

6. Мусохранова М.Б. Терминогенез. Летопись медицины в социально-философском контексте. Омск: Издательство омского государственного университета, 2012. 311 с.

7. Кузнецова Т.Я. Формирование медицинской латыни (когнитивно-дискурсивный подход) // Когнитивные исследования языка. 2017. XXXI. С. 275-279.

8. Маджаева С.И. Глобализация медицинской терминологии // Вестник челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. Вып. 73. С. 96-99.

9. Кузнецова Т.Я., Федотова Н.О. Концепт метафоры в формировании терминов медицинской латыни // Электронный научно-образовательный вестник. Здоровье и образование в XXI веке. 2018. Т. 20, № 8. С. 11-16.

10. Чернявский М.Н. Латинский язык и основы медицинской терминологии: Учебник. М.: ЗАО «ШИКО», 2007. 448 с.

11. Нечай М.Н. Латинский язык и стоматологическая терминология: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2016. 320 с.

Экономические науки

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ

Коржова О.В.

*Воронежский государственный
лесотехнический университет
имена Г.Ф. Морозова, Воронеж,
e-mail: Oks-80-80@mail.ru*

В настоящее время рынок мебели находится на стадии «перестройки»: появляется все больше новых направлений для развития в данной отрасли, множество компаний ощущают этот период в стрессовом режиме.

Именно поэтому возникает острая необходимость, в повышении конкурентоспособности компаний и оптимизации наращивания производства мебели.

Покупатели ценят при покупке мебели соотношение цена и качество, и потому производители стараются предложить им мебель по более приемлемой цене.

Российские производители мебели столкнулись с изменением покупательского спроса на внутреннем рынке и внешней экономической ситуацией – это создает новые вызовы и возможности.

Множество покупателей выбирают для себя мебель на заказ – это показывает статистика. Это говорит о том, что покупатели подстраивают под свои вкусы и нужды серийную мебель [1].

Мебельная индустрия в 2023 году побил рекорды производства, последний раз такие показатели, были достигнуты в далеком в 2005-м. По сравнению с предыдущим годом показатели выглядят тоже довольно внушительными: объемы производства увеличились до 350 млрд рублей, или почти вдвое. В процентном выражении это еще больше – на 64%, или до 53,6 млн штук. Но такое положение будет не всегда, полагают производители. Производители мебели усиленно сдерживали рост цен на продукцию весь 2023 год, хотя такое положение будет не всегда.

Также прослеживалась следующая тенденция. Рост спроса на изготовление мебели на заказ. Статистика от «Авито Услуги»: показала за год он вырос на 78%.

Также массовую популярность приобретает кастомизация. Если раньше за «доработку» мебели брались независимые мастерские и потому кастомизация была востребованной услугой в пре-

миум-сегменте, в последнее время этот тренд переходит в сегмент среднего класса и становится доступнее обычным покупателям [2].

По желанию покупателя можно изменить цвет корпуса, отдельные части мягкой и корпусной мебели: ножки, ткань, расположение полок, ящиков и зеркал.

Благодаря IT-решениям покупатель может воспользоваться эффектом визуализации, что является дополнительным плюсом. С помощью современных технологий можно из предложенных элементов прямо на сайте содать готовую модель будущей мебельной композиции.

Стоимость кастомизированной мебели может превышать цену из каталога на 15-50%, но тем не менее рост спроса в этом сегменте набирает обороты.

Адаптация виртуальных изделий позволяет быстро сделать товары функциональными и встраиваемыми в пространство. Таким образом, покупателю можно избавиться от неудобства, что в шкафу неудобно расположены полки и отсеки – компания кастомизирует изделие под потребности клиента [3].

Также можно выделить несколько ярких трендов развития отрасли.

В последнее время значительно вырос спрос на покупку уже меблированных квартир. Покупатели не хотят тратить много времени и сил на оформление дизайна, все это порождает рост предложения меблированных квартир на вторичном рынке жилья в августе 2023 года на 9% в сравнении с прошлым годом, по данным агентства недвижимости «Этажи».

Новые направления сбыта: социальные сети и маркетплейсы.

С каждым годом мебели в онлайн магазинах, не имеющих физических точек продаж, становится все больше. Такой процесс покупки очень удобен, клиент может оценить и выбрать выгодное предложение и оплатить товар в одном месте с одного гаджета.

В то же время ожидания заказанных товаров значительно сокращается. Например, если срок доставки минимальный – один день. Поэтому процесс покупки практически не отличается от офлайн-формата, но при этом требует минимум усилий.

Также стремительно растут продажи мебели на маркетплейсах и в социальных сетях, несмо-

тря на то что совсем недавно это направление не было слишком развито.

Продавцы мебели разрабатывают схемы, как упростить и удешевить логистику и организовать перевозку максимально быстро и безопасно. К примеру, работают по системе DBS с маркетплейсами, при которой реализация и отгрузка товаров происходит с собственного склада [4].

Постоянная инфляция заставляет клиентов дольше думать над крупными покупками. От производителей требуется предоставить покупателям необходимое количество информации о продукте, то есть продвигать продукты на рынке.

Таким образом появились обзоры и гайд-статьи в блогах о мебельной продукции (какую кухню лучше выбрать, или как обустроить гостинную). В них представлены реальные фото товаров, отзывы покупателей, благодаря которым у потенциальных клиентов появляется больше доверия.

Обход кризиса в экспорте мебели. Выход на восток.

С начала года объемы экспорта российской мебели сократились на 74%. Основными направлениями экспорта последних лет были западные страны, куда в настоящее время путь для российских производителей закрыт.

Все больше мебельные компании стали думать о восточных рынках сбыта. Уже сегодня многие производители мебели открывают свои магазины в ОАЭ, Азербайджане, Узбекистане, Монголии, Турции и Казахстане. К примеру, у divan.ru уже есть магазины в Алматы, Астане, и Ташкенте.

Российский бизнес планирует работать в восточном направлении B2C и B2B-сегменте: поставлять мебель для ресторанного бизнеса, для офисов и апартаментов под сдачу в аренду. Но есть особенность работы с азиатскими рынками в том, что вкусы и предпочтения отличаются от российских а также намного меньше покупательная способность. Не смотря на то что в странах СНГ значительно ниже конкуренция, покупательная способность тоже ниже.

В связи с уходом из российского рынка западных брендов у мебельной отрасли, потерявшей в 2022-м на 30%, а в начале зимы 2023-го просевшей еще на 10% по производству и на 35% по продажам, во втором квартале открылось второе дыхание. Из источников Ассоциации мебельной и деревообрабатывающей промышленности РФ, за 10 месяцев 2023 года производство увеличилось в денежном выражении до 350 млрд рублей, или на 42% по сравнению с аналогичным периодом 2022 года. За 2023 год производство выросло до 438 млрд рублей. В натуральном измерении рост объема производства за январь–октябрь 2023 года был еще поразительно большим – на 64%, или до 