



www.diplomstudent.net

**Дипломные
работы
на заказ**

**от автора
без предоплаты**

**Статья : «Маркетинговое исследование мебельного рынка России:
современное состояние и перспективы развития»**

Аннотация статьи: В статье рассматривается актуальная тема: «Маркетинговое исследование мебельного рынка России: современное состояние и перспективы развития». Пандемия особенно отчетливо показала, как меняется поведение потребителя в условиях изолированности. В связи с этим, компании вынуждены искать новые пути, совершенствовать существующие стратегии, с целью большего увеличения продаж и прибыли. Однако, важно развиваться на рынке, имеющем перспективы и потенциал роста, так как в противном случае компания окажется в невыгодном положении. В связи с этим, для мебельной компании, необходимо

проведение анализа мебельного рынка, изучив текущее состояние и перспективы его развития. В статье дается рекомендация о необходимости развития мебельной компании на рынке мебельного производства и реализации в России.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: СТРАТЕГИЯ, ЭКСПОРТ МЕБЕЛИ , ИМПОРТ МЕБЕЛИ, ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ, ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА, РЫНОК МЕБЕЛИ, РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ, ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

Проведем анализ развития мебельного рынка в России по данным Росстата. За 2017-2019гг. сальдированный финансовый результат компаний мебельного производства в 2019г. увеличился относительно показателей 2017г. на 5,57% и в 2019г. показатель сформировался на уровне 5138 млн. руб., однако к уровню прошлого года снижение составило 3,58%, рисунок 4.1. [14]

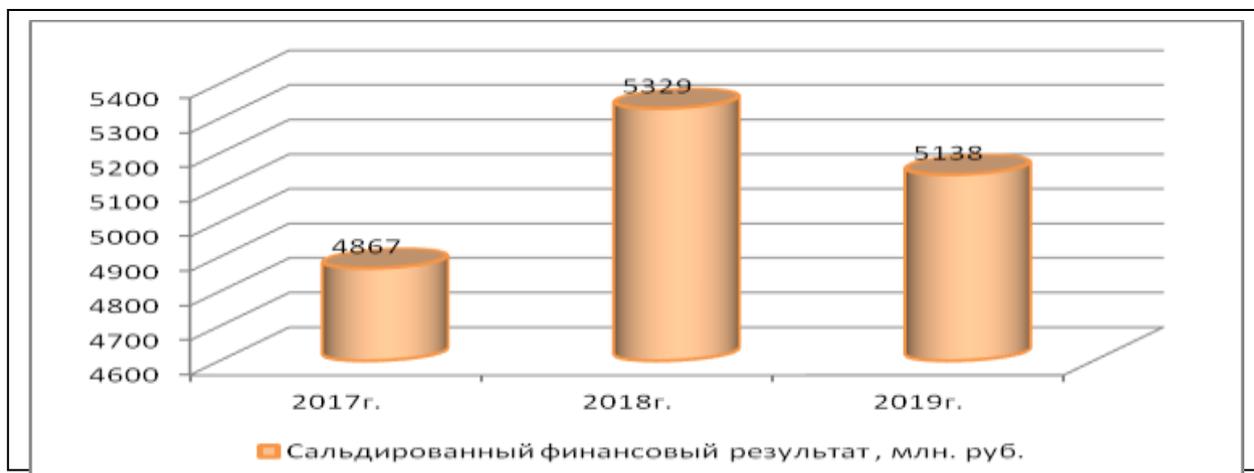


Рисунок 4.1. Динамика сальдированного финансового результата предприятий производителей мебели в России с 2017-2019гг. [14]

Доля убыточных организаций, занимающиеся производством мебели в 2019г. составила 19,3%, а это ниже показателя предыдущего года на 8,1%, снизилась и сумма убытка на 328 млн. руб. и на конец анализируемого периода показатель составил 929 млн. руб., рисунок 4.2. Показатель

рентабельности проданных товаров (мебели) увеличился на 0,4% и составил в 2019г. 5,3%, по рентабельности активов произошло снижение на 0,5% и в 2019г. показатель сформировался на уровне 4,7%, рисунок 4.3. [14]

