

УДК 684 (476): 005.332.4

О. А. Сукач, аспирант (БГЭУ)

### ФАКТОРЫ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕБЕЛЬНОГО СЕКТОРА БЕЛАРУСИ

В представленной статье рассматривается современное состояние белорусского рынка мебельной промышленности, его экспортная направленность. Немаловажное место отводится таким древесным плитам, как ДСП, ДВП, МДФ, фанера, которые являются основным конструкционным материалом для производства мебели. Отмечается, что одними из главных стратегических целей на перспективу в развитии отрасли являются повышение эффективности производства, привлечение инвестиций в отрасль, выпуск конкурентоспособной продукции, укрепление и расширение позиций на рынках сбыта. Выявлены факторы, которые влияют на развитие отрасли.

In the present article discusses the current state of the Belarusian market of the furniture industry and its export orientation. Also refers to such wood boards as particle board, fibreboard, MDF, plywood, which are the main structural material for furniture production. Indicates that one of the main strategic objectives for the future in industry development is to improve the efficiency of production, foreign investment in the industry, production of competitive products, strengthening and expanding positions in the markets. Contains factors that somehow affect the development of the industry.

**Введение.** Мебельный рынок является одной из самых динамично расширяющихся сфер бизнеса на просторах СНГ, в том числе и в Республике Беларусь. В настоящее время на территории республики производством мебели занимается 350 организаций. Широкое применение сегодня находит натуральная древесина и самые разнообразные современные материалы. Производственная программа выпуска мебели – это, практически, весь ассортимент бытовой и специальной мебели.

Одной из первоочередных задач в развитии отрасли является выпуск продукции высокого качества и повышение ее конкурентоспособности, которая базируется на некоторых основных факторах.

**Динамика мирового экспорта мебели.** Согласно анализу основных позиций мирового экспорта товаров, в 2009 г. мебель занимала предпоследнее место и составляла 0,8% в мировом экспорте (табл. 1).

По данным Миланского центра исследования мебельной промышленности, годовой объем мебельного рынка в 2010 г. составил, приблизительно 260–280 млрд. дол. США. Этот показатель включает анализ рынков 60 крупнейших национальных экономик мира. Именно эти государства (три четверти всего населения планеты) осуществляют 92% мировой торговли мебелью и контролируют почти весь объем

производства мебельных товаров (рис. 1). В последнее время отмечается тенденция сокращения экспорта мебели развивающимися странами. Это в первую очередь Китай, Польша, Индонезия [1].

**Результаты развития мебельного сектора Беларуси в 2010 г.** Наиболее привлекательным на данный момент является производство мягкой мебели, так как для организации производства мягкой мебели не нужно специальных станков, то есть почти все операции выполняется вручную. В самом начале лучше изготавливать мебель на заказ, уменьшив, таким образом, размеры издержек. Основные элементы дизайна чаще всего заимствуются у западной продукции, так как она диктует модные тенденции для мягкой мебели.

Производство мебели для кухни является наиболее быстро развивающимся сегментом мебельного рынка. К примеру, спрос на мебель для кухни в Беларуси с каждым годом увеличивается в среднем на 15% уже в течение последних десяти лет. Так как спрос на недорогую мебель для кухни есть всегда, считается целесообразным продолжать увеличивать производство простой корпусной мебели из обычного ДСП или MDF-плиты. Техника изготовления этого типа мебели не является сложной, и Беларусь располагает данным материалом в избытке и по доступным ценам [2].

Таблица 1

#### Мировой экспорт на уровне трех знаков международной стандартной торговой классификации

Код МС ТК	Наименование товаров	Мировой экспорт, млрд. дол.			Доля в мировом экспорте, %		
		2003 г.	2006 г.	2009 г.	2003 г.	2006 г.	2009 г.
821	Мебель и ее детали; постельные принадлежности, матрацы	65,3	97,4	134,6	1,0	0,9	0,8
	<i>Всего</i>	2151,8	3691,5	4850,1			

