

Жидок В.В.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕБЛЕВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Меблева промисловість, яка виробляє товари народного споживання, займає особливе місце серед деревопереробних галузей промисловості України. Потреба в меблях, залежно від умов життя і економічного стану населення, зменшується або збільшується, але не зникає ніколи. Продукція галузі залишається затребуваною, виробництво меблів найбільш близьке до конкурентоздатного рівня в порівнянні з іншими товарами народного споживання тривалого користування.

Після вибуху фінансово-економічної кризи меблева промисловість України опинилася в дуже скрутному становищі, в основі якого лежать не лише загальноекономічні, але і галузеві чинники. Відсутність на підприємствах сучасного устаткування і новітніх технологій, ефективних матеріалів, фурнітури, комплектуючих і інших компонентів, що багато в чому визначають зовнішній вигляд і споживчі властивості меблів, не дозволяють більшості з них забезпечити випуск конкурентоздатних вітчизняних меблів.

Криза економіки України загалом (зростання безробіття, скорочення доходів населення, скорочення бюджету країни) зумовила споживчу кризу (відмова від купівлі товарів тривалого користування на користь товарів щоденного попиту). Наступила «психологічна» криза – інстинктивне бажання економити, а не витратити кошти, плани купівлі меблів переносяться на невизначений термін. Обмеження споживчих кредитів теж негативно позначилося на купівельній спроможності населення.

Розглядаючи вітчизняний ринок меблів необхідно сказати, що до кризи він демонстрував перманентний зріст: в 2005 році об'єм вироблених меблів в грошовому вираженні збільшився на 19%, в 2006-му – на 24%, в 2007-му – на 18%. Падіння меблевого ринку відбувається дуже стрімко. В порівнянні з 2007 роком ринок понизив обороти майже удвічі і скоротився до рівня 4 млрд.грн. Починаючи з кінця літа 2009 року ситуація почала потроху стабілізуватися з тим, щоб до березня 2010 року почати повільно (не так нестримно, як в період 2002-2008г), але упевнено покращуватися. За перше півріччя 2011 року спостерігається позитивна динаміка – приріст виробництва склав 19%.

Економічна ситуація, що ускладнилася після вибуху фінансово-економічної кризи, внесла свої корективи: багато виробників знизили темпи виробництва, відмовилися від реклами, тобто від головного двигуна будь-якого ринку. Руйнівним для ринку меблів став різкий спад обсягів будівництва житла та зростання інфляції. Також зупинився розвиток ринку в технологічному й маркетинговому аспектах. Під скорочення потрапили кращі фахівці галузі, маркетологи, що формували нові продукти. Отже, створена до 2008 року меблева інфраструктура виявилася збитковою в середньому на 35-40%.

Аналіз розвитку меблевої промисловості свідчить, що основними факто-

рами зростання виробництва в цій галузі є збільшення випуску конкурентоспроможної продукції, а також збільшення попиту на неї. Для зміцнення своєї позиції на ринку меблеві компанії вибирають різні шляхи: прагнуть розширитися і поліпшити виробництво або ж зменшують норму прибутку і знижують ціни.

Але на сьогодні існує ряд факторів, які стримують розвиток вітчизняного меблевого ринку. Передусім, це розмитий ціновий сегмент. Коли ринок тільки починав створюватись, і компанії могли вільно розвиватися, практично не відчуваючи конкуренції, виробники почали робити ставки на так званий "середній клас" як найбільш платоспроможний сегмент населення, що купує меблі середньоцінового рівня. Зараз же, навпаки, основна конкуренція розгортається саме в цьому сегменті, тобто компаніям доводиться шукати альтернативні шляхи, щоб уникнути різкого зниження власних продажів. Друга складність – невідповідність пропонованого продукту потребам покупців. Багато фірм вимушені орієнтуватися на свої технологічні можливості, які не дозволяють впроваджувати новинки з Європи і виводити на ринок принципово нові конкурентоздатні продукти. Ще одне обмеження – дефіцит конструкторських розробок, інноваційних дизайнерських ідей, відсутність національної дизайнерської школи, и як наслідок – відсутність фахівців-професіоналів.

Зараз підприємства поступово адаптуються до нинішньої економічної ситуації більше уваги приділяють здійсненню технологічних перетворень, встановленню взаємовигідних зв'язків, оновленню асортименту продукції, матеріально-технічної бази, зміцненню своїх позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Для створення позитивних передумов для випуску вітчизняними виробниками більш якісної продукції з порівняно невисокою вартістю та виходу на міжнародний ринок меблів необхідна підтримка на державному рівні. На даний момент розробляються питання по стабілізації меблевого ринку України, а саме:

- створення механізму, що стимулюватиме інвестування коштів у перспективні вітчизняні наукові дослідження;
- впровадження стратегічних напрямів щодо подальшого використання вітчизняного обладнання, фурнітури та матеріалів для нівелювання залежності від імпорتنих товарів;
- встановлення високих ставок імпортного мита;
- скасування ПДВ на ввіз сировини та обладнання, які не виробляються в Україні;
- видача пільгових кредитів для експортно-орієнтованих компаній під 5-7% річних;
- повна або часткова компенсація вітчизняним компаніям участі у закордонних виставках;
- зменшення кількості перевірок контролюючими органами.

Для подолання наслідків фінансово-економічної кризи виробниками меблів необхідно виділити чотири напрями: стимулювання попиту, нарощування продажів, налагодження співпраці з девелоперами у рамках проектів "квартири під ключ", підвищення частки експорту.

