

УДК 338.28

Развитие национального рынка мебели

The development of the national furniture market

Сафронова М. М.

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Заочный факультет магистерской подготовки
Магистерская программа: Маркетинг
Россия, Москва

e-mail: Mcf5@yandex.ru

тел: +7 (916) 317 21 83

Maria M. Safronova

Financial University under the Government of the Russian Federation
Master of «marketing», faculty of management
Russia, Moscow

Аннотация

В статье исследуются факторы, влияющие на поступательное развитие рынка национальной мебели. Правомерно среди ключевых факторов на первый план выдвигаются такие факторы как: рост объемов жилищного строительства, рост благосостояния населения, развитие рынка ипотечного кредитования. В качестве базы исследования выбрана мебельная компания «МЕКРАН». Автор выделяет самые высокие темпы реализации базовой компании в сегментах мебели для кухни, корпусной и специализированной мебели. Исследуя специфику национального рынка мебели, отмечается достаточно прочное положение в целевых сегментах сбыта компании МЕКРАН.

Annotation

This article explores the factors that affect the progressive development of the national market of furniture. Lawful among the key factors at the forefront of such factors as growth of volumes of housing construction; welfare; the development of the mortgage lending market. As a base of research of the selected furniture company "MEKRAN". The author identifies the most wysokie the rate base of the company in the segments of furniture for kitchen, Cabinet and specialized furniture. Researching the specifics of the national market of furniture, there are enough strong position in the target segments sales MEKRAN.

Ключевые слова: рынок, мебель, факторы, сегмент сбыта, темпы роста, доля в общем объеме, кризис, тенденции, коллекция мебели.

Keywords: market, furniture, factors, segment sales, growth rates, the share in the overall volume of the crisis, trends, furniture collection.

До мирового финансового кризиса мебельный рынок РФ являлся одним из наиболее интенсивно развивающихся в мире: в 2007 объем продаж с учетом теневого сектора оценивался в 283 млрд. рублей, а в 2008 рынок достиг уже 362 млрд. рублей (рост 28%).

Несмотря на сокращение объемов рынка во время кризиса, в 2010 году Российский рынок мебели вступил в стадию восстановления. Причем рост рынка наблюдается во всех функциональных сегментах (корпусная и мягкая мебель для жилых зон, кухни и т.п.).

Благоприятными факторами развития Российского мебельного рынка на данный момент являются: продолжающийся рост объемов жилищного строительства (прирост около 240 млн. кв. м за период 2014-2016); рост благосостояния населения (рост доходов населения около 5% ежегодно), а также развитие рынка ипотечного кредитования (рост количества выдаваемых ипотечных кредитов с 523 тыс. в 2012 до 868 тыс. в 2020).

Рассмотрим перспективы развития мебельного рынка на примере одного из основных его игроков, отечественного производителя, компании МЕКРАН.

Согласно прогнозам, к 2016 году национальный рынок мебели может вырасти по сравнению с 2012 годом на 69,5% и составить более 5,6 млрд. долл. При этом рынок корпусной мебели (ключевое направление МЕКРАН) будет расти в среднем на 15% в год.

Самые высокие темпы роста рынка корпусной мебели характерны для сегмента мебели для кухни (дополнительное направление МЕКРАН): к 2016 году данный рынок может вырасти по сравнению с 2012 годом на 65,2% и составить около 737,4 млн. долл.

Не менее стратегически важен и сегмент специализированной мебели (корпусная мебель для hotesa – одно из ключевых направлений МЕКРАН) – он характеризуется высокими темпами роста: его доля в общем объеме рынка в

период с 2007 по 2012 гг. выросла более, чем в 1,5 раза – с 13% до 21,2%. В целом, это тенденция последних лет: темпы роста сегмента специализированной мебели в 2 раза выше, чем сегмента мебели для дома, что помимо прочего может быть обусловлено большими государственными заказами (Олимпиада, Универсиада).

