
ОСОБЕННОСТИ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

О.А. Сукач

Ключевые слова: мебельная промышленность, мебельный рынок, импорт, спрос на мебель, корпусная мебель, офисная мебель.

Рынок мебельной продукции в России еще относительно молод. Основные предприятия присутствуют на нем не более 15–20 лет. Сегодня на российском рынке мебели работает свыше 6000 производителей. Из них не более 15% относятся к крупным (с объемом производства больше 1 млрд. руб. в год); еще несколько сотен компаний выпускают продукцию на сумму от 0,3 до 1 млрд. руб. в год, а остальные считаются мелкими. На малые предприятия в общем объеме рынка российской мебельной промышленности приходится одна десятая часть. Остальная часть рынка – крупные производства, которые собирают мебель из импортных комплектующих и прочно укрепились в занятых нишах. Но, тем не менее, доля малых предприятий в общем объеме производства за четыре года увеличилась почти в два раза [5].

Мировой финансовый кризис отразился на состоянии российской мебельной промышленности позднее, чем на базовых отраслях экономики, напрямую связанных с внешними рынками. Для этих отраслей кризис начался в середине 2008 г. Для мебельной же промышленности 2008 г. в целом оказался вполне благополучным. Влияние кризиса стало сказываться лишь в декабре 2008 г. Объемы производства мебели снизились более чем на 20%, а по итогам 2009 г. выпуск мебели составил 77% к уровню 2008 г. [6, с. 6].

Компании, производящие корпусную мебель в среднем ценовом сегменте, являются самыми устойчивыми на рынке в сложившихся условиях. Экономсегмент пострадал от кризиса в первую очередь. Спрос в этом сегменте снизился почти на 30%. Также снизился покупательский интерес и к сегменту импортной мебели класса люкс. Спрос на мебель класса люкс отечественного производства пострадал не очень значительно. А что касается рынка продаж импортной мебели (в первую очередь,

производства Италии, Испании и Германии), то в результате роста курсов валют эта мебель значительно подорожала, и, как следствие, произошло снижение ее продаж на 20–30%. Кроме того, из-за немалых сроков доставки из-за рубежа такая продукция резко дорожает уже в процессе самой доставки.

До недавнего времени импорт мебели уверенно рос. Только за последние 10 лет он увеличился в два раза. Общий объем продаж мебели на российском рынке составляет около 4,6 млрд. долл. США. В 2003 г. доля импорта составляла 43,1% от всего объема продаваемой мебели, а на сегодняшний день данный показатель находится в пределах 50%.

Крупными покупателями российской мебели по-прежнему являются Казахстан, Беларусь и Украина. Тем не менее, экспорт мебели резко снизился более чем на 30%, в том числе в страны дальнего зарубежья (–26%), страны СНГ (–36%), Беларусь (–31%). [6, с. 7]. При этом структура экспорта осталась неизменной, в значительной части преобладают детали мебели. Положение с экспортом весьма негативно характеризует возможности российских мебельщиков в конкурентной борьбе с зарубежными поставщиками (таблица 1).

В конце 2004 г. впервые были введены пошлины на импорт мебели, которые учитывают ее ценовую и товарную категорию. Также увеличились пошлины на ввоз недорогой продукции, которая составляла до 80% мебельного импорта в России, что незамедлительно вызвало сокращение объемов поставок. Например, в 2005 г. импорт мебели только из Беларуси снизился на 9%. Параллельно с повышением пошлин на готовую мебель были снижены с 20 до 10% тарифы на ввоз комплектующих (фасад, стекла, кромки, фурнитуры). В результате этого отечественные производители смогли в больших объемах использовать импортную фурнитуру.

Таблица 1 – Мебельный рынок России 2005–2009 гг.

