

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТРЕНДОВ МИРОВОГО И БЕЛОРУССКОГО РЫНКОВ МЕБЕЛИ

Динамично развиваясь, современный мировой рынок мебели в ходе последнего десятилетия претерпел существенные качественные изменения.

Смыкание национальных рынков, все большая интернационализация мебельного производства определяют на современном этапе сдвиги как в динамике, так и в структуре международной торговли данным товаром. В период с 2002 по 2012 г. стоимостные объемы международной торговли мебелью выросли более чем в два раза. Рост объемов международной торговли мебелью в настоящее время обусловлен переносом мебельного производства из ведущих стран-производителей с высокими производственными затратами в развивающиеся страны с более низкими затратами на производство и активным развитием экспорта у целой группы стран Латинской Америки, Юго-Восточной Азии и Восточной Европы. По итогам 2015 г. крупнейшими экспортерами мебели стали: Китай (29 171 533 долл. США), Италия (7 012 611 долл. США), Германия (6 893 022 долл. США), Вьетнам (5 199 469 долл. США), Польша (3 602 451 долл. США) и США (3 058 458 долл. США).

Растет и мировое потребление мебели, при этом потребительский спрос развивается в качественно новых направлениях. Функциональность, эргономичность и экологическая безопасность мебельных изделий являются ведущими критериями потребительских предпочтений сегодня. Все больший «поворот» рынка к потребителю достигается с помощью инновационного мебельного дизайна [1].

Особенностью мирового рынка мебели является то, что быстрота изменения спроса способствует выживанию на нем наряду с крупными производителями большого количества мелких и средних. Между тем мелкие предприятия находятся в зависимости от более крупных и часто специализируются на изготовлении отдельных предметов или деталей мебельной продукции, предназначенных для использования более крупными производителями.

Наиболее характерной тенденцией последних лет является рост соотношения между объемами импорта и уровнем потребления мебели. В настоящее время доля импорта в мировом потреблении мебели составляет свыше 30 %. Это означает, что каждый третий проданный на том или ином национальном рынке предмет мебели является импортным. Углубление специализации мебельного производства и его интернационализация, очевидно, будут способствовать дальнейшему росту этого показателя [2, с. 13].

Тенденция увеличения импорта мебели европейских и азиатских компаний в Беларуси и захвата быстрорастущего сегмента среднего ценового диапазона ставит перед отечественными мебельными производителями задачи по развитию высокотехнологичных производств, наращиванию объемов производства высококачественной продукции. Крайне важным является постоянное расширение и совершенствование ассортимента мебели с учетом потребительского спроса и насыщение отечественного рынка конкурентоспособным товаром.

Дальнейшее развитие мебельной отрасли в Беларуси будет определяться как внешними вызовами (изменения мировой экономики и конъюнктуры мировых рынков), так и необходимостью преодоления внутренних барьеров развития (высокая материало-, импорто- и энергоёмкость существующих мебельных производств в сравнении с ведущими европейскими производителями).

Литература

1. Мировой рынок мебели [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=1359&type=news>. — Дата доступа: 17.02.2017.

2. *Мосвич, А.* Мебельный бизнес / *А. Москвич* // Директор-инфо. — 2016. — № 4. — С. 12–17.

Е.Е. Науменко, А.А. Погосова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Владыко — канд. экон. наук, доцент

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ ШАГОВОЙ ДОСТУПНОСТИ

На сегодняшний день значительное число магазинов розничной торговли работает в формате «у дома», или магазинов шаговой доступности, которые рассчитаны на живущих вблизи покупателей. Ассортимент такого магазина должен быть максимально сбалансированным и состоять из товаров повседневного спроса. Необходимо учесть, что 90 % успеха в торговле — это человеческий фактор. Качество обслуживания — преимущество данного формата.

Сегодня в Ассоциацию розничных сетей входят 18 субъектов хозяйствования, на долю которых приходится около 45 % общего товарооборота розничной торговли. Это 926 продовольственных магазинов, из которых 746 — в формате «у дома» [1].

Предпосылками развития данного формата являются растущая мобильность населения, увеличение числа работающих женщин, активное распространение иных форматов (в частности, сетевой торговли), необеспеченность торговыми площадями, смещение покупательских