свыше 20 лет.

Очень плохо обстоит дело и с производством материалов для мебельной промышленности. Для решения этой проблемы необходима серьезная реконструкция заводов, так как они не способны обеспечивать мебельщиков своей продукцией.

Еще хуже складывается ситуация на рынке производства древесноволокнистых плит. Сегодня 85% этих материалов закупается за рубежом. Лакокрасочная промышленность также не производит в необходимых объемах полиуретановых лаков и эмалей.

В настоящее время, в России существует совсем немного компаний, выпускающих мебель, которая хоть в какой-то мере могла бы конкурировать с западными аналогами и экспортировать свою продукцию за рубеж. К таким компаниям относятся «Шатура», «МИАС мебель», Первая мебельная фабрика и несколько других. Однако пока эти компании пытаются конкурировать, в основном, на рынках стран ближнего зарубежья. Большую часть своей продукции, идущей на экспорт, эти компании отправляют в страны бывшего СССР. Рынки таких стран как Финляндия, Швеция и Германия, открыты для российской мебели только в сегменте офисной мебели, сделанной из натурального дерева. Большая часть объема экспорта реализуется за счет поставок деталей мебели и полуфабрикатов. Это связано с тем, что материалоемкое производство обходится в России значительно дешевле и западным странам иногда выгодно купить детали мебели в России, а не производить их самим.

Эксперты мебельного рынка считают, что пока в России будет выпускаться мебель, ориентированная только на внутренний рынок, российская мебельная промышленность не выйдет из кризиса. Экспорт мебели позволил бы российским предприятиям получить дополнительные средства, необходимые для реконструкции отрасли.

Таким образом, предпосылки для кризиса мебельного производства в России начали складываться давно. На сегодняшний день, нет оснований ожидать, что в ближайшие годы ситуация существенно изменится. Крупные предприятия не смогут найти средства на реорганизацию своего производства. Развитие рынка будет идти по пути образования мелких предприятий, что не сможет не отразиться на качестве, дизайне и разнообразии выпускаемых моделей мебели.

Основную часть ассортимента мебели будет по-прежнему составлять не дорогая мягкая мебель и корпусная мебель из ДСП. А в сегменте элитной мебели будет представлена только импортная мебель, особенно в сегменте дорогих гарнитуров из натурального дерева.

Проблема неравномерного распределения мебельной промышленности по регионам России так же не будет решена в ближайшее время, поэтому сохранится большое число регионов, где мебель на рынке представлена плохо.

С 2002 года рост мебельного рынка России происходит только за счет импорта. Можно предполагать, что такая тенденция продолжится еще несколько лет. Этому способствует экономическая ситуация в России (не способность российской промышленности производить качественную мебель в необходимых масштабах). Этому способствует политическая ситуация (желание России вступить в ВТО и понижение пошлин на ввоз импортной мебели). И, наконец, этому способствует ситуация на потребительском рынке (рост строительства жилья, высокая потребность в мебели, которая в 6 раз превышает объемы производства).

Можно прогнозировать, что в 2005-2006 году на потребительском мебельном рынке произойдет бум. Повышенный спрос на мебель будет определяться двумя основными факторами: во-первых, пройдет 6 лет со времени последнего мебельного бума (а средний срок жизни мебели примерно 6 лет), а во-вторых, рост материального благосостояния населения позволит реализовать отложенный спрос на мебель, который копился в течение нескольких лет, прошедших после кризиса.

Таким образом, тенденции на российском мебельном рынке складываются весьма благоприятно для импортеров мебели.

- Основная конкуренция на рынке идет не между российскими предприятиями, а между импортными и российскими компаниями. При этом есть сегменты, где отечественная мебель практически отсутствует или ее качество не позволяет говорить о какой бы то ни было конкуренции вообще.

- Российский мебельный рынок не брендovan. Единственный российский бренд – это Шатура и в ближайшее время появление новых брендов не ожидается. В то же время, рынок импортной мебели структурирован по маркам и производителям. Импортёры мебели четко позиционируют себя на рынке, вытесняя отечественную мебель и из среднего ценового сегмента.
- Основу российского производства составляет мягкая мебель, так как ее производство не требует сложного технологического оборудования. И эта тенденция будет продолжаться в ближайшие годы. Таким образом, потребности рынка в других сегментах будут решаться за счет импортной мебели, что позволит еще больше увеличить ее представленность.
- Развитие в стране рынка недвижимости сопровождается ростом спроса потребителей на высококачественную мебель. При этом ощущается заметный дефицит мебели для среднего класса, которая по качеству, дизайну и уровню комфортности отличалась бы от обезличенной продукции массового производства. Этот дефицит может быть решен за счет импортной мебели.

