

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА МЕБЕЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В статье приведены основные черты мебельного рынка. Рассматривается общее состояние мирового мебельного производства в условиях кризиса. Анализируются статистические данные по мебельной отрасли Республики Беларусь. Характеризуется современное состояние белорусской мебельной промышленности и проблемы, связанные с влиянием финансово-экономического кризиса. Отмечаются лидирующие предприятия и основные конкуренты отечественных производителей на рынке мебели. На основании изученного материала в заключительной части статьи выявлены основные тенденции развития рынка мебели Республики Беларусь.

Значительное влияние на формирование и развитие экономики отдельных стран и регионов оказывает стабильный рост рынков товаров длительного пользования. Производство таких товаров является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а рынок товаров длительного пользования становится одним из наиболее значимых секторов экономики.

Товары длительного пользования (ТДП) — материальные товары, купленные конечными потребителями для личного потребления, срок службы которых составляет несколько лет и позволяет выдерживать многократное потребление. К таким товарам относятся и мебельная продукция [1].

Мебель — передвижные или встроенные изделия для оборудования жилых и общественных помещений и других зон пребывания человека [1]. Производимая номенклатура мебели формируется исходя из планировки помещений, их назначения и содержания трудовых и бытовых процессов, количественного и профессионального состава людей в помещениях.

Основные черты рынков товаров длительного пользования характерны и для мебельного рынка. Рассмотрим их.

1. Сложный цикл производства и высокое влияние технологий. Для производства большинства мебельных изделий необходима сложная технология, что выливается в высокую розничную цену.

2. Длительный период вывода на рынок новых моделей. У крупных производителей мебели средний срок вывода на рынок новых моделей серийной мебели составляет от 7 до 15 месяцев.

3. Высокие требования к качеству. Потребитель выбирает ТДП на основании того, как долго с надлежащим уровнем качества данный товар может удовлетворять его потребности. Исходя из этого большинством производителей мебели решаются вопросы выявления приемлемого уровня качества и применения высококачественной фурнитуры и комплектующих, рассчитанных на определенное количество лет использования.

4. Необходимость гарантийного и послегарантийного обслуживания. Совокупные затраты потребителя на приобретение и эксплуатацию состоят из суммы розничной цены и расходов по эксплуатационно-техническому обслуживанию за весь срок службы. В этом аспекте расходы по эксплуатационно-техническому обслуживанию за весь срок службы мебели не существенны, но могут достигать до 20—25 % ее первоначальной стоимости. Отдельно стоит упомянуть стоимость сборки мебели, которая может составлять от 5 до 10 % первоначальной цены [1].

5. Продолжительный период выбора и совершения покупки потребителем. Выбор потребителем мебели составляет от 2 до 4 недель, а в некоторых случаях откладывается

на несколько месяцев, например до очередной мебельной выставки. За это время он сравнивает до 10 моделей по 10—15 характеристикам, основными из которых являются цена, внешний вид, расцветка, удобство использования, качество сборки, качество материалов, удобство ухода, скидки, долговечность.

6. Моральный износ товаров длительного пользования. Некоторые крупные операторы мирового мебельного рынка (Икеа, Nolte, Natuzzi и др.) стимулируют развитие рынка за счет агрессивной рекламной политики и вводят понятие модных тенденций в мебели, что позволяет им практиковать постоянную смену своих коллекций.

Мебельная промышленность развивается в 2 раза быстрее, чем любая другая. Объем мирового производства мебели оценивается примерно в 350 млрд дол. США [2]. На сегодняшний день 7 ведущих стран задают общий темп мебельной промышленности: США, Италия, Германия, Япония, Канада, Великобритания и Франция. Они в совокупности производят 47 % мирового объема мебели, в то время как производство мебели во всех развитых странах составляет 61 %. Этот же показатель в развивающихся странах к 2008 г. достиг 39 % общего производства [2]. Это стало возможным благодаря вложению капиталов в дизайн и строительство фабрик трех стран (Китай, Польша и Вьетнама), главным образом ориентированных на экспорт (рис. 1).

