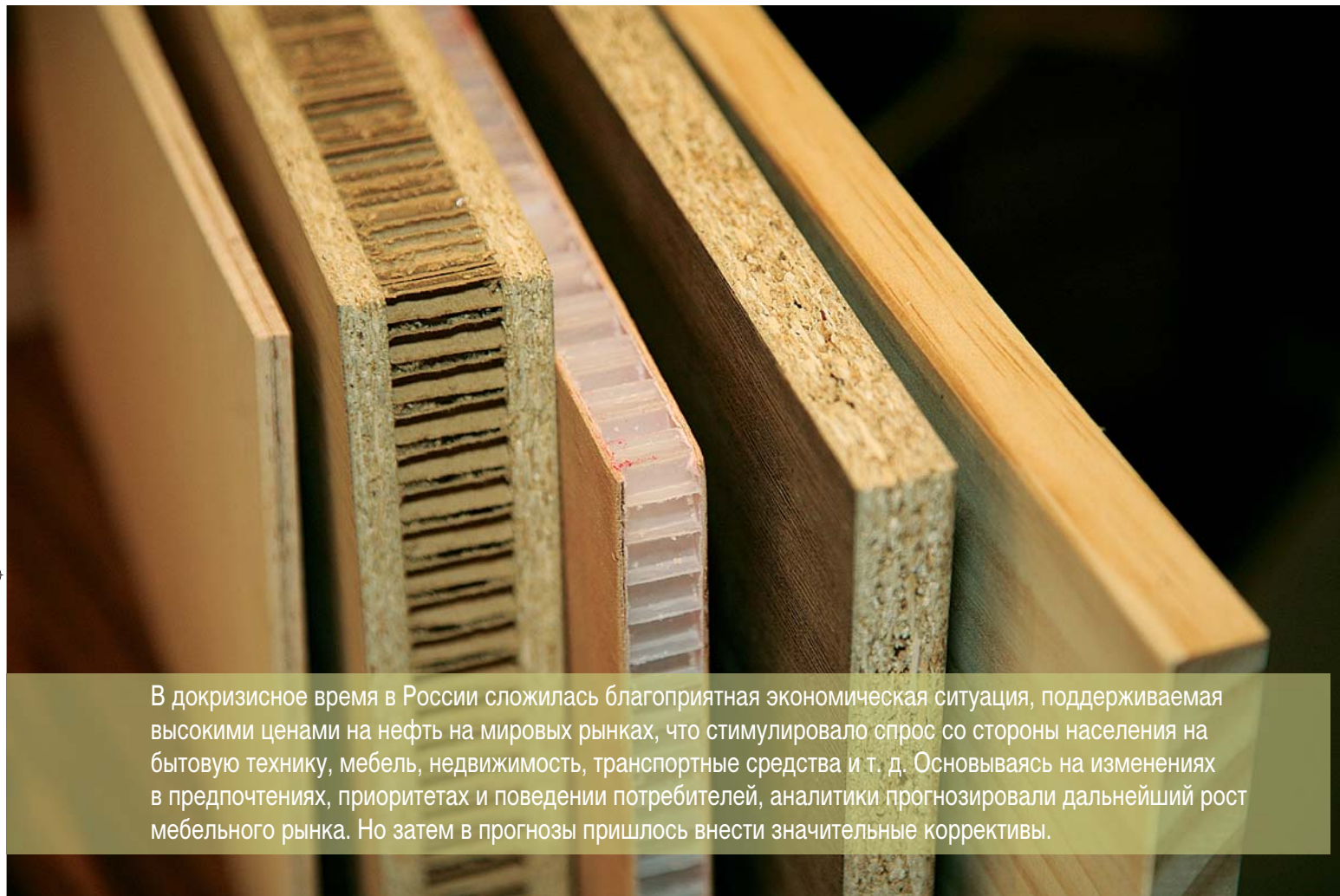


Пармухина Евгения

# ПОТЕНЦИАЛ ЕСТЬ! А ЕСТЬ ЛИ ПЕРСПЕКТИВЫ?



В докризисное время в России сложилась благоприятная экономическая ситуация, поддерживаемая высокими ценами на нефть на мировых рынках, что стимулировало спрос со стороны населения на бытовую технику, мебель, недвижимость, транспортные средства и т. д. Основываясь на изменениях в предпочтениях, приоритетах и поведении потребителей, аналитики прогнозировали дальнейший рост мебельного рынка. Но затем в прогнозы пришлось внести значительные коррективы.

На протяжении последних лет потребление мебели в России ежегодно росло в среднем на 15–35%, как отечественной, так и импортной. Исключением стал 2009 год, когда потребление сократилось более чем на четверть.

## Особенности российского мебельного рынка

Мебельный рынок России отличается относительной непрозрачностью, а оценки его характеристик могут существенно различаться. Например, оперативные и уточненные данные Росстата о производстве мебели могут отличаться друг от друга

от 10% (в сторону увеличения) до 25%. Наиболее наглядно это соображение подтверждает почти двукратное расхождение в оценках объема производства и объема рынка между Росстатом и Ассоциацией предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АПМДПР).