Для того, чтобы понять какую мебель следует импортировать в Россию, необходимо выявить потребительские предпочтения населения. Исследования потребительских предпочтений показывают, что на потребительском рынке действует два процесса, две основные тенденции.

Первая тенденция связана с тем, что при выборе мебели покупатели в первую очередь ориентируются на качество и дизайн мебели. Только после этого они обращают внимание на цену, и в последнюю очередь – на производителя. Это говорит о том, что, с одной стороны, у потребителей сформировались приоритеты и по качеству, и по дизайну, т.е. они понимают какая мебель им нужна. С другой стороны, у потребителей есть материальная возможность покупать не то, на что хватает денег, а то, что больше нравится.

Ориентация на производителя сохранилась только у высоко обеспеченных людей, которых принято относить к высшему и высшему среднему классу. Эта ориентация связана в первую очередь с тем, что выбор мебели для данных социальных слоев является не просто покупкой, а вопросом престижа. Это означает, что данная социальная группа при выборе мебели основывается не столько на собственных эстетических предпочтениях, сколько на том, какая мебель, какой фирмы или страны производителя является престижной в этой социальной среде.

Вторая тенденция на потребительском рынке связана с тем, что все большим спросом пользуется мебель из натуральных материалов, в том числе, из цельного древесного массива. Российская промышленность почти не производит подобную мебель. По крайней мере, российская промышленность почти не поставляет мебель из ценных пород дерева. Таким образом, данная тенденция также благоприятствует импортёрам мебели.

Результаты исследования показывают, что у большинства потребителей уже сформировалось определенное мнение о том, какой должна быть мебель с точки зрения ее дизайна, конструкции, удобства в эксплуатации и т. д. Все это характеризует то, что принято называть мебельным стилем.

На мебельном рынке России представлена мебель многих стран мира, которая имеет свой стиль. Продвинутые российские потребители способны, как показывают результаты исследований, определить стилевую принадлежность мебели. Потребители отличают скандинавскую мебель (Швеция, Финляндия и др.), итальянскую, африканскую (Египет), центрально-европейскую (Франция, Германия и др.), восточно-европейскую (Румыния, Венгрия, и др.), азиатскую и т. д.

Потребители различают мебельные стили по художественным решениям, конструкциям, цветовой отделке, применяемым материалам и т. д. Например, скандинавская мебель отличается простотой конструкции и дизайна, ограниченным применением полимерных материалов, максимальным использованием массивной древесины, произрастающей, как правило, на территории страны. Итальянская и испанская мебель наоборот характеризуется изысканностью дизайна, широким применением декоративных элементов, в том числе из полимерных материалов, оригинальной фурнитурой, обилием модернистских решений и т.д. В настоящее время, итальянская мебель пользуется наибольшим спросом.

Итальянская мебель больше удовлетворяет потребительским дизайнерским предпочтениям, чем импортная мебель в целом. Потребители готовы переплачивать за итальянский стиль и качество. Испанская мебель представлена на рынке гораздо хуже, чем итальянская, однако можно предположить, что потребители, как правило, не способны отличить итальянскую мебель от испанской. Таким образом, увеличение доли испанской мебели на потребительском рынке зависит только от ее представленности на розничном рынке. Следует помнить, что импортеры дорогой мебели находятся в конкурентной борьбе друг с другом, и выигрывает тот, кто предоставляет своим потребителям лучшее обслуживание, более короткие сроки поставки и гарантии качества мебели.

В целом, на рынке мебели заметно смещение структуры спроса в пользу менее обеспеченных потребителей. Если в 2000 году доля групп с доходом 100-250 долларов составляла всего 45%, то в 2001 году она увеличилась почти до 65%, а в 2002 году до 77%. Таким образом, высокодоходные группы сокращают свое потребление, а менее доходные – увеличивают. В то же время, происходит увеличение суммы, потраченной на покупку мебели, что означает, что спрос на мебель становится более качественным, и в выигрыше будут компании, которые умеют его удовлетворять. Более половины тех, кто собирается купить новую мебель, планирует приобрести импортную мебель. Предпочтительнее оказывается мебель, произведенная, прежде всего в Италии и Германии.