Показатели	Ед.изм.	2005	2006	2007	2008	2009
Объем производства мебели	долл. США	1595,7	2181,9	2940,2	4043,5	2533,5
Темп роста производства к предыдущему периоду	%	114,5	136,7	134,8	137,5	63,2
Экспорт	долл. США	229,7	285,7	364,8	366,2	270,0
Импорт, всего	долл. США	783,0	1140,8	1761,2	2398,6	1668,3
в т.ч. дальнее зарубежье	долл. США	661,9	928,1	1484,9	2046,5	1481,1
Объем продаж на российском рынке, всего	долл. США	3672,7	4920,8	7150,5	10038,5	6595,9
в т.ч. дальнее зарубежье	долл. США	1356,9	1884,0	3044,0	4235,8	3065,9
Удельный вес импорта, всего	%	46	44,5	48,1	47,3	50,6
в т.ч. дальнее зарубежье	%	36,9	38,3	42,6	42,2	46,5

Источник: [6, с. 8].

В конце 2004 г. впервые были введены пошлины на импорт мебели, которые учитывают ее ценовую и товарную категорию. Также увеличились пошлины на ввоз недорогой продукции, которая составляла до 80 % мебельного импорта в России, что незамедлительно вызвало сокращение объемов поставок. Например, в 2005 г. импорт мебели только из Беларуси снизился на 9 %. Параллельно с повышением пошлин на готовую мебель были снижены с 20 до 10 % тарифы на ввоз комплектующих (фасад, стекла, кромки, фурнитуры). В результате этого отечественные производители смогли в больших объемах использовать импортную фурнитуру.

Российским производителям тяжелее всего конкурировать с иностранными в сегменте спален и гостиных. Что же касается офисной мебели, то здесь производители уверенно закрепились на рынке. В секторе мебели для персонала российские производители полностью вытеснили европейских. Рост производства офисной мебели отчасти связан с производством базового сырья – древесно-стружечных плит, в том числе и облицованных. Производство строганного шпона возросло, так как часть мебельных производств начала использовать отечественную продукцию взамен импортной. Снижение курса российского рубля также заставило многих отказаться от потребления импортного сырья. Поставка в Россию импортных ДСП сократилась в 2,5 раза: со 186 тыс. м³ за 6 месяцев 2008 г. до 77 тыс. м³ в 2009 г. Примерно так же сократился завоз древесноволокнистых плит средней плотности (МДФ), объем их поставки в Россию упал до 93 тыс. м³. Основу завоза составляют тонкие плиты толщиной до 9 мм, их было поставлено 65 тыс. м³. Как результат возобновили работу заводы по выпуску ДСП, которые остановили производство в 90-е гг. прошлого века. Сегодня российские плиты

вполне могут конкурировать с недорогим импортом: отечественные заводы при изготовлении ДСП используют те же связующие смолы, облицовочную бумагу и декоры, что и иностранные. Сегодняшний курс рубля стимулирует экспортные поставки, и экспорт плит в первом полугодии 2010 г. вырос почти в 1,5 раза по сравнению с аналогичным периодом 2009 г. [2].

По статистике, около 75 % мебельного рынка составляла мебель для дома. В этом сегменте наибольшие продажи пришлись на корпусную, мягкую мебель и мебель для кухни. Первое место по объемам продаж на рынке бытовой мебели у корпусной мебели для комнат и прихожих (примерно 35 %). Лидирующее положение корпусной мебели соответствует общемировым тенденциям. Однако с 2008 г. в секторе корпусной мебели наметилась стагнация, связанная с тем, что в сегменте мебели для гостиных (шкафы, модульные программы) очевиден спад производства. На рынке отмечается замещение шкафов и стенок встраиваемой мебелью, спад продаж мебели для гостиных. Процесс производства корпусной мебели для спален, равно как и для гостиных, является одним из наиболее технологически сложных, с высокими затратами и относительно низкой рентабельностью (10–15 %) [3, с. 12].

