

УДК 339.138

Кучина Арина Сергеевна,

студент,

кафедра маркетинга,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

г.Екатеринбург, Российская федерация

Передерий Мария Витальевна,

старший преподаватель,

кафедра Маркетинга,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

г.Екатеринбург, Российская Федерация

АНАЛИЗ КОНЬЮНКТУРЫ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА РФ*Аннотация:*

В статье представлены результаты анализа конъюнктуры мебельного рынка РФ и тенденций его развития в современной изменяющейся среде. С учетом полученных результатов был проведен анализ конкурентной среды ООО «Фортис-М» по модели 5 сил М. Портера и даны рекомендации по дальнейшему стратегическому развитию компании.

Ключевые слова:

Конкуренция, конкурентоспособность, конъюнктура, мебельный рынок, промышленный рынок.

В условиях постоянно изменяющейся среды анализ конъюнктуры и тенденций развития рынка приобретают особую значимость при планировании деятельности предприятия, так как помогает выявить тенденции и динамику спроса, оценить конкурентную среду, определить свое место на рынке, а также позволяет следить за изменениями в отрасли и требованиями потребителей к продукту. Объектом исследования был выбран мебельный рынок России, который является важным сектором экономики России и тесно связан с такими отраслями как лесопромышленность, строительство и торговля.

В последние годы российский мебельный рынок характеризуется ростом производства отечественной продукции. На мебельном рынке происходит активная трансформация, которая вызвана экономическими сдвигами и связана с уходом части крупных игроков. Мебельным компаниям приходится приспосабливаться к новым условиям.

Основными регионами - производителями мебели в РФ уже долгие годы выступают Центральный, Приволжский и Северо-Западный федеральные округа (диаграмма 1).

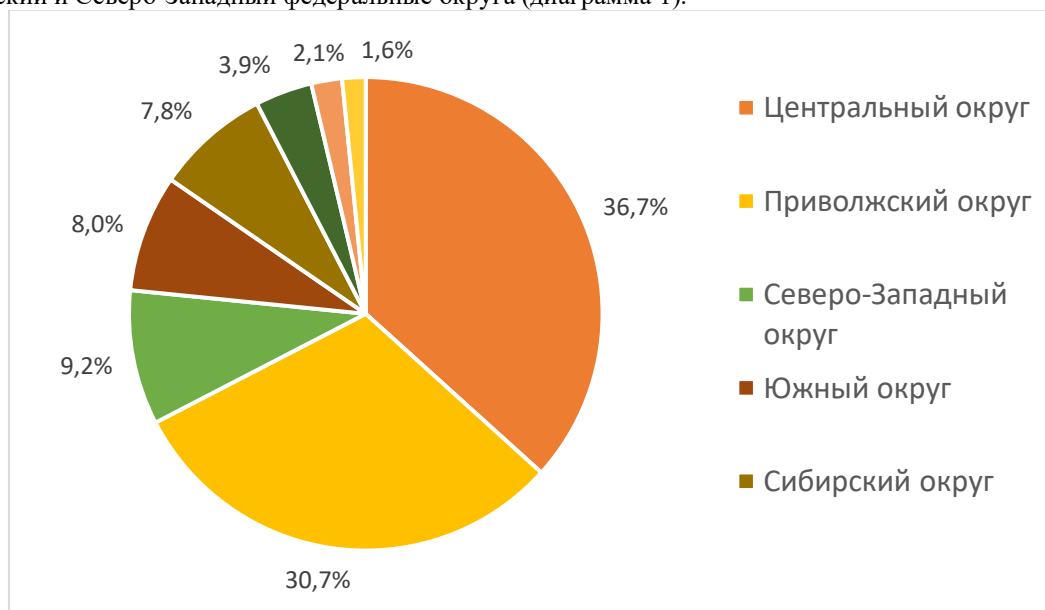


Диаграмма 1 – Распределение мебельного производства по федеральным округам России

Сегменты рынка мебели РФ: мебель для дома – 60% от общего объема рынка; офисная мебель – 30% от общего объема рынка; специализированная мебель (для учебных заведений, больницы, складских помещений, развлекательных мест) – 10% от общего объема рынка (диаграмма 2).