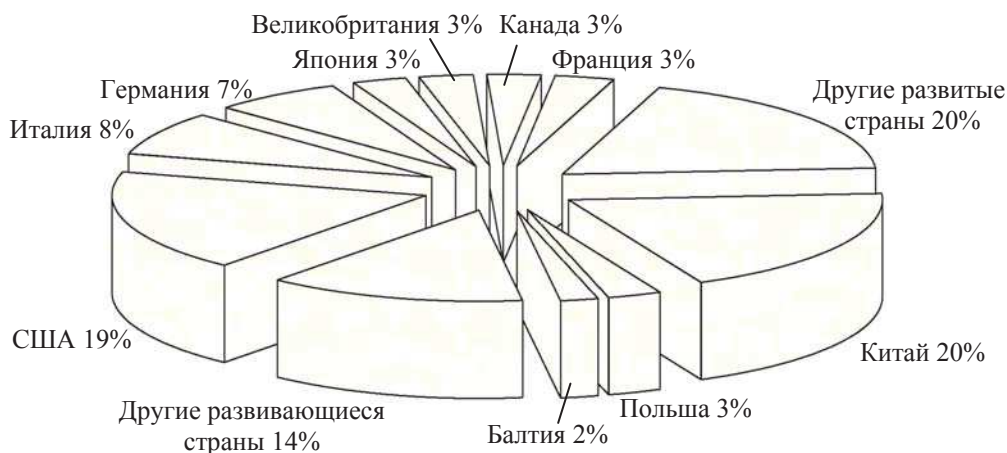


Рис. 1. Доли стран на мебельном рынке 2010 г.

В структуре экспортных поставок предприятий доля мебели составляет более 30%. Наибольшая доля поставок приходится на поставки в страны ближнего зарубежья (85%). География экспорта мебели за последние три года представлена 29 странами, среди которых наиболее крупными рынками сбыта являются Россия (68%), Казахстан (15%), Германия (6%).

В ближайшие годы прогнозируется сохранение Российской Федерации как основного партнера. Второе место по объемам экспорта мебели сохранится за таким важным экономическим и политическим партнером Республики Беларусь, как Казахстан. Также ожидается увеличение продаж мебели в Европейские страны – Германию, Бельгию, страны Балтии, Словакию. Продолжается работа на Афро-Азиатских рынках, хотя по причине значительного влияния транспортной составляющей на конкурентоспособность продукции отрасли существенных объемов продаж ожидать не приходится.

Что касается объемов реализованной продукции, то в 2010 г. они составили 763 млрд. бел. руб. Из них на территории Республики Беларусь было реализовано на сумму 421 млрд. бел. руб., в страны СНГ – 312, в страны дальнего зарубежья – 30 (табл. 2).

Немаловажным для мебельной промышленности является производство таких древесных плит, как ДСП, ДВП, фанера, которые представляют собой основной конструкционный материал для производства мебели.

Доля поставок фанеры в общем объеме экспорта составляет порядка 11%. Экспорт фанеры осуществляется более чем в 30 стран. Приоритетным направлением поставок в последнее время является рынок стран дальнего зарубежья (удельный вес экспорта в общем объеме поставок составляет 62%). При сохранении условий экспортной торговли в 2011 г. можно прогнозировать дальнейшее смещение экспорта фанеры в сторону

покупателей из дальнего зарубежья. Прогнозируется развитие поставок в Польшу, Германию, Венгрию, наращивание объемов поставок в США.

Таблица 2

**Показатели объемов реализованной продукции и экспорта по важнейшим экспортным видам продукции**

Год	Объем реализованной продукции			
	в Беларуси	в странах СНГ	в странах дальнего зарубежья	всего
Мебель (млрд. руб.)				
2009	338	254	38	630
2010	421	312	30	763
Фанера (тыс. м <sup>3</sup> )				
2009	25,7	47,6	81,7	155
2010	31	52	87	170
ДСП (тыс. м <sup>3</sup> )				
2009	196,3	110,3	2,4	309
2010	183	114	3	300
ДВП (тыс. м <sup>3</sup> )				
2009	20,9	59,7	10	90,6
2010	16,4	63,5	12,5	92,4

Одним из наиболее эффективных и рациональных направлений по переработке древесины во всем мире является производство ДСП, где в качестве сырья используются низкосортная древесина и древесные отходы. Основные потребители ДСП – мебельные производства и предприятия строительной индустрии, в которой ДСП используются для выпуска различных панелей, напольных покрытий и т. п. Так как в последнее время наблюдается тенденция к росту спроса производителей мебели на ламинированные ДСП, то данное производство должно стать для Беларуси приоритетным направлением развития. Указанная продукция имеет более высокую добавленную стоимость, обладает

высоким экспортным потенциалом и обеспечивает импортозамещение. Строительство современного цеха по производству ламинированных плит позволит обеспечить конкурентоспособность древесностружечных и ламинированных плит на внутреннем и внешних рынках на долгосрочную перспективу. Около 50% производимых в Республике Беларусь плит поставляется на экспорт, в основном в Российскую Федерацию.