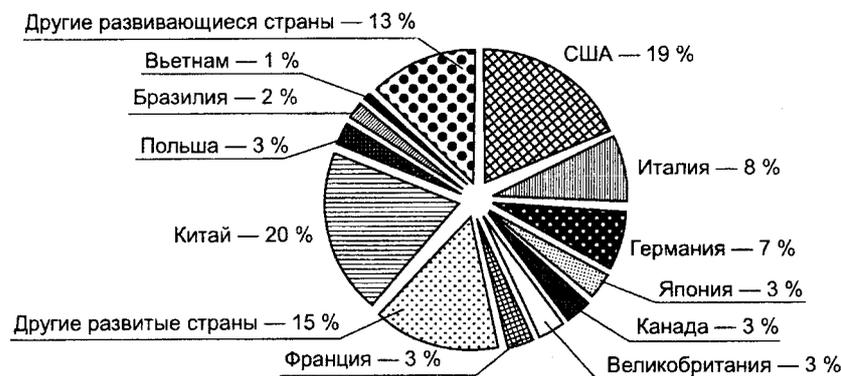


Рис. 1. Мировое производство мебели [2]

Основными поставщиками мебели в Европейском союзе остаются Италия и Германия, которые вместе изготавливают почти половину европейской мебельной продукции. Уже много лет выпуск мебели особенно заметно расширяется в Азии, прежде всего в Китае. Мебельный экспорт из Китая в последнее время увеличился в 10 раз, и с 2006 г. Китай стал экспортным лидером мира (с объемом экспорта в размере более чем 16 млрд евро), обойдя Италию. В будущем более высокие темпы роста, чем у Китая, прогнозируются для Индии. В обеих странах платежеспособный средний и верхний классы составляют более чем 400 млн человек. Соответственно предвидится увеличение спроса на высококачественную мебель [2].

Однако в связи с финансово-экономическим кризисом в 2009 г. объем производства мебели в мире сократился. Углубление кризисных явлений в экономическом развитии стран — торговых партнеров Беларуси, общемировая тенденция уменьшения емкости рынков промышленной продукции привели к масштабному падению спроса на отечественный экспорт. По мере ухудшения результатов работы крупных экспортеров кризис затронул и смежных с ними производителей, вызвал снижение спроса на внутреннем рынке.

Заметное негативное влияние финансовый кризис оказал на динамику производства лесной, деревообрабатывающей, мебельной и целлюлозно-бумажной промышленности

Беларуси (табл. 1). Впервые за 5 лет произошло снижение темпов производства по отношению к предыдущему 2008 г. почти на 24 %.

Таблица 1. Динамика производства продукции лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности в 2005—2009 гг.

Период (соответствующий период прошлого года равен 100 %)	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	9 месяцев 2008 г.	9 месяцев 2009 г.
Производство продукции лесной, деревообрабатывающей, мебельной и целлюлозно-бумажной промышленности, %	114,4	102,9	110,8	108,6	112,8	76,4

Источник: собственная разработка на основании [3, с. 49].

По данным Национального статистического комитета более чем в 2 раза снизилась рентабельность данной отрасли (табл. 2).

Таблица 2. Рентабельность реализованной продукции лесной, деревообрабатывающей, мебельной и целлюлозно-бумажной промышленности в 2005—2009 гг.

Период	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	9 месяцев 2008 г.	9 месяцев 2009 г.
Рентабельность, %	8,3	7,7	10,7	9,5	11,5	5,2

Источник: собственная разработка на основании [3, с. 66].

Наиболее высокие показатели рентабельности были достигнуты в 2007 г. (10,7 %), затем произошел спад реализации, который к концу 2009 г. достиг угрожающих размеров.

Финансово-экономический кризис нанес урон внешнеторговому салдо нашей страны. Оно сократилось примерно на половину из-за негативных процессов не только в белорусской экономике, но и в странах-партнерах, которые традиционно являются экспортерами и импортерами продукции из древесины: России, Украине, Польше, Литве, Казахстане, Молдове (табл. 3).

Таблица 3. Товарная структура внешней торговли Республики Беларусь древесиной и изделиями из древесины за 2005—2009 гг., млн дол. США

Период	Внешнеторговый оборот	Экспорт	Импорт	Сальдо
2005 г.	491,1	392,4	98,7	293,7
2006 г.	501,9	365,0	136,9	228,1
2007 г.	703,7	512,8	190,9	321,9
2008 г.	736,5	492,7	243,8	248,9
9 месяцев 2009 г.	286,6	197,4	89,2	108,2

Источник: [3, с. 88].

Как видно из табл. 3, экспорт изделий из древесины за 9 месяцев 2009 г. сократился более чем в 2 раза, импорт — в 3 раза.

Однако даже в таких сложных экономических условиях мебельное производство Беларуси является одним из самых динамично развивающихся, а торговля ее продукцией — одной из самых прибыльных. Рассмотрим основные тенденции белорусского рынка мебели в условиях финансово-экономического кризиса.