Потребление мягкой мебели в России превышает среднеевропейский уровень в полтора раза: у россиян диван или тахта не только предмет интерьера, но и основное место для сна. По мере увеличения площади жилья, приходящейся на одного гражданина России, прогнозируется падение спроса на мягкую мебель, которую заменят спальные гарнитуры и стационарные кровати. Производство мягкой мебели не требует сложного технологического оборудования. Стандартных деревообрабатывающих станков достаточно

для производства как недорогой мебели, так и элитной. Внешний вид мягкой мебели определяет обивка, надежность – каркас и механизм трансформации. Также в производстве мягкой мебели становится весьма заметен уход от ранее преобладавших на российском рынке диванов-кроватей в сторону более комфортных диванов и кушеток. При этом растет и потребление кроватей как более комфортабельных изделий для сна.

Стоит отметить, что кризис практически не повлиял на производство одного из главных предметов для сна – матрацев. По сравнению с первым полугодием 2007 г. их производство и потребление увеличилось почти на четверть. Даже в тяжелой экономической ситуации их продажи растут, и предприятиям приходится открывать новые производства для удовлетворения спроса.

Спрос на кухонную мебель в России также значительно ниже, чем в Европе. С 2001 г. этот сегмент стали активно развивать также и белорусские производители. В последние годы значительно вырос спрос на кухонную мебель на заказ (как правило, ее по чертежам заказчика производят небольшие фирмы).

Исходя из вышесказанного, лидирующие позиции в структуре потребительского спроса на рынке мебели для дома у корпусной мебели для комнат и прихожих – 32 % продаж. Мягкая мебель по объему продаж заняла 23 % рынка. На третьем месте кухонная мебель (16 %), за ней идут мебель для спальни (14 %), детская (3 %), встроенная (2,5 %). При этом следует отметить значительную долю импортной продукции в общем объеме – около 50 % [2].

Быстро рос и рынок офисной мебели, который, по данным Центра развития мебельной промышленности, составляет около 25 % от общего объема мебельного рынка России. Рентабельность производства в этом секторе доходит до 25 %. Эксперты Центра отмечают, что российский рынок офисной мебели в 2009 г. рос даже быстрее, чем в предыдущие, когда показатель роста составил около 13 %. В денежном выражении суммарный объем российского рынка офисной мебели в 2006 г. составил 1–1,1 млрд. долл. США. Современный российский рынок офисной мебели характеризуется жесткой конкуренцией. Ситуацию усложняет появление на рынке новых производителей, однако перспективы на длительный срок имеют только крупные компании. Уже сейчас российские фирмы в основном работают в нише дешевой мебели, тогда как зарубежные компании со своими

представительствами в России занимают «дорогой» рынок. И пока российские компании не готовы составить достойную конкуренцию западным, особенно в сегменте элитной мебели.

В последние два-три года выделился такой сегмент мягкой мебели, как «экслюзив», или мебель на заказ. Особенно это заметно на московском рынке мягкой мебели. Объясняется данная тенденция ростом благосостояния покупателей, потребностями заказчиков в большем комфорте и высоком качестве, а также ростом объемов продаж квартир премиум класса.

Следует отметить, что чуть менее половины всей мебели России изготавливается в Центральном федеральном округе. Особенно быстрыми темпами растет мебельное производство в Московской области (в 2008 г. его объем составил 170 % к объемам 2005 г.). Доля же Москвы в общем объеме российского производства составила 8,8%. Большинство производителей мебели из дерева работают на иностранном оборудовании – оно позволяет изготавливать качественную продукцию [3, с. 13].

В последнее время стало распространенным привлечение зарубежных дизайнеров к разработке новых моделей для российского производства. К примеру, так поступают на Первой мебельной фабрике Петербурга, где иностранные дизайнеры участвуют в разработке моделей кухонной мебели.

По прогнозам некоторых экспертов, докризисный уровень спроса на мебель восстановится не раньше 2014–2015 гг. В настоящее время при снижении общего уровня жизни, замораживании сделок с недвижимостью, малых объемах нового строительства потребление мебели падает. Опросы показывают, что россияне, выбирая из ряда потребительских товаров, меньше всего думают о покупке новой мебели.