**Факторы роста конкурентоспособности мебельного сектора Беларуси.** Главными стратегическими целями на перспективу в развитии отрасли являются: повышение эффективности производства, привлечение инвестиций в отрасль, выпуск конкурентоспособной продукции, укрепление и расширение позиций на рынках сбыта.

Первостепенными задачами для реализации намеченных целей выступают: комплексное и рациональное использование сырьевых ресурсов, внедрение прогрессивных ресурсо- и энергосберегающих технологий, совершенствование существующих технологических процессов и модернизация оборудования. На этой основе – перепрофилирование производства на выпуск продукции высокого качества и повышение ее конкурентоспособности [3]. Для достижения высокой конкурентоспособности решающее значение имеет не только обладание конкурентными преимуществами, но и обеспечение высокого уровня их использования. В основе конкурентоспособности лежит совершенствование и обновление технологий, что требует постоянных капиталовложений, научных исследований и людских ресурсов. Создавая наиболее благоприятные для этого условия, можно обеспечить себе достойное место в международной конкуренции, экономический рост и повышение благосостояния [4].

По результатам наших исследований и обзора литературы, стратегия роста конкуренто-

способности мебельного сектора должна базироваться на следующих основных факторах:

- использование «эффекта масштаба»;
- реструктуризация производства;
- внедрение новых и высоких технологий;
- увеличение ассортимента продукции;
- использование электронной коммерции;
- эффективный менеджмент;
- рост жилищного строительства.

1. Использование «эффекта масштаба». Это позволяет сократить постоянные издержки, ускорить техническое и технологическое обновление, а также шире использовать все преимущества информационных технологий.

В рамках группы ведущих мебельных предприятий целесообразно образование корпоративных структур, таких как финансово-промышленные группы, корпорации, холдинги, которые предусматривают привлечение необходимых инвестиций для модернизации производства и способствуют выходу на мировой рынок.

На первых этапах формирования интеграционных структур в мебельной отрасли целесообразно создание относительно более динамичных форм, таких как финансово-промышленные группы, позволяющие объединить экономические интересы при поставке лесосырья, его обработке и реализации продукции. ФПГ находятся в преимущественном положении по сравнению с другими интеграционными структурами, в которых привлечение финансовых ресурсов осуществляется посредством продажи акций стратегическим инвесторам [4].

Цель деятельности ФПГ «БелМебельПром» можно определить как содействие динамичному развитию предприятий лесного комплекса Республики Беларусь на основе обеспечения внутреннего рынка продукцией высокого качества и широкого ассортимента и завоевание рыночной ниши на международном рынке

На рис. 2 представлена предполагаемая структура ФПГ «БелМебельПром».