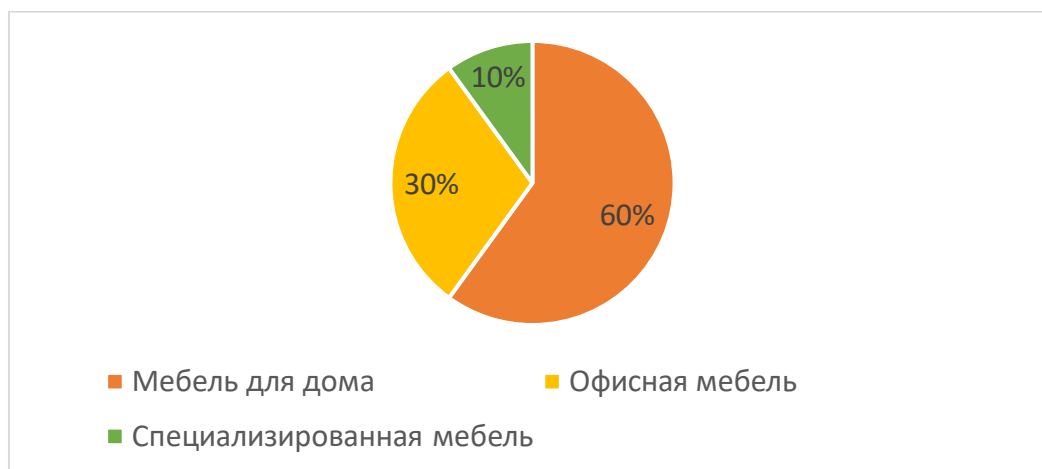


Диаграмма 2 – Сегментация рынка мебели РФ по назначению в 2022 г.

В 2022 году мебельный рынок России столкнулся с вызовами и изменениями: крупные иностранные ритейлеры покинули рынок, что привело к разрыву устоявшихся логистических цепочек и переориентации местных производителей на других поставщиков. Уход крупных компаний вызвал панику потребителей, что привело к увеличению спроса: в феврале 2022 г. объем расходов потребителей на мебель увеличился на 13 %, а в марте — на 78 %, относительно 2021 г. Увеличилась нагрузка на мебельные предприятия, под удар попал малый бизнес, который не мог удовлетворить увеличившийся спрос. [2]

В марте 2022 года объемы производства мебели в стоимостном выражении были затруднены резким подорожанием импортных комплектующих из-за падения курса рубля. Отечественная мебельная отрасль импортозависима по многим параметрам, так как закупает материалы за рубежом. Закупка партии фурнитуры в два раза дороже сказалась на отпускной стоимости товара и на показателе объема производства в стоимостном выражении. Несмотря на сложившуюся ситуацию, положительная динамика наблюдалась в продажах кухонной мебели, раскладных диванов с деревянным каркасом, а также матрасов. Все остальные сегменты мебельного рынка, включая корпусную мебель, которая составляет основную долю рынка показали снижение.

Согласно данным АМДПР, производство мебельных товаров в стоимостном выражении в РФ сократилось на 4-5%. Российские производители мебели в марте 2023 года выпустили продукции на 3% меньше, чем в марте 2022 года. Объем производства мебели по итогам I квартала 2023 года составил 85,9 млрд руб., это на 1,8% ниже аналогичного показателя прошлого года. В начале 2023 года мебельный рынок пережил важный перелом. Объем производства мебели в натуральном выражении в I квартале 2023 года составил 12,8 млн условных единиц, это на 3,9% ниже показателя I квартала 2022 года, но в марте по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, что оказало влияние на итоговые результаты первого квартала. Начиная с марта 2023 года производство мебели превосходит аналогичные показатели предыдущих лет. (диаграмма 3). За январь-март 2023 года производство мебели в натуральном выражении увеличилось практически во всех основных товарных группах.

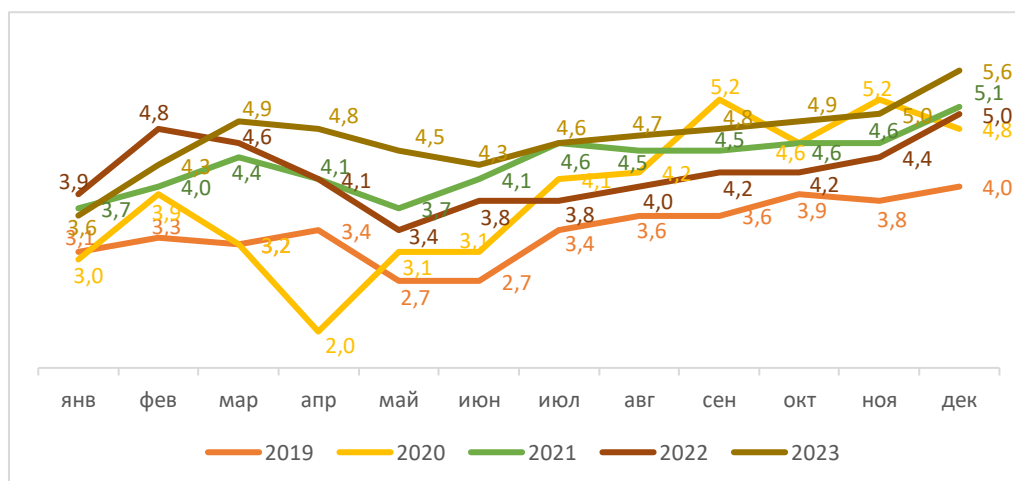


Диаграмма 3 – Выпуск мебели в натуральном выражении, млн

В 2022 году основными рынками экспорта стали Казахстан, Узбекистан и Белоруссия, и только 8% мебели было экспортировано, что говорит об ориентации на внутренний рынок. Новыми рынками экспорта могут выступить Саудовская Аравия, ОАЭ и другие страны Ближнего Востока, где мы можем быть конкурентоспособными со своими ценами.