Всего в Беларуси работают более 500 производителей мебели, большую часть которых составляют небольшие фирмы. Крупнейшим игроком на этом рынке является концерн «Беллесбумпром», который объединяет 60 организаций, сосредоточивших 70 % переработки древесины в Республике Беларусь. Удельный вес выпуска мебели предприятиями концерна от общего объема производства мебели в Республике Беларусь составляет более 50 % [5].

Структура производства белорусской мебели по видам представлена на рис. 2.

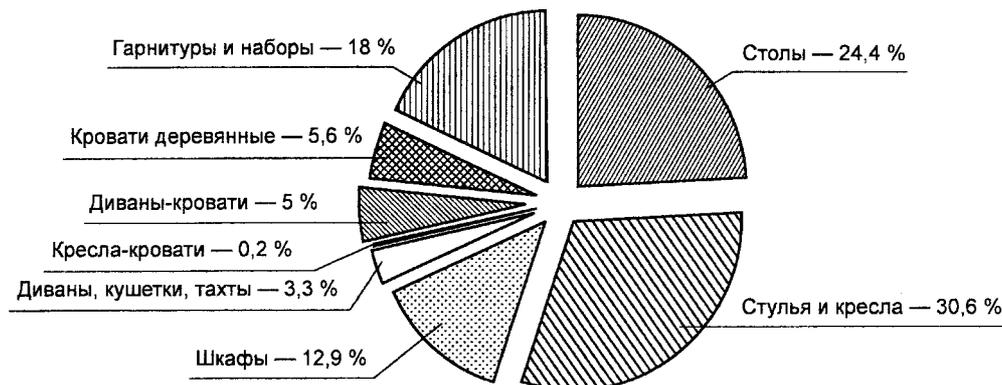


Рис. 2. Структура производства белорусской мебели по видам

Источник: собственная разработка на основании [4, с. 182].

Традиционно наибольшую долю в предлагаемом ассортименте мебельных предприятий составляют столы, стулья и кресла (24,4 и 30,6 % соответственно), наименьшую — мягкая мебель.

Производители, особенно мелкие, часто специализируются на определенной ассортиментной группе, жестко конкурируя друг с другом в пределах своей ниши. Крупные предприятия, входящие в концерн «Беллесбумпром», выпускают практически весь ассортимент бытовой и специальной мебели. Крупнейшим и старейшим предприятием этого концерна является «Пинскдрев», изготавливающее около 1500 видов мебели, т.е. примерно третью часть от всего объема в системе концерна «Беллесбумпром». «Пинскдрев» одним из первых в республике внедрил интегрированную систему менеджмента, в которой объединены три системы — ИСО 9000 (сертификация на соответствие международным стандартам), ИСО 14000 (сертификация системы управления окружающей среды) и OHSAS (сертификация управления охраной труда и техники безопасности), а в 2008 г. стал в третий раз победителем на Международном фестивале-конкурсе «Выбор года» в номинации «Мебель № 1» (отечественного производства) в Беларуси» [5].

Однако в 2009 г. крупнейший белорусский производитель мебели столкнулся с кризисом экспорта продукции на российский рынок, на который раньше приходилось до 80 % общего объема производства. Это отразилось на реализации изделий и уровне заработной платы работников. Еще одна рыночная проблема предприятия — возросшее в последнее время число подделок мебели «Пинскдрев», особенно на российском и украинском рынках. Так, в Пскове и Ярославле, в Донецке и Львове под корпоративным брендом «Пинскдрев» распродается мебель кустарных производств из Бреста, Барановичей, Кобрина. Интересно, что при копировании мебели индивидуальные предприниматели используют более модную фурнитуру, современные ткани, набивку, иногда совершенствуют конструкцию, варьируют размеры. Этому не может себе позволить «Пинскдрев», так как является слишком крупным предприятием для быстрой модернизации произ-

водства и все больше зависит от программы импортозамещения, по которой ему навязываются поставщики материалов и комплектующих, из-за которых дизайн мебели отстает от конкурентов.

Мебельщики из числа индивидуальных предпринимателей, обладая небольшими, а следовательно, малозатратными и более гибкими производствами, предоставляют более выгодные условия, чем крупные производители, и быстро завоевывают рынок. Ни одна огромная фабрика по производству мебели не имеет возможности работать по индивидуальным заказам. Как правило, от разработки новой модели мебели до ее запуска в серийное производство у производителей уходит от двух до четырех месяцев. А малый мебельный бизнес зачастую подобными индивидуальными заказами решает возникшие финансовые трудности, получая с таких заказов быструю и гарантированную прибыль.