Крупные фабрики вынуждены существенно сокращать производство и увольнять часть персонала из-за низкой загрузки. Дополнительной проблемой для отрасли является рост курса доллара и евро. Приобретаемые за границей фурнитура и материалы с увеличением стоимости валюты создали дополнительную стоимость готовых изделий. Основным стратегическим направлением для предприятий мебельной промышленности в ближайшие годы останется минимизация всех видов издержек, переход на продукцию нижних ценовых сегментов и закрытие нерентабельных

точек продаж, образовавшихся на волне роста в 2006–2008 гг.

Мебельная промышленность занимает особое место среди всех отраслей лесопромышленного комплекса Республики Беларусь. Она является одним из основных потребителей пиломатериалов, ДСП, МДФ, фанеры, шпона и во многом определяет развитие других отраслей. Мебельный рынок Беларуси развивается динамично – большинство предприятий, специализирующихся на производстве мебели, стремятся к обновлению производства, совершенствованию дизайна и повышению качества продукции. К примеру, спрос на мебель для кухни в Беларуси уже в течение последних десяти лет с каждым годом увеличивается в среднем на 15 процентов. Похожая динамика наблюдается и у производителей мягкой и офисной мебели. В настоящее время в Беларуси производством мебели занимается 350 организаций.

В структуре экспортных поставок предприятий доля мебели составляет более 30%. Наибольшая часть приходится на поставки в страны ближнего зарубежья (85%). География экспорта мебели за последние три года представлена 29 странами, среди которых наиболее крупные рынки сбыта имеют Россия (68%), Казахстан (15%) и Германия (6%).

Если говорить об объемах реализованной продукции, то в 2009 г. они составили 630 млрд. бел. руб. Из них на территории Беларуси продано мебели на сумму 338 млрд. бел. руб., в страны СНГ – 254, в страны дальнего зарубежья – 38.

Что касается производства, то наиболее привлекательным является выпуск мягкой мебели, так как для этого не нужны специальных станков, то есть почти все операции выполняются вручную. В самом начале лучше изготавливать мебель на заказ, уменьшив таким образом размеры издержек.

Производство мебели для кухни – наиболее быстро развивающийся сегмент мебельного рынка. Так как спрос на недорогую мебель для кухни есть всегда, считается целесообразным продолжать увеличивать производство простой корпусной мебели из обычного ДСП или МДФ.

Сегодня, когда мебельный рынок достаточно широк, потребитель обращает все больше внимания именно на дизайн мебели и ее разнообразие. А одной из основных проблем является однообразие ассортимента и большая схожесть моделей у разных производителей. Основные элементы дизайна чаще всего заим-

ствуются с западной продукции, диктующей модные тенденции дизайна интерьера мягкой мебели. К этому большинство производителей прибегает по причине отсутствия собственной дизайнерской школы по мебели. В качестве объектов для копирования выступают новейшие идеи и разработки итальянских, немецких, российских дизайнеров. С целью поиска новых идей специалисты компаний ежегодно посещают мебельные выставки мирового масштаба в Кельне, Милане, Москве. И как результат, отсутствие собственных дизайнеров лишает белорусскую мебель индивидуальности, оригинальности, собственного неповторяемого стиля.

Поэтому можно предложить привлекать зарубежных дизайнеров для разработки новых моделей как это делают многие российские производители.

Многие российские предприятия в условиях кризиса разрабатывали и реализовывали индивидуальные антикризисные программы, исходя их конкретной экономической ситуации и технических возможностей производства. Несмотря на различные результаты, принятые антикризисные меры привели к качественному положительному изменению удельных технико-экономических показателей, то есть в основном подтвердили наличие значительных резервов повышения эффективности производства. Вместе с тем не все возможности улучшения работы в условиях кризиса были использованы. Некоторое увеличение продаж мебели высокого ценового класса создало иллюзию стабильных условий для ее производства, хотя большинство фирм, в том числе крупных, вынуждены были сдвинуть свой модельный ряд в сторону более дешевого ассортимента, а также упростить и удешевить системы сбыта готовой продукции.