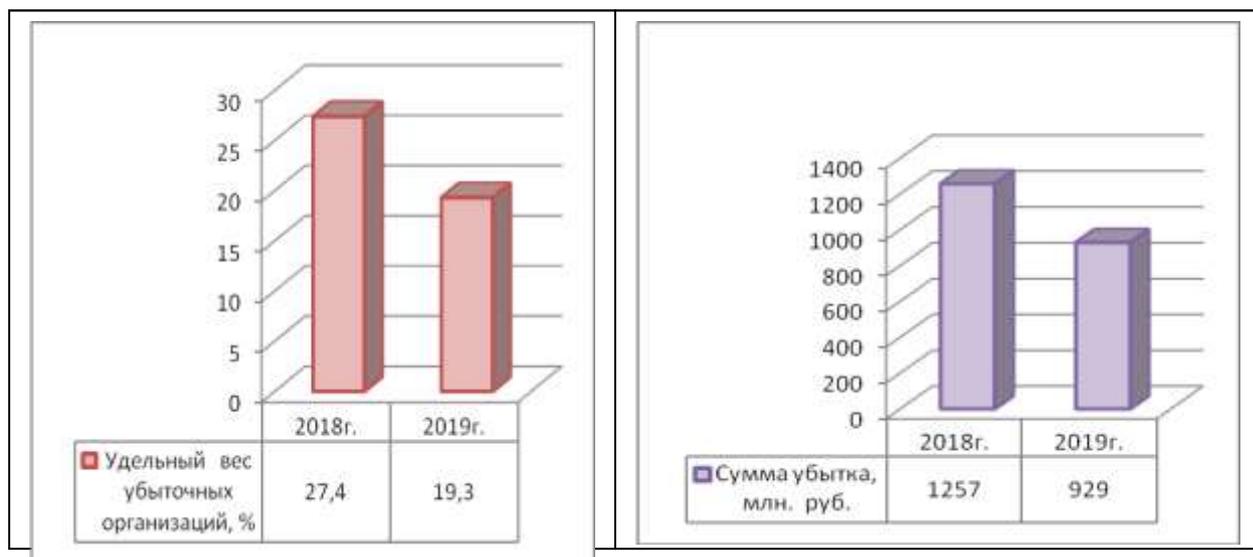


Рисунок 4.2. Динамика доли убыточных организаций и суммы убытка производителей мебели в России с 2018-2019гг. [14]