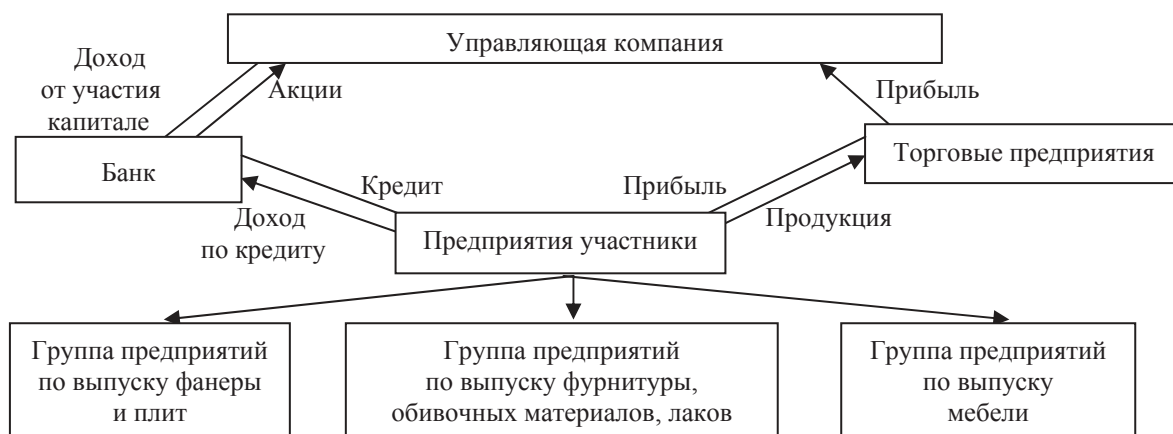


Рис. 2. Структура ФПГ «БелМебельПром»

Важно учитывать также, что промышленная политика, ориентированная на рост внутриотраслевой торговли как следствие более глубокой специализации, позволит активизировать механизм реструктуризации предприятий и секторов. Так, в работе М. Мелица [5] показано, что предприятия, используя эффект масштаба при обслуживании как местного, так и зарубежного рынка смогут расширяться за счет перелива к ним ресурсов от менее эффективных производств. Это позволит повысить общий уровень производительности экономики.

Так, коэффициент внутриотраслевой торговли в стоимостном выражении для мебели составил 0,53 в 2009 г. и 0,61 в 2010 г., а в количественном выражении в 2009 г. – 0,72 и в 2010 г. – 0,99 [6]. Значительная внутриотраслевая торговля в мебельном секторе закономерна, так как именно в этом виде деятельности наблюдается наибольшая продуктовая дифференциация и благосостояние потребителей повышается при увеличении разнообразия за счет импорта. Данный показатель довольно значителен, что отражает перспективы выявления и стратегического повышения конкурентоспособности товарных групп, экспорт которых позволит эксплуатировать возможности внутриотраслевой торговли и в результате более глубокой специализации даст возможность активизировать механизм реструктуризации предприятий отрасли. Используя эффект масштаба при обслуживании как местного, так и зарубежного рынка мебельные предприятия смогут расширяться за счет перелива к ним ресурсов от менее эффективных производств, что позволит повысить эффективность экономики в целом.

## 2. Реструктуризация.

Большинство предприятий отрасли имеют излишние производственные площади и штат сотрудников, что замедляет развитие производства. В основном мебельные производства производят широкий диапазон продукции, то есть под крышей одного предприятия зачастую объединяются технологически несвязанные производства, что и приводит к снижению эффективности. Представляется более целесообразным данные производства закрыть, сдать в аренду или организовать СП. В результате чего углубление предметной и технологической специализации позволит повысить качество продукции [7].

3. Внедрение новых и высоких технологий. Как показал опыт развивающихся стран, импорт современного деревообрабатывающего оборудования необходим, так как во многом определяет будущий рост отрасли. Большинство предприятий остро нуждается в реконструкции. Необходимо обновить производственные ресурсы в условиях, когда существует нехватка

средств на выполнение подобной задачи. Представляется использование в данных условиях двух вариантов: лизинг деревообрабатывающего оборудования и создание СП на базе действующих цехов, которые могли бы выделиться в дочерние предприятия.

Преимущества лизинга следующие:

- быстрое обновление оборудования без единовременных крупных финансовых вложений;
- кредитование и возможность отсрочки начала платежей;
- возможность более низкой лизинговой ставки, чем банковская;
- гибкость лизинговых соглашений в части сумм и сроков выплат.

Лизинговые платежи включаются в себестоимость продукции, что дает предприятию возможность более гибко подходить к установлению цен на свою продукцию и стратегии маркетинга.

4. Эстетичность. Сегодня, когда мебельный рынок достаточно широк, потребитель обращает все больше внимания именно на дизайн мебели и ее разнообразие. А одной из главных проблем является однообразие ассортимента и большая схожесть моделей у разных производителей. Отсутствие собственной дизайнерской школы по мебели вынуждает большинство производителей к единственно возможному варианту поиска новых моделей – к копированию. В качестве объектов для копирования выступают новейшие идеи и разработки итальянских, немецких дизайнеров, а также ряд моделей российских дизайнеров. С целью поиска новых идей специалисты компаний ежегодно посещают мебельные выставки мирового масштаба в Кельне, Милане, Москве. Отсутствие собственных дизайнеров лишает белорусскую мебель индивидуальности, оригинальности, собственного неповторяемого стиля. Традиционное копирование делает мебельные производства лишь последователями, не позволяя выйти в лидеры, и диктовать рынку модные тенденции.