В Беларуси сегодня доминирует спрос на отечественную мебель. Объясняется это прежде всего ее невысокой ценой. Государство поддерживает отечественного производителя и устанавливает высокие таможенные пошлины на импортную мебель.

Изучая структуру потребительского рынка мебели, представляется целесообразным сегментировать ее по критерию дохода, оказывающему наибольшее влияние на выбор потребителя (рис. 3).

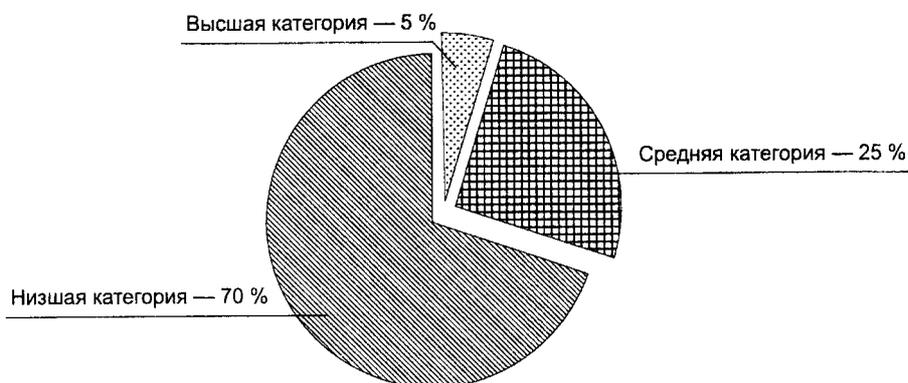


Рис. 3. Сегменты потребительского рынка мебели [6]

К высшей категории относится дорогая импортная мебель, к средней — хорошая отечественная, производимая частными и государственными компаниями, к низшей — недорогая белорусская мебель как крупных, так и мелких производителей.

Соответственно потребителей можно разграничить по классам: «эконом-класс», «средний класс» и «элит-класс». Для представителей «эконом-класса» при выборе мебели первичным является ее цена, качество при этом остается второстепенным фактором. Представители среднего класса уже обращают внимание на соотношение цены и качества при покупке мебели, а также на ее дизайн, надежность и долговечность. Потребители элитной мебели претендуют на эксклюзивность, оригинальность и высокое качество продукции. При этом часто функциональные свойства мебели и даже ее цена для них имеют второстепенное значение. Рынок в этом сегменте пока до конца не сформирован. Но уже сейчас можно сказать, что он представлен эксклюзивной зарубежной мебелью, производимой по индивидуальному заказу.

Вследствие кризиса изменилась структура рынка мебели. Хорошо продается мебель низкого и высокого ценового сегмента, а реализация изделий среднего сегмента, которым всегда славилось белорусское мебельное производство, уменьшилась. Вследствие снижения спроса на мебель упал и объем производства. Наиболее существенно сократи-

ли производство предприятия, не подчиненные концерну «Беллесбумпром». Среди ведомственных предприятий многие тоже были вынуждены производить меньше. Вместе с тем некоторые мебельные фабрики смогли несколько увеличить объем производства. Огромную роль в том, что внутренний рынок для белорусской мебели не потерян, сыграл указ о льготном кредитовании населения. Благодаря ему большое количество людей смогло купить мебель белорусского производства.

По мнению экспертов, белорусский мебельный рынок можно назвать и консервативным, и развивающимся одновременно. Определение «консервативный» больше подходит к сегменту дешевой мебели, где определяющим фактором покупки является цена. Как правило, потребители этого уровня покупают самую необходимую в быту мебель. Спектр мебельных покупок потребителей среднего уровня более широк. К самому необходимому у них относится еще и мягкая мебель, встроенные шкафы-купе. При этом белорусский представитель среднего класса уже не будет покупать мебель на вещевом рынке, но еще не заинтересован в покупке итальянских или немецких изделий. Хотя в основном на рынке импортной мебели представлена мебель класса «комфорт», которая по западным критериям ориентирована именно на средний доход, однако для белорусских потребителей дороговата.

В последние годы, характеризующиеся спадом экономики, потребление мебели также снижается, так как эта группа товаров не является предметом первой необходимости. По данным статистики, белорусские граждане ежегодно в среднем тратят на мебель 12—14 дол. США, а европейцы — 235 евро [7].