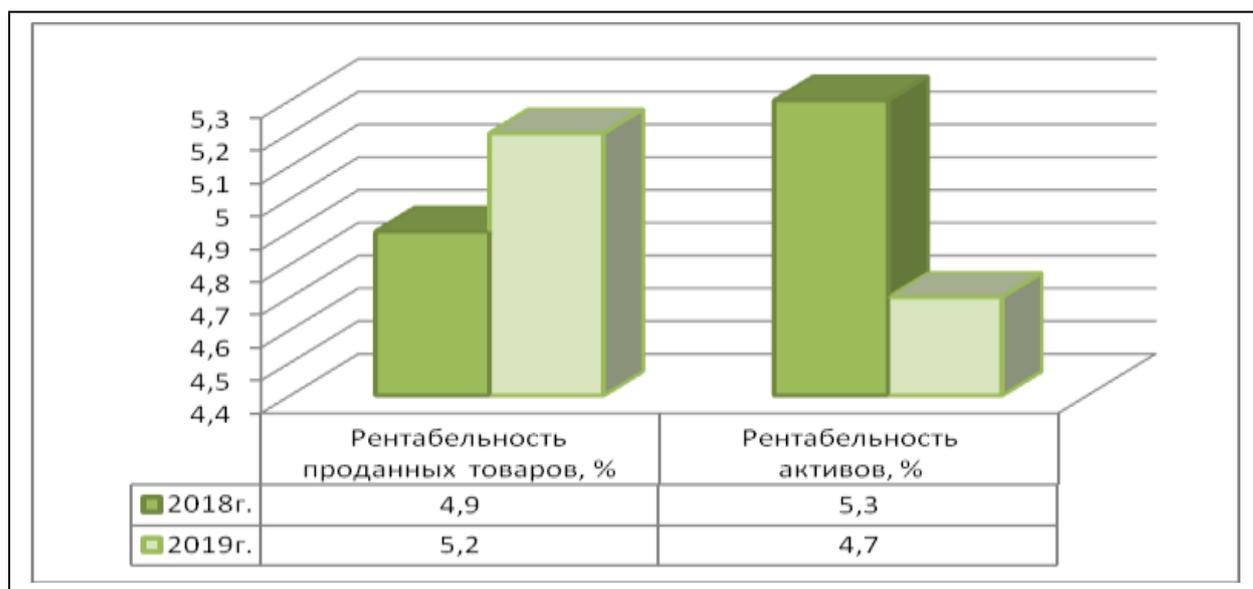
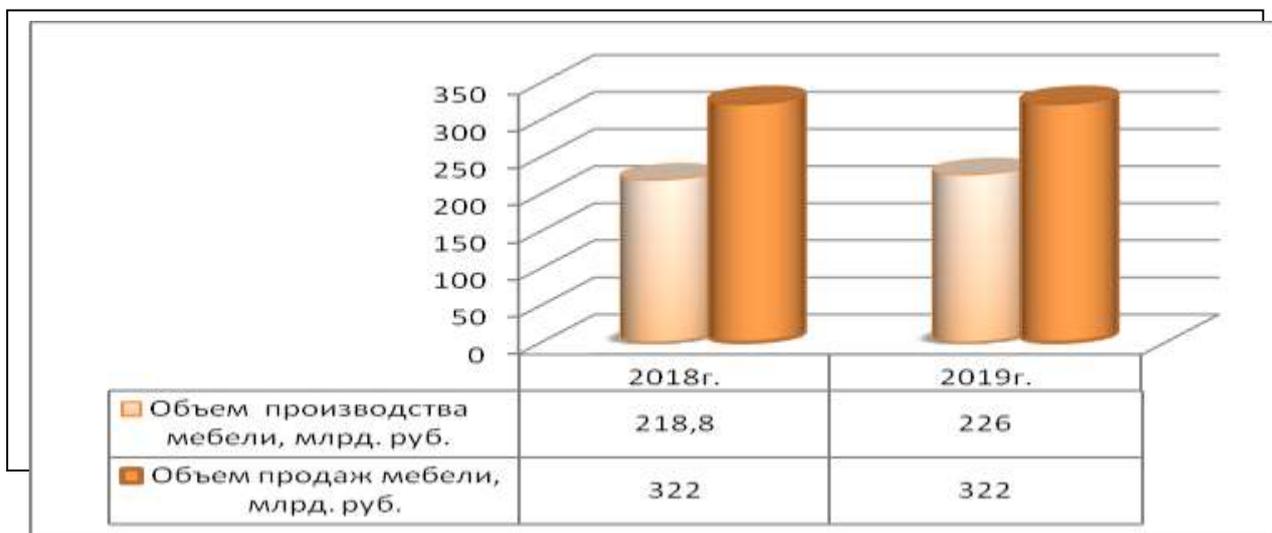


Рисунок 4.3. Динамика показателей рентабельности проданных товаров и рентабельности активов предприятий производителей мебели в 2018-2019гг. [14]

По данным Стратегии развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года//утв. распоряжением Правительства РФ от 11 февраля 2021 г. № 312-р, объем производства мебели в 2019 году вырос

на 3,3 процента относительно предыдущего года и составил 226 млрд. рублей в ценах отгрузки поставщиков, в то время как объем продаж на рынке остался на прежнем уровне и составил около 322 млрд. рублей (в ценах реализации), рисунок 4.4. Объем производства мебели из дерева оценивается в 93,7 млрд. рублей.



2018-2019гг. [17]

В 2019 году импорт мебели незначительно увеличился (прирост +2,5%) и составил 126,4 млрд. рублей, при этом импорт мебели из дерева составил 80 млрд. рублей, рисунок 4.5.