На сегодняшний день наибольшей популярностью среди покупателей пользуются флок, шинил, хлопок, жаккард, велюр. Кроме того, присутствуют еще несколько разновидностей обивочных тканей, как-то: микрофибра, искусственный мех, стрейч, плюш, но их доля на рынке несравнима с вышеперечисленными.

В Россию из Италии в основном поставляются кухни, спальни, столовые, офисная мебель, системы освещения, стулья. Следует отметить, что в последние годы все больше внимания российская элита стала уделять мебели из США, Франции, Великобритании и Швейцарии. В стилях преобладает классика: от рококо и ампира до старой английской классики и ставшего в последнее время особо популярным ар-деко.

Современный мебельный рынок формируется с помощью двух составляющих - "мебель элитная" и "мебель для массового потребителя". Если на последней составляющей рынок строился до 90-х годов, то появление элитной мебели засвидетельствовало наступление "нового" времени и перераспределение сил внутри самого рынка.

Москва занимает особое положение в структуре мебельного рынка. Доля московского региона в учетном объеме продаж составляет около 40 процентов. Объем продаж мебели на душу населения в Москве в сотни раз превосходит таковой в других регионах. Это свидетельствует о том, что Москва является крупным распределительным центром для поставки продукции в другие регионы страны. Однако процессы эти осуществляются хаотично. Низкий уровень организованности становится серьезным препятствием на пути дальнейшего развития мебельного сектора экономики. С другой стороны, уровень цен, качество и ассортиментный ряд мебельной продукции в столице, по мнению экспертов, оставляют желать лучшего. В то же время, в России есть регионы, где импортная мебель почти отсутствует. Это в первую очередь Северные регионы, а также Урал и Приморье. Импортерам мебели следует больше уделять внимание регионам, так как рынок Москвы и

Петербурга близок к насыщению. Основной неудовлетворенный спрос на мебель существует за счет регионов.

Можно выделить два уровня конкуренции на российском мебельном рынке. Первый уровень – конкуренция отечественных и импортных производителей. Второй – конкуренция внутри отечественных производителей.

В последние несколько лет, на российском рынке появились производители, которые начали серьезно заниматься дизайном. Они работают с ценными породами дерева и выпускают товар, который не намного отличается от импортного и по качеству, и по цене. Это Шатура, московская мебельная фабрика «Ольховская», воронежская «Мебель Черноземья», подмосковная «Экомебель» и рыбинская «Свобода», петербургская «Первая мебельная фабрика» и т.д.

Сегодня на рынке складывается интересная ситуация. Западные мебельщики в связи с трудностями со сбытом на мировых рынках идут в Россию, потому что тут еще не насыщенный рынок. В свою очередь отечественные предприятия по ценовым параметрам не могут использовать эту ненасыщенность и также начинают испытывать проблемы со сбытом.

В результате, часть производителей, вытесненных с рынка иностранцами, выходит на зарубежные рынки "третьего эшелона" - в страны СНГ, Индию и Китай. Но так как они не могут поставлять на эти рынки всю свою продукцию, они вынуждены искать решение проблемы на внутреннем рынке.

Основной рост в мебельной промышленности пришелся на послекризисный 1999 год. Тогда выпуск мебели вырос в полтора раза, в 2000 году - на 36 процентов. Воспользовавшись конъюнктурой, часть мебельщиков успела перестроить производство. Сейчас наиболее дальновидные из них оснащены не хуже немецких или итальянских коллег. Так как мебельный рынок в России не брендирован, то отечественные предприятия спокойно выпускают модели, полностью скопированные с западных образцов (разумеется, часто без всяких лицензий и покупки авторских прав).

Мебельная промышленность в эти годы оказалось гораздо более гибкой и динамичной, чем многие другие отрасли. Однако грядущие проблемы и растущая активность западных конкурентов ставят перед мебельщиками новые проблемы.

Первая реакция мебельщиков - искать защиты у государства. Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности обратилась к правительству России с просьбой принять меры по защите отечественного производителя в виде сохранения действующих ввозных таможенных пошлин на мебель на период до восьми лет.

Однако защита мебельного рынка не является для правительства России стратегическим направлением, так как у правительства есть задача вступить в ВТО. Правительство заявило мебельщикам, что рынок должен жить по законам потребителя, а не производителя. Поэтому шансов на то, что правительство удовлетворит требования мебельщиков – практически нет. И это предоставляет дополнительные возможности импортерам мебели.