Поэтому можно предложить привлечь зарубежных дизайнеров для разработки новых моделей, как это делают многие российские производители. Так или иначе с иностранными партнерами сотрудничают все крупные мебельные производители.

5. Использование электронной коммерции и интернета.

Чтобы занять достойное место на мировом рынке, требуется применять эффективный механизм реализации продукции. Для этого представляется целесообразным создание электронной лесной биржи. Создание системы электронных торгов позволит обеспечить единые технологические связи; создать единое информационное, эконо-

мическое, финансовое и правовое пространство в сфере деревообрабатывающей промышленности; прямой доступ к ценам производителей и новым клиентам.

#### 6. Эффективный менеджмент.

Доказано, что инвестиции в человеческий капитал дают отдачу в 5–6 раз большую, чем вложения в материальное производство. Мировой банк на примере обследования 192 стран пришел к выводу, что 64% экономического роста в странах с переходной экономикой связаны с человеческим и социальным капиталом, 16% – с физическим и 20% – с природным.

7. Прямая зависимость роста спроса на продукцию мебельной промышленности от темпов роста жилищного строительства.

Как показано в табл. 3, в последние годы возрастает активность в строительном секторе республики. Поэтому необходимо организовать сотрудничество мебельных производств со строительными компаниями в вопросе производства встроенной мебели, выпуск ее на мировом уровне увеличивается, она начинает пользоваться спросом внутри страны.

Таблица 3

#### Ввод в действие жилых домов по республике с 2005 по 2009 г.

На 1000 человек населения	2005	2006	2007	2008	2009
Общей площади, м <sup>2</sup>	387	420	481	527	599

**Выводы.** Продукция мебельной промышленности остается одним из наиболее конкурентоспособных товаров на рынках многих стран по сравнению с другими товарами народного потребления длительного пользования. Не исключение здесь и Республика Беларусь. Экспортный потенциал мебельной отрасли динамично возрастает из года в год, расширяя свои рынки сбыта и товарную структуру. Главной задачей мебельной промышленности на сегодняшний день является переупрофилирование производства на выпуск продукции высокого качества и повышение ее конкурентоспособности. Такие факторы, как использование «эф-

фекта масштаба», реструктуризация предприятий, увеличение и изменение ассортимента продукции, эффективный менеджмент, могут способствовать данному процессу. Только те предприятия смогут выжить в условиях конкуренции, которые за счет своей адаптивности будут постоянно подстраиваться к условиям внешней среды и создавать себе конкурентные преимущества.

#### Литература

1. Крупнейшая информационно-торговая система лесопромышленного комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lesprom.ru>. – Дата доступа: 09.09.2010.
2. Мещерякова, Е. Н. Мебельная промышленность: направления развития Республики Беларусь / Е. Н. Мещерякова // Лесная промышленность Беларуси. – 2005. – № 2 (6). – С. 13–16.
3. Республиканская программа рационального и комплексного использования древесных ресурсов на 2002–2010 гг. [Электронный ресурс]: проект. – Режим доступа: <http://www.pravoby.info>. – Дата доступа: 20.09.2010.
4. Козик, Л. П. Конкурентоспособность национальной экономики. Внешняя торговля: состояние и перспективы / Л. П. Козик, В. А. Руденко, Э. М. Скоблев; под ред. Л. П. Козика. – Минск: Администрация Президента Респ. Беларусь, 2002. – 144 с.
5. Melitz, M. J. The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity / M. J. Melitz // *Econometrica*. – 2003. – Vol. 71, No. 6. – P. 1695–1725.
6. Валетко, В. В. Оценка уровня внутриотраслевой торговли лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekonomika.by/valetka>. – Дата доступа: 16.12.2010.
7. Концепция устойчивого развития лесного хозяйства Республики Беларусь до 2015 года [Электронный ресурс]: проект. – Режим доступа: <http://www.mlh.by>. – Дата доступа: 14.10.2010.

Поступила 01.03.2011