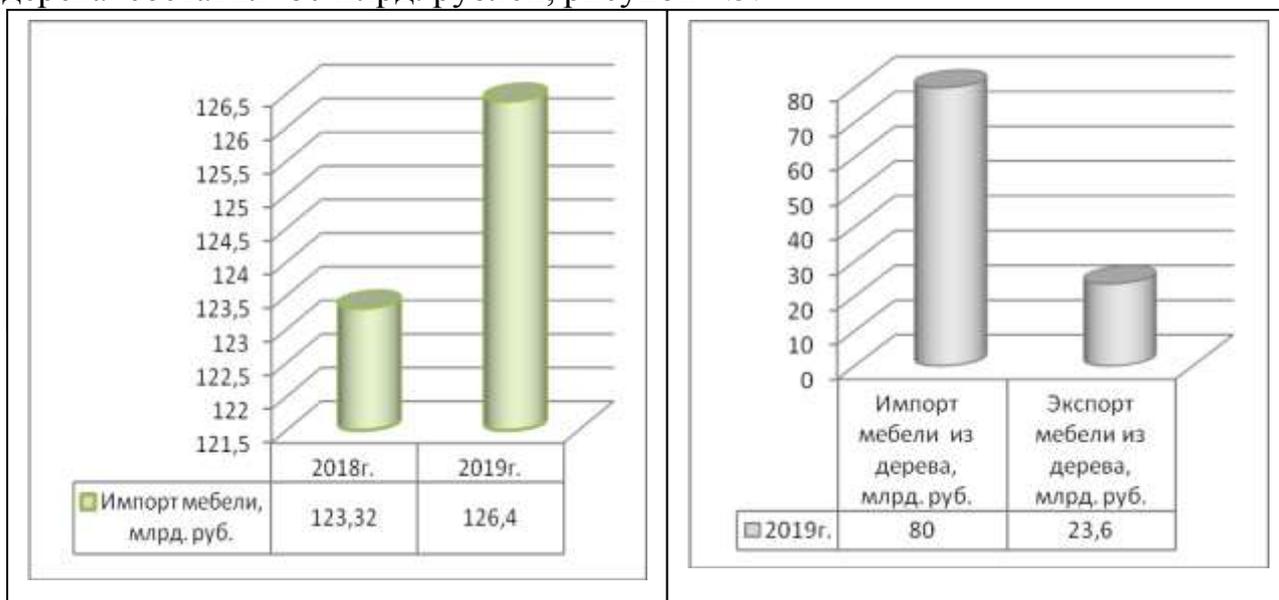


Рисунок 4.5. Динамика показателей импорта мебели в 2018-2019гг. [17]

В денежном выражении около 48 процентов реализуемой в России мебели импортируется. Выделяют 3 сегмента импортируемой мебели:

дорогая высококачественная мебель, импортируемая преимущественно из Италии и Германии; мебель среднего ценового сегмента, поставляемая из Китая, Польши и других стран Восточной Европы; мебель эконом-класса, поставляемая из стран Содружества Независимых Государств (преимущественно из Белоруссии), для которой характерны низкие цены ввиду более дешевого труда, государственной поддержки, расположения производств в свободных экономических зонах (возможность закупать комплектующие без уплаты пошлин).

Импорт мебели из Италии, Германии и других стран Западной Европы является относительно стабильным в номинальном выражении, в то время как в среднем ценовом сегменте и эконом-сегменте импортная мебель из Китая, стран Восточной Европы и Содружества Независимых Государств замещается на мебель российского производства. При этом доля импортной мебели сильно различается в зависимости от сегмента рынка. Так, в корпусной мебели (шкафы, кухни и др.) импорт занимает небольшую долю и представлен главным образом товарами белорусского производства. В то же время в сегменте диванов или мебели с низкой долей дерева и древесных материалов производители России не имеют преимущества за счет более дешевого сырья, поэтому импорт представлен значительно шире, чем в сегменте корпусной мебели.

Общий объем экспорта мебели в 2019 году составил 29,8 млрд. рублей, что на 17 процентов выше показателя 2018 года, рисунок 4.6.