Так, по мнению Росстата, объем российского мебельного рынка в 2008 году был равен 251 млрд руб. По мнению АПМДПР, аналогичный показатель составил 362 млрд руб. Research.Techart придерживается верхней оценки. С учетом теневого сегмента рынка и деятельности микрофирм объем потребления в 2008 году мог достигать 365 млрд руб.

Значительное сокращение мебельного рынка в 2009 году было связано с уменьшением покупательной способности населения и кризисом строительного рынка. По оценкам Research.Techart, объем рынка мебели в 2009 году составил приблизительно 269 млрд руб (рис. 1).

## Импорт и экспорт

По предварительным подсчетам, объем импорта мебели в 2009 году сократился примерно на треть по сравнению с показателями 2008 года, когда объем импортных поставок мебели составил 2,4 млрд долл., увеличившись на 36,2% в долларовом выражении. Импорт из стран дальнего зарубежья

рос опережающими темпами, и его темп составил по итогам года 37,8% в долларовом выражении. По сравнению с 2006 годом объем импортных поставок по этому направлению увеличился более чем на 120%.

Влияние финансово-экономического кризиса проявилось уже в конце 2008 году в сокращении на 13% объемов поставок мебели в четвертом квартале по сравнению с предыдущим годом.

Объем экспортных поставок мебели стабилен в течение нескольких последних лет. Так, в 2008 году по сравнению с предыдущим годом этот показатель увеличился всего на 0,4%. При этом экспорт российской мебели в страны дальнего зарубежья вырос на 9%, в страны СНГ – сократился на 8%. Общий объем поставок в 2008 году составил 366,2 млн долл., в том числе в страны дальнего зарубежья – 195,9 млн долл. (54,5%), страны СНГ – 170,4 млн долл. (46,5%).

В 2009 году объем экспорта мебели также практически не изменился, вернувшись к показателям 2007 года.

### Производство мебели

Внутреннее производство мебели на протяжении предыдущих семи лет также непрерывно росло: его объем в стоимостном выражении с 2001 по 2008 год увеличился почти в 4,7 раза (в сопоставимых ценах примерно в 3 раза).

В 2009 году российский выпуск мебели в денежном выражении сократился, по оценкам участников рынка, примерно на четверть, потому что многие производители перешли на выпуск мебели эконом-класса, чтобы соответствовать изменившимся экономическим условиям. В натуральном выражении падение не было таким значительным.

Если рассматривать последнее десятилетие, то можно сказать, что 2006 год стал знаковым для отечественной мебельной промышленности. Прирост объемов производства составил в текущих ценах около 31,2% (в 2005 году аналогичный показатель – всего 12,4%). В сопоставимых ценах объем производства вырос в 2006 году на 22,8%. Рост внутреннего производства позволил преодолеть некоторую стагнацию российского рынка мебели, наметившуюся в 2004–2005 годах.

В 2008 году тенденция роста объемов производства мебели в России, несмотря на кризисные явления, сохранилась. Частично это можно объяснить инер-

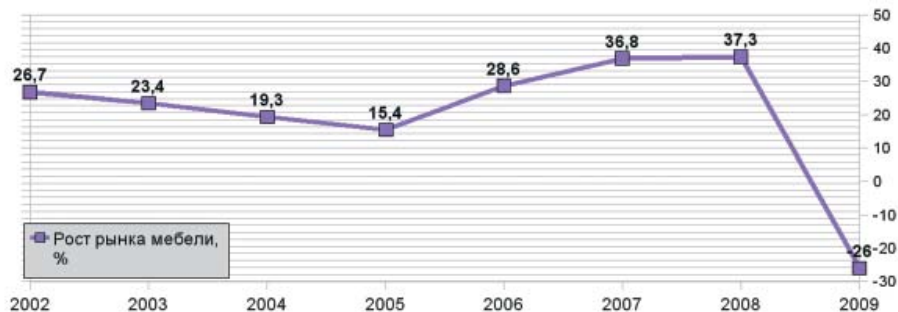


Рис. 1. Уровень роста рынка мебели в 2002–2009 годах

ционностью производственного процесса: уже в октябре–ноябре многие производители работали «на склад», т. е. выпущенная продукция не конвертировалась в продажи.

Всего в России в 2008 году, по официальным данным Росстата, было произведено мебели на 101,1 млрд руб. (без НДС). Рост отрасли по сравнению с предыдущим годом составил 34,5% в рублевом выражении в текущих ценах и 10,4% в сопоставимых ценах.

### Особенности потребления

Спрос на мебельном рынке условно можно разделить на две большие группы:

- ▶ первичный спрос – это спрос основных категорий потребителей (молодых семей, вновь основанных организаций и предприятий) на мебель для новой квартиры или офиса;
- ▶ спрос на замену – это спрос потребителей (частных и корпоративных), меняющих мебель в квартире/офисе на новую.