Таким образом, отечественным производителям придется искать рыночные решения проблемы конкуренции или уступать рынок. Одним из возможных решений данной проблемы может схема франчайзинга, широко распространенная на Западе. Франчайзинг позволяет экономить на оптовом звене и в то же время контролировать розничные цены и качество сервиса. У компании IKEA сегодня имеется 20 магазинов в 13 странах, которые работают на условиях франшизы. Некоторые отечественные производители мебели уже пошли по этому пути. Самый очевидный пример - фабрика "Шатура".

Однако проблема состоит в том, что в регионах, включая Петербург, нет мебельных предприятий, которые по уровню менеджмента соответствовали бы западным стандартам. Руководство большинства мебельных фирм слишком патриархально и не сможет вовремя отреагировать на изменения конъюнктуры рынка.

Кроме того, российские мебельщики не уделяют внимания маркетингу, ориентируются не на тот сегмент рынка. С одной стороны, они производят слишком дорогую мебель, чтобы ее могли купить небогатые люди и слишком дешевую, чтобы она понравилась состоятельным покупателям.

В настоящее время, основную долю российского производства обеспечивают новые производства, созданные в начале 90-х. Старые советские предприятия, обремененные долгами, страдавшие от недостатка оборотных средств и устаревшего менеджмента, так и не смогли подняться. Лишь около 20% из них перешли в разряд преуспевающих. У молодых предприятий долги если и были, то в основном по товарным кредитам.

Кроме того, пристальное внимание к производству мебели стали проявлять отечественные фирмы, до кризиса занимавшиеся исключительно торговлей. Сегодня три четверти крупных компаний, торгующих мебелью, имеют собственное производство, при этом изначально производственные подразделения были только у 27% из них; остальные открыли собственные цеха сравнительно недавно. После кризиса производство мебели стало делом даже более выгодным, чем ее продажа. Издержки на содержание торговых и складских помещений росли после кризиса в несколько раз быстрее, чем объем продаж. По этой же причине нельзя было увеличить и торговую маржу, которая после кризиса сократилась более чем вдвое. В 1999 году на рынке сложилась такая ситуация, что для многих торговых компаний производство стало донором бизнеса и вышло на первый план, торговля же отошла на второй, то время как в докризисный период прибыль выше была у торговых предприятий, а не у производителей.

Производством, которое позволяло поддерживать на плаву низкорентабельную торговлю, занялись в 1999 году не только оптовики, сети и магазины, ориентированные на сбыт более дешевой российской мебели, но и импортеры.

Если в начале 90-х компании могли бороться за целые сегменты мебельного рынка, то к концу десятилетия российский покупатель уже был весьма избалован обилием производителей и разнообразием ассортимента. Конкуренция перешла в салоны магазинов, на уровень единичных покупателей.

В целом после кризиса на мебельном рынке остались самые опытные, зубастые игроки, сумевшие диверсифицировать свой бизнес. Пространства для маневра у них было более чем достаточно. Они имели возможность без борьбы занимать те ниши на рынке, которые высвободились после ухода иностранцев и разорившихся соотечественников. До сих пор конкуренция на рынке мебели не столь жесткая, как, например, на рынке бытовой или компьютерной техники.

Самый высокий уровень конкуренции среди российских производителей наблюдается на сегменте мягкой мебели между крупными и мелкими, полукустарными производствами. Дело в том, что комплектующие для выпуска диванов и кустари, и крупные фабрики покупают у одних и тех же поставщиков. Но у крупных производств больше расходов, и в итоге они были вынуждены отказаться от попыток бороться с представителями малого бизнеса. В результате сегодня лишь несколько крупных предприятий (ЗАО «Кузьминки», ООО «Инстроймебель») специализированно занимаются производством мягкой мебели.

Итак, конъюнктура мебельного рынка России складывается крайне благоприятно для компаний импортирующих мебель в Россию. В ближайшие 5-7 лет импортеры мебели будут иметь явные преимущества на российском рынке. Импортеры мебели из Испании имеют дополнительные преимущества, связанные с тем, что:

- Испанская мебель по стилю похожа на итальянскую мебель, а итальянская мебель является лидером на мебельном рынке России.
- В то же время, испанская мебель должна иметь более низкую себестоимость, по сравнению с итальянской, т.е. ценовая конъюнктура испанской мебели лучше.
- Спрос на испанскую мебель прямо пропорционален ее представленности в розничной сети.