Экспорт мебели из дерева оценивается в 23,6 млрд. рублей. Около 60,0% экспорта мебели из России направляется в страны Содружества Независимых Государств, в первую очередь в Казахстан (30,6 процента) и Белоруссию (14,5 процента). Качество экспортной продукции соответствует ожиданиям покупателей, но масштабный выход на внешние рынки пока затруднен ввиду отсутствия компетенций по работе на экспортных рынках, доступа к соответствующей инфраструктуре (склады,

шоу-румы), высоких логистических издержек, а также недостатка средств для организации экспорта.

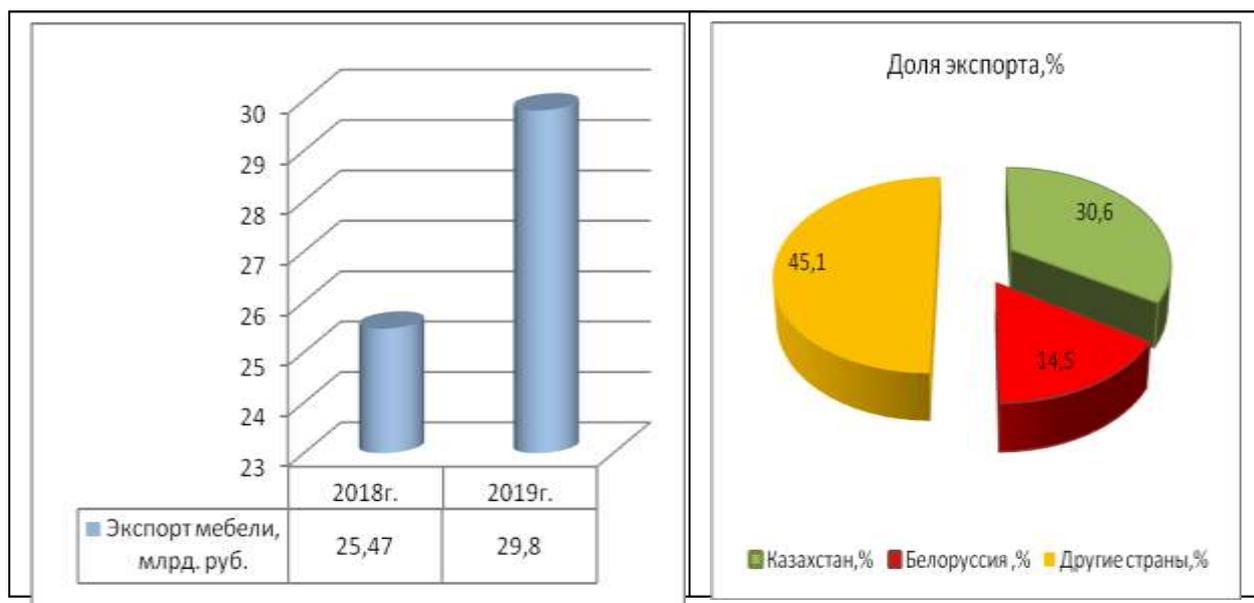


Рисунок 4.6. Динамика и структура показателей экспорта мебели в 2018-2019гг. [17]

Потребление импортной мебели в значительной степени зависит от валютного курса. За счет благоприятной рыночной конъюнктуры и хорошего качества российские производители наиболее конкурентоспособны в среднем ценовом сегменте и продукция российского производства может продолжать вытеснять продукцию Китая, Польши и частично Белоруссии.

Изменения в экономике открывают возможности для экспортеров мебели, с 2014 году производство в России стало конкурентоспособно по цене, было достигнуто преимущество до 15-20% по сравнению с европейскими производителями (с учетом транспортных затрат). Например, шведская компания ИКЕА расширяет экспорт мебели, произведенной на российских предприятиях, в свои магазины в Европе. Кроме того, ожидается постепенное увеличение поставок товаров крупных российских производителей на внешние рынки. Наиболее вероятными направлениями экспорта являются Белоруссия, Казахстан, а также страны

Западной Европы, страны Ближнего Востока (Египет, Саудовская Аравия и др.) и крупнейшие страны Азии (Индия, Китай и Республика Корея).