На данный момент наблюдается тенденция к сокращению импорта (диаграмма 4), так как Правительство начало работу в направлении установления санкций на импорт продукции из недружественных стран, что должно привести к развитию отрасли. В 2022 году в Россию было импортировано мебели на 103,4 млрд рублей, 70% из которых – поставки из дружественных стран.



Диаграмма 4 – Объем продаж мебели в России (млрд. руб.) и доля импорта (%)

Мебельный рынок России продолжает развиваться и адаптироваться к новым вызовам. В текущей ситуации производители успешно удерживают спрос покупателей благодаря сдерживанию цен и увеличению объемов производства. Разнонаправленная динамика ключевых показателей рынка говорит о корректировке возможностей производителей и потребностей потребителей. Увеличение объемов производства помогло устранить дефицит продукции, а снижение отпускных цен стало устойчивой тенденцией. Если не произойдет новых глобальных изменений в экономике, то мебельный рынок достигнет стабильного баланса между спросом и предложением. Однако, для дальнейшего развития отрасли необходимо решить проблему зависимости от импортных комплектующих и привлечь инвесторов в импортозамещающие производства.

Благодаря полученным данным о состоянии рынка мы провели анализ конкурентной среды предприятия Фортис-М по модели 5 сил Портера, позволяющая оценить конкурентную ситуацию на рынке.

1. Угроза появления новых игроков. На мебельном рынке есть следующие барьеры входа: необходимость крупных капиталовложений, высокий уровень импортной зависимости, высокий уровень концентрации производства, не созданы условия для привлечения в отрасль инвестиций и развития малого бизнеса, наличие концернов, предлагающих малым организациям работать по франшизе, чтобы затруднить появление новых игроков в отрасли, требования со стороны государства. При этом не исключается появление на рынке компаний из-за рубежа с целью захвата освободившейся доли рынка.

2. На мебельном рынке нет товара-субститута, но отдельные товарные группы могут заменять друг друга. В данном случае ключевую роль играет степень адаптивности компании, готовность к быстрой адаптации ассортимента под новые тренды. Альтернативным вариантом развития может выступить мода на отказ от мебели, но пока такой тенденции не наблюдается.

3. Власть потребителей. В мебельной отрасли из-за большого количества производителей потребители легко могут найти альтернативный вариант, который удовлетворяет их предпочтения. Переход к другому производителю не повлечет за собой издержки.

4. Производители мебели подвержены влиянию рыночной власти поставщиков, которые могут сделать организацию зависимой от себя. Существует внешнее влияние на поставщиков – это санкции, которые могут привести к сокращению поставок комплектующих из-за границы.

5. Внутриотраслевая конкуренция: Российский рынок мебели характеризуется жесткой конкуренцией, с более чем 14 тыс. компаний. Большинство компаний расположено в Центральном и Поволжском федеральных округах. Рынок Свердловской области является менее концентрированным, но конкуренция также является жесткой.

Исходя из проведенного анализа, мы пришли к выводу, что основными угрозами для «Фортис-М» могут выступить новые зарубежные игроки, высокий уровень внутриотраслевой конкуренции и власти поставщиков.

Даны следующие рекомендации для компании: сокращение импортозависимости, повышение уровня адаптивности, формирование маркетинговой стратегии и разработка четкого позиционирования, тщательно относиться к выбору поставщиков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. АМДПП. III Всероссийская конференция производителей мебели. URL: <http://amedoro.com/ru/news/novosti-otrasli/sostoyalas-iii-vserossijskaya-konferentsiya-proizvoditelej-mebeli.html>
2. Колесина, С. А. Анализ мебельной отрасли Российской Федерации / С. А. Колесина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 10 (457). — С. 146-149. — URL: <https://moluch.ru/archive/457/100606/>
3. РБК. Переориентация на внутренний рынок: новые реалии мебельной отрасли России. URL: <https://www.rbc.ru/business/07/10/2022/6336efb89a7947f1958af751>

Kuchina Arina Sergeevna,
Student,
Department of Marketing,
Institute of economics and management,
"Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin"
Yekaterinburg, Russian Federation

Perederiy Maria Vitalievna,
Senior lecturer,
Department of Marketing,
Institute of economics and management,
"Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin"
Yekaterinburg, Russian Federation

ANALYSIS OF THE CONJUNCTURE AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE FURNITURE MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract:

The article presents the results of the analysis of the conjuncture of the furniture market of the Russian Federation and the trends of its development in the modern changing environment. We presented an analysis of the competitive environment of Fortis-M based on M. Porter's 5 forces model and recommendations for further strategic development of the company.

Keywords:

Competition, competitiveness, conjuncture, furniture market, industrial market.