В современной практике существуют примеры, когда производители, своевременно изменившие ассортиментную политику в условиях кризиса, не только не сократили объемы производства, но и увеличили их. Сегодня сложилось более резкое разграничение между ассортиментом экономического класса и дорогим. В указанных случаях проявляется недостаточная оперативность менеджмента, ответственного за адекватное реагирование на изменяющиеся условия в экономике страны и, соответственно, на рынке мебели.

На основании вышеизложенного, наиболее благоприятные прогнозы развития можно дать для следующих сегментов мебельной

промышленности: офисной мебели, производимой крупными предприятиями, а также специализированной мебели, выпускаемой предприятиями малого и среднего бизнеса, для которого логичным представляется переход к итальянской схеме работы. Эта схема

предполагает ориентацию на индивидуальных клиентов в узком сегменте и на ограниченном (на первых порах) географическом рынке, а также на развитую инфраструктуру мебельного производства, включающую доступную качественную фурнитуру и комплектующие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Forest Products Annual Market Review 2009–2010: Geneva Timber and Forest Study Paper 25. – New York and Geneva, 2010. – 188 p.
2. Васильев, В.В. Российский рынок ждет перемен / В.В. Васильев // Фабрика мебели [Электронный ресурс] – М., 2010 – Режим доступа: <http://fabrikam.ru>. – Дата доступа: 14.06.2010.
3. Горощенко, Л.Г. Анализ динамики развития производства отечественной мебели / Л.Г. Горощенко // Мебельный мир. – 2009. – № 1(27). – С. 10–15.
4. Ежегодный обзор рынка лесных товаров (2008–2009 гг.): Основной доклад ЕЭК ООН // ФАО. Женевское исследование по сектору лесного хозяйства и лесной промышленности. – Женева, 2009. – № 24. – 316с.
5. Мебельная промышленность России [Электронный ресурс]. – М., 2009. – Режим доступа: <http://centrex.ru>. – Дата доступа: 26.05.2010.
6. Мебельный промышленность России в 2009 году // Мебельный мир. – М., 2010. – № 2(32). – С. 6–9.
7. Портал лесной отрасли [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <http://wood.ru>. – Дата доступа: 17.08.2010.
8. Челпанова, М. Особенности национального спроса в период кризиса / М. Челпанова // Леспроектинформ. – С.-Пб., 2009. – № 3 (61). – С. 10–14.

РЕЗЮМЕ

Наиболее конкурентоспособной на российском рынке по сравнению с другими товарами длительного пользования является продукция мебельной промышленности. Тем не менее, потребление мебели на душу населения в России значительно отстает от средневропейского уровня. Но в последние годы разрыв стал сокращаться, производители стремительно наращивали мощности своих фабрик, расширяли ассортимент, повышали качество фурнитуры. Рынок мебели России развивался быстрыми темпами, прибавляя 23–49% ежегодно. Наибольшие темпы прироста были отмечены в 2003 и 2005 годах, а наименьшие в 2004 и 2008 годах. Мировой финансовый кризис нарушил сложившуюся ситуацию. Мебель относится к товарам длительного пользования, поэтому влияние кризиса на нее было ощутимым.

SUMMARY

As compared to other durable consumer goods the production of the furniture industry are the most competitive on the Russian market. Nonetheless, furniture consumption per capita in Russia is significantly lower than European average. In recent years, the rupture began to reduce, manufactures increased the capacities of factories, expanded assortments, raised the quality of accessories. Furniture market in Russia developed rapidly (23–49% annually). The highest growth rates were registered in 2003 and 2005, but the lowest in 2004 and 2008. The global financial crisis broke this trend as far furniture is durable good, which consumption is known to be highly affected by crisis.

*Статья поступила в редакцию 20 октября 2010 г.