Положительные темпы роста характерны и для таких сегментов, как рынок мягкой мебели (7-8% в 2012 г.) и рынок межкомнатных дверей (5-7% в 2013 г.).

Одна из ведущих тенденций развития мебельного рынка последних лет – сокращение доли Российских производителей. Импорт мебели в Россию ежегодно увеличивался благодаря росту покупательской способности населения до кризиса (импорт-замещение в низком и среднем ценовых сегментах), при этом ключевая часть импорта приходится на поставки из Китая.

Рост рынка корпусной мебели в 2010 году был обеспечен, преимущественно, благодаря росту сегмента «Эконом». В этом сегменте сохраняются высокие темпы роста. В то же время, согласно прогнозам, рынки корпусной мебели сегмента «Бизнес» и «Премиум» (ниши МЕКРАН) будут расти в среднем на 3-4% в год.

Во время кризиса (из-за снижения платежеспособного спроса), импорт мебели в Россию снизился на 40%. При том, что в 2012 году объемы импорта в натуральном выражении еще не достигли докризисного уровня, уже в 2013 году объемы импорта превысили докризисные значения: в 2012 году рост объемов импорта мебели в натуральном выражении в Россию составил 28% (в 2008 году аналогичный показатель составлял 25%)

Большая часть мебели, продаваемой в России, относится к сегменту «Эконом» (порядка 44%), при том, что два сегмента «Бизнес» и «Премиум» в совокупности составляют так же 44%. . Надо отметить, что сегменты «Бизнес» и «Премиум» формируются, большей частью, за счет импортной мебели, а на

производство мебели сегмента «Эконом» ориентируются в основном Российские же производители.

В сегменте «Бизнес» доля Российских производителей корпусной мебели не превышает 50%. При этом, доля крупных игроков из Российских представителей составляет не более 10%.

Это связано с тем, что в данном сегменте важную роль для покупателей играет дизайн мебели. В России такое понятие, как промышленный дизайн, только начинает формироваться. Еще не сложилась своя школа, отсутствует преемственность. Ввиду этого мебель Российского производства слабо конкурента по сравнению с импортируемой мебелью.

На фоне данных тенденций, МЕКРАН занимает выгодные позиции в сегменте «Премиум», как единственный Российский производитель высококачественной мебели, который способен реагировать на запросы потребителей быстро, комплексно, с учетом разнообразия стилистических предпочтений потребителей и их требований к дизайну и качеству.

В связи с вступлением России в ВТО прогнозируется снижение таможенных пошлин (по большинству товарных позиций утверждено уменьшение ставок с 15% до 10%), что приведет к снижению цен на импортную мебель и, соответственно, смещению потребительского спроса в сторону (более качественной) импортной мебели. В условиях, когда все остальные Российские производители будут «отставать» по критериям дизайна и качества, у компании МЕКРАН (выпускающей высококачественную дизайнерскую мебель) есть все перспективы занять конкурентоспособные позиции рядом с более доступным импортом.

Список литературы:

1. Котлер Ф., Армстронг Г. «Основы маркетинга», 9 –е изд.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.

2. Маркетинг: Учеб. Пособие / Под ред. Проф. И.М. Синяевой (Нагапетьянц Н.А., Каменева Н.Г., Васильев А.Г., Земляк С.В., Синяев В.В., Романенкова О.Н.). – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011.
3. Маркетинговые коммуникации: Учеб. пособие / Романов А.А., Синяева И.М., Поляков В.А. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011.
4. Романенкова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А. Реклама и связи с общественностью: Учебник. – М.: Издательство Юрайт, 2012.
5. Синяева И.М., Романенкова О.Н. PR в коммерческой деятельности. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011.
6. Синяева И.М., Маслова В.М., Синяев В.В., Романенкова О.Н. Маркетинг PR и рекламы: Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2011.
7. Соловьёв Б.А. Маркетинг: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007.