Структура российского рынка мебели является неустойчивой. При анализе ситуации, сложившейся на мебельном рынке в последние годы, специалисты отмечают, что нестабильность структуры потребления вынуждает производителей все более гибко реагировать на всевозможные изменения и тенденции. В частности, это переход на расчеты в рублях, поиск нового, более дешевого сырья, сокращение непрофильных активов, повышение стоимости готовой продукции с попыткой перейти в новую ценовую нишу и обосноваться в ней. Подтверждением последнего может служить тенденция появления большого количества новых дорогих мебельных серий практически у каждого производителя.

На объемы потребления мебели, помимо естественных стадий жизненного цикла, оказывают влияние несколько групп факторов. Например, вследствие

сложившихся экономических обстоятельств, из-за нехватки средств у предприятий на приобретение офисной и специализированной мебели существует отложенный спрос в этом сегменте, способный обеспечить работой мебельные фабрики на несколько лет вперед. Частными факторами, влияющими на потребление мебели, являются критерии потребительских предпочтений, а именно цена, модные тенденции в потреблении (дизайн мебели, эргономические характеристики, бренд производителя).

Кроме того, рынок мебели подвержен влиянию сезонности спроса, т. е. изменению его объема в зависимости от времени года. Эксперты фиксируют всплеск спроса на мебель в апреле–мае и сентябре–декабре включительно, а также ощутимый спад в январе–марте и в июне–августе. Летний застой связан с дачным сезоном и тратой средств населения на другие нужды. Осенью и зимой потребители, напротив, проявляют активность в приобретении мебели. Наибольшие ее объемы выпускаются и продаются именно в четвертом квартале года.

### Структура спроса

В маркетинговой деятельности мебельного предприятия одной из важнейших задач является определение целевого сегмента. Для этого обычно составляется «портрет» потенциального покупателя с использованием данных различных опросов.

Опросы населения показывают, что наиболее популярными видами мебели (их имеет наибольшее число респондентов) являются кухонные гарнитуры, корпусная мебель, мягкая мебель, платяные шкафы, диваны, журнальные столики, тумбы под ТВ-аппаратуру, кресла, кровати, письменные столы, спальня гарнитуры. Меньшую популярность среди населения имеют книжные шкафы, гарниту-

ры гостиной и жилой комнаты, встроенная мебель, горки, компьютерные столы, кухонная мебель со встроенной бытовой техникой, а также шкафы-купе.

### Особенности выбора мебели

При выборе мебели потребитель, как правило, ориентируется на качество, цвет и цену. Например, покупатели, выбирая спальный гарнитур, руководствуются, в основном, тем, что цена должна соответствовать качеству, при выборе компьютерного стола и детского гарнитура основным критерием является практичность, а при выборе мягкой, офисной мебели и мебели для

одежду, мебель и разного рода технику в специализированных магазинах, которые по популярности опережают крупные торговые центры и рынки. Эксперты полагают, что главной причиной этого является нежелание тратить на покупку много времени.

Последние тенденции говорят о том, что торговые центры постепенно начинают отвоёвывать свою долю продаж у специализированных магазинов. Не в последнюю очередь это связано с тем, что торговые центры, особенно крупные, активно практикуют продажи в кредит, причем благодаря общему высокому обороту имеют возможность договариваться с банками

работающих супругов от 30 до 50 лет, имеющая одного-двух детей от 3 лет. Чаще всего они меняют мебель семилетней давности или покупают новую в связи с приобретением жилья.

### Прогнозы рынка

В 2010 году мебельный рынок продолжит свое падение, сократившись еще на 10%. Тем не менее, потенциал российского мебельного рынка высок. В России потребление мебели на душу населения оценивается в 105 долл., в развитых странах – в 239 долл. в год.

При достижении уровня потребления 239 долл. на человека объем российского рынка может превы-



спальни – удобство. Согласно результатам опросов, удобство и комфорт для потребителя при покупке практически любого вида мебели более важны, чем материал, из которого изготовлена мебель.

Для совершения покупки клиенты выбирают специализированные магазины. На выбор покупателей влияет гарантия, возможность выбора и реклама. Данный факт подтверждается и другими источниками (например, Ромир). Россияне предпочитают покупать

о более выгодных условиях кредитования.

Увеличение потребления мебели объясняется не только ростом первичного спроса (покупка мебели во вновь приобретаемые/покупаемые квартиры или дома), но и повышением частоты потребления жилой мебели. Если раньше российские потребители покупали мебель в среднем один раз в 15 лет, то сейчас – раз в 5–7 лет. Наиболее активным представителем потребителей домашней мебели является семья

составом 33,9 млрд долл., т. е. увеличиться в 2,5 раза по сравнению с текущими показателями.

С 2011 года, главным образом за счет отложенного спроса, будет происходить постепенное восстановление рынка. По мнению Research.Techart, к уровню 2008 года рынок вернется не раньше 2014 года.



Статья подготовлена Research.Techart на основании маркетингового исследования рынка мебели.