Кроме того, на Западе принято часто обновлять мебель — в среднем раз в пять—шесть лет. Происходит это не только по причине смены модных тенденций в дизайне интерьеров, но и благодаря возможности поступательно улучшать свои жилищные условия. Европейская семья, переезжая в новый дом, полностью обставляет его новой мебелью. Большинство белорусов такой возможности лишены.

Снижение реальных доходов населения происходит параллельно с расширением доступа к информации о современных мебельных технологиях и дизайне. Все это вынуждает покупателей особенно избирательно подходить к выбору обстановки в квартире. Как и раньше, потребителей в первую очередь интересуют дизайн, цена и качество мебели (даже несмотря на то, что для разных слоев населения последовательность приоритетов может меняться). На потребность в мебели новых форм рынок отреагировал очень быстро — сейчас в Беларуси можно купить как дорогостоящую оригинальную мебель, так и недорого заказать копию (или мебель по собственному проекту) на небольшом частном мебельном предприятии. Конкуренцию недорогой белорусской мебели на внутреннем рынке составляет мебель из России, Польши и Китая.

Основная причина повышения спроса белорусских потребителей на российскую мебель — концептуальное изменение дизайна. Практически все мебельные фабрики России отданы в частную собственность. Новые хозяева оптимизировали производство и смогли предложить на рынок качественно новый продукт, который смог заинтересовать белорусских потребителей.

Открытие в Польше множества разнообразных предприятий по производству мебели и комплектующих (в основном это СП со значительной долей иностранного капитала) позволило наладить производство высококачественной корпусной мебели. Цены на такую продукцию невысоки, поэтому она легко завоевала белорусский рынок.

Мебель китайского производства зачастую копирует западноевропейские аналоги, а продается по более низким ценам. Однако не всегда качество ее комплектующих, фурнитуры и сборки соответствует требованиям белорусских стандартов.

Таким образом, можно выделить следующие основные тенденции развития мебельного рынка Республики Беларусь в условиях мирового финансово-экономического кризиса:

- снижение объема производства, реализации и экспорта белорусской мебели;
- снижение потребления мебели;
- ослабление позиций на рынке крупнейшего государственного концерна «Беллесбумпром»;
- необходимость модернизации производства мебельной промышленности;
- быстрое завоевание рынка частными компаниями по производству мебели;
- возросшее число подделок мебели крупных белорусских предприятий;
- доминирование на белорусском рынке спроса на отечественную мебель;
- преобладание белорусской мебели в средней и низшей ценовой категории;
- уменьшение реализации мебели среднего ценового сегмента;
- увеличение конкуренции со стороны мебельных компаний России, Польши и Китая.

В заключение хотелось бы отметить, что в развитии мебельного рынка Республики Беларусь в условиях мирового финансово-экономического кризиса четко прослеживается тенденция усиления взаимодействия механизмов рыночного саморегулирования. Устойчивое развитие мебельной промышленности Беларуси является основой обеспечения потребности в экономически доступной мебельной продукции. Мебельная промышленность, имея высокий потенциал производства, должна стать одной из точек роста национальной экономики, превратив страну в крупного экспортера мебели.

Л и т е р а т у р а

1. Шафранов, В.В. Исследование и прогнозирование рынка мебели / В.В. Шафранов [Электронный ресурс]. — 2009. — Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_22/article_3812/.
2. Отраслевые обзоры. Мировой мебельный рынок-2009 [Электронный ресурс]. — 2009. — Режим доступа: <http://www.meb-expro.ru/ru/industry-reviews/index.php?id4=2175>.
3. Статистика Беларуси. — 2009. — № 4.
4. Промышленность Республики Беларусь: стат. сб. — Минск: Нац. стат. комитет, 2009. — 280 с.
5. Структура концерна [Электронный ресурс]. — 2003. — Режим доступа: <http://www.bellesbumprom.by/r/antsite/about/?ch=1>.
6. Самый конкурентный рынок. Производство мебели [Электронный ресурс]. — 2009. — Режим доступа: <http://www.bkc.by/downloads/mebel.doc>.
7. Микша, О. Дизайн под копирку / О. Микша [Электронный ресурс]. — 2009. — Режим доступа: <http://www.belgazeta.by/20040419.15/080211510>.

Е.Ф. Киреева,

доктор экономических наук, профессор

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

В статье рассматривается мировой опыт развития налогового регулирования инновационной экономики. Определены основные принципы организации системы налогового стимулирования, виды налоговых льгот, применяемые в развитых странах, стимулирующие инновационную деятельность. Исследуются вопросы эффективности применения налоговых льгот на НИОКР по отдельным странам с учетом выделения бюджетного финансирования и оказания государственной под-