Прогноз развития мебельного рынка в России на долгосрочную перспективу до 2030г. представлен в Стратегии развития лесного комплекса РФ до 2030 г. Значимыми факторами, способными повлиять на мебельный сегмент, являются увеличение доли индивидуализированных производств, выпускающих мебель под требования конкретных потребителей, а также увеличение роботизации, повышающей производительность труда и снижающей издержки. К 2030 г. продажи мебели в России могут достигнуть 430 млрд. руб. в ценах 2019 г. Объем импорта составит 158 млрд. руб., а объем экспорта - 75 млрд. руб., рисунок 4.7. [17]

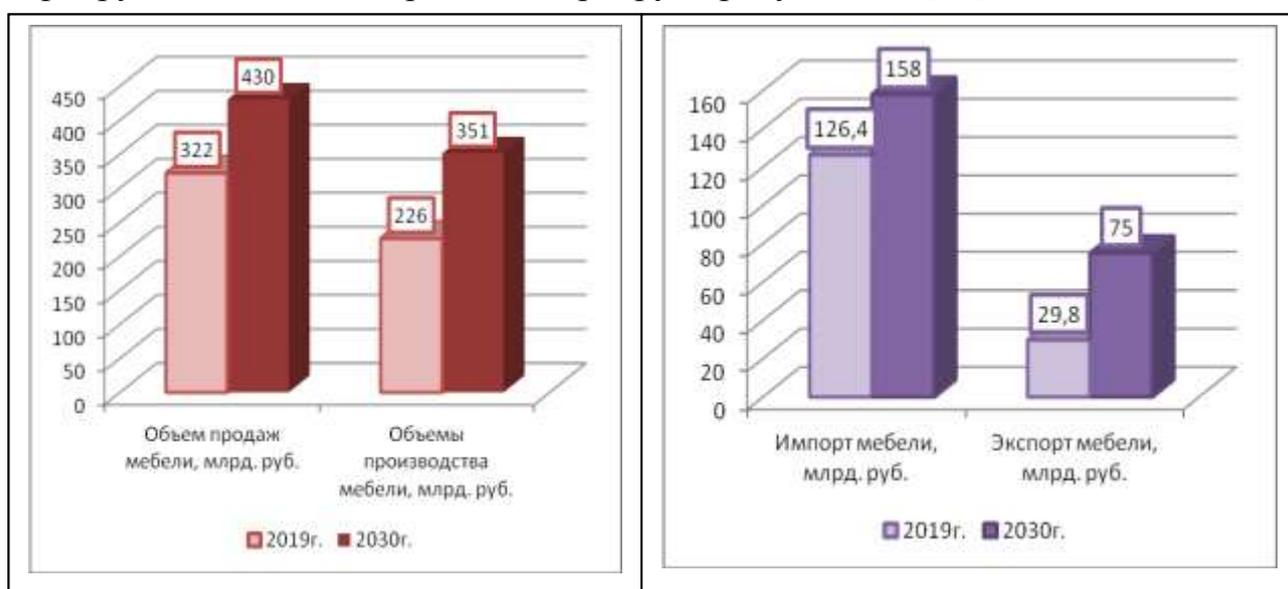


Рисунок 4.7. Прогнозы развития мебельного рынка России до 2030г. [17]

Производство мебели в России может достичь 351 млрд. руб. к 2030 году. Существующих мощностей недостаточно для обеспечения роста объемов производства, поэтому необходимо расширение мощностей по большинству ассортиментных групп примерно на 10,0 – 20,0%. Кроме того, направление на индивидуализацию товаров и роботизацию производств в целях повышения конкурентоспособности российской мебели в более высоких ценовых сегментах может значительно увеличить инвестиции в отрасль. Реализация Стратегии позволит увеличить объем налогов,

получаемых от мебельной отрасли, с 6,2 до 11,9 млрд. рублей. При этом численность занятых в отрасли будет значительно зависеть от уровня автоматизации и роботизации, а производительность труда может вырасти в 2 раза.

Итак, в целом прогнозы развития рынка мебельной отрасли в России можно назвать утешительными, хотя игрокам рынка все же стоит перестраиваться под новые правила, диктуемые рынком. В любом случае, грамотно построенная товарная, ценовая и маркетинговая политика мебельной компании, позволит не только удержаться на плаву на занимаемой нише, но и увеличит долю рынка. В связи с этим можно с уверенностью сказать, что компаниям, работающим сейчас на мебельном рынке России, стоит развиваться в данном направлении, только делать это грамотно, и тогда результат не заставит себя долго ждать.

Список использованных источников

1. Ангстрем: «Спрос на мебель в 2021 году вырастет, но игроки должны перестраиваться» [Электронная версия] [Ресурс:<https://oborot.ru/articles/angstrem-spros-na-mebel-v-2021-godu-vyrastet-no-igroki-dolzhny-perestraivatsya-9-i123292.html>];
2. АМДПР: в 2020 г. объем теневого мебельного рынка в России достиг исторического максимума [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.lesprom.com/ru/news/>];
3. Багиев Г.Л., В.М. Тарасевич, Х.Анн; Маркетинг: Учебник для Вузов, 2018 г. – 734 с.
4. Даулинг Г.Р. Наука и искусство маркетинга: профессиональный взгляд на маркетинг. М.: Вектор, 2016г.

5. Дебелак Д. Планирование в маркетинге: выигрышные стратегии для любого малого бизнеса. М.: Вектор, 2015г.
6. Зачем нужен отдел маркетинга [Электронная версия]
[Ресурс:<https://blog.calltouch.ru/chem-zanimaetsya-otdel-marketinga-i-kak-organizovat-ego-rabotu/>];
7. Как «рассадить» маркетологов, чтобы они работали: 7 видов структур службы маркетинга [Электронная версия]
[Ресурс: <https://www.bigtime.ventures.ru/blog/vidy-struktur-sluzhby-marketinga/>];
8. Кеворков В. В., Леонтьев С. В. Политика и практика маркетинга на предприятии: Учебно-методическое пособие. М.: ИСАРП, «Бизнес – Тезаурус», 2016г.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.: «Бизнес-книга», «ИМА-Кросс. Плюс», 2017г.- 702 с.
10. Мебельная отрасль в России оказалась на грани выживания [Электронная версия] [Ресурс: <https://lenta.ru/news/2020/11/30/furniture/>];
11. Маркетинг: учебник/А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.-М.: Банки и биржи, 2016 г.-560 с.
12. Организация службы маркетинга на предприятии [Электронная версия]
[Ресурс:<https://blog.iteam.ru/organizatsiya-sluzhby-marketinga-na-predpriyatii/>];
13. Онлайн-продажи в России выросли в 1,7 раза в 2020 году [Электронная версия] [Ресурс:<https://www.kommersant.ru/doc/4682982>];
14. Россия в цифрах. Статистический ежегодник .2020г. [Электронная версия][Ресурс: <http://www.gks.ru>];
15. Революция или смерть: как мебельной компании пережить экономический кризис в 2021? [Электронная версия]

- [Ресурс:<https://vc.ru/marketing/183089-revolyuciya-ili-smert-kak-mebelnoy-kompanii-perezhit-ekonomicheskij-krizis-v-2021>];
- 16.«Рынок мебели должен умереть». 7 основных причин, подтверждающих этот приговор эксперта [Электронная версия] [Ресурс: <https://samolet.media/posts/3332>];
- 17.Стратегия развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года//утв. распоряжением Правительства РФ от 11 февраля 2021 г. № 312-р;
- 18.Связь между маркетингом и продажами[Электронная версия][Ресурс:<https://blog.calltouch.ru/chem-zanimaetsya-otdel-marketinga-i-kak-organizovat-ego-rabotu/>];
- 19.Спрос на мебель и предметы интерьера в России в 2020 году вырос почти в 1,5 раза[Электронная версия] [Ресурс: <https://tass.ru/ekonomika/10590951>];
- 20.Участники рынка прогнозируют банкротство до 70% мебельных предприятий в России [Электронная версия] [Ресурс: <https://tass.ru/ekonomika/8450493>].