Стимулювання попиту досягається різними шляхами. Зі збільшенням впровадження житла в експлуатацію, початком кредитування, ростом сукупного валового продукту, відкладеного майже на два роки попиту на товари тривалого користування, попит на товари для дому плавно зростатиме, але переміститься в нижній ціновий сегмент. Велика частина населення купуватиме меблі за низькими цінами з дешевих комплектуючих. Багато представників «середнього класу», що планували замовити вбудовані меблі у фірмових салонах, переорієнтувалися на «гаражників», ціни у яких іноді удвічі нижчі, ніж у салонах, а якість не гірша. Відповідно, оптимальним меблевим бізнесом є перехід на продаж недорогих товарів вітчизняного виробника, у першу чергу, імпортозамісних.

Збільшення продажів стимулює реклама, як головний двигун будь-якого ринку. На ринку меблів залишаться виробники та оператори, які приділяють багато уваги маркетингу, тобто зросте роль досліджень, аналізу, творчого підходу. Нарощуванню продажів також сприяє участь в конкурсах і тендерах. Конкурси в кризовий період – непогана можливість підтримати виробництво. Існує безліч бюджетних організацій, які регулярно відчувають потребу в нових меблях. Третій спосіб, скоріше, поки теоретичний: налагодження співпраці з девелоперами у рамках проектів "квартири під ключ" широко поширений в Європі (нерухомість продається з виконаним ремонтом і завезеними меблями). Починати співпрацю з будівельними організаціями необхідно на стадії зведення об'єктів, а коли вже будівля введена в експлуатацію – цей варіант не спрацює. На практиці подібні проекти можуть з'являтися в Україні у кращому разі років через десять.

Вітчизняні виробники в основному спрямовані на внутрішній ринок (на експорт йдуть близько 12% меблів). Необхідно приділяти більше уваги роботі з іноземними ритейлерами та збільшувати долю присутності українських виробників меблів на зовнішніх ринках. Українські компанії у своїх іноземних конкурентів виграють за рахунок нижчих цін (що зумовлені низьким курсом гривні, а також дешевою вартістю української сировини і робочої сили), а цей чинник є важливим для іноземного покупця, адже й досі багато країн світу не подолали наслідки фінансово-економічної кризи.

В цілому, прогноз вітчизняного меблевого ринку на 2012 рік виглядає оптимістично. Активно розвиватимуться великі компанії, що мають доступ до безперервного імпорту фурнітури і комплектуючих. Сформований налагоджений попит буде рости пропорційно темпу відновлення будівельного ринку, тому передбачується що до кінця року він збільшиться до 35-40%. Розширення меблевого бізнесу в маленьких містах буде можливим завдяки розвитку транспортної логістики, доступності інтернету. Дослідження свідчать, що коло споживачів українських меблів буде розширюватись, оскільки, у січні цього року порівняно з відповідним періодом 2010 року, попит збільшився на 50,2% до \$22млн.551тис. Оновлення та розширення товарного асортименту, збереження старих та налагоджених нових господарських зв'язків, врахування актуальних тенденцій меблевої моди та дизайну – невід'ємні елементи подальшого розвитку меблевого ринку України.

Література

1. Аналіз підсумків роботи деревооброблювальної та меблевої промисловості за 2007-2011рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.industry.kmu.ua/>.
2. Білоус С. Аналіз стану ринку меблів в Україні, підсумки попередніх років і прогноз на майбутнє / Сергій Білоус // Меблеві технології. – 2010. – №1. – С. 55-57.
3. Кійко О. Деревооброблювальна галузь мовою цифр [Електронний ресурс] / Орест Кійко // Деревообробник. – 2011. – №9. – Режим доступу до газети: <http://www.derevo.com.ua/>.
4. Офіційний сайт Української асоціації меблевиків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uafm.com.ua/>.

Зибарева О.В.

ІНДИКАТОРИ ТА НАСЛІДКИ ДЕВІАНТНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Актуальність проблеми дослідження девіантної соціалізації економіки регіонів України зумовлена потребами збереження людського потенціалу країни та формування умов для його подальшого розвитку.

Девіантна соціалізація економіки трактується нами як соціально небезпечне відхилення соціалізації від перебігу такого процесу, який вважається нормальним чи соціально прийнятним. Тобто, мається на увазі такий спосіб здійснення виробничої діяльності, така організація виробництва та такі виробничі відносини, які базуються на деструктивній, відносно цивілізаційних завдань розвитку суспільства, культурі та суперечать морально-цивілізаційним цінностям.

Таблиця 1

Динаміка середньомісячної заробітної плати по регіонах у 2000-2010 роках (в розрахунку на одного штатного працівника, грн.)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Україна	230	311	376	462	590	806	1041	1351	1806	1906	2239
Автономна Республіка Крим	225	301	358	433	543	730	952	1220	1609	1707	1991
Вінницька	159	215	265	334	435	597	793	1028	1404	1511	1782
Волинська	150	201	253	319	412	591	773	1013	1380	1427	1692
Дніпропетровська	273	370	438	526	667	913	1139	1455	1876	1963	2369
Донецька	292	383	452	550	712	962	1202	1535	2015	2116	2549
Житомирська	164	220	268	334	434	602	793	1033	1404	1493	1785
Закарпатська	172	238	295	379	479	665	868	1091	1453	1562	1846
Запорізька	289	379	445	541	671	860	1091	1394	1812	1843	2187
Івано-Франківська	188	259	318	402	510	718	923	1180	1543	1627	1927
Київська	241	317	378	470	592	811	1058	1362	1852	1987	2295
Кіровоградська	170	231	282	353	455	624	819	1054	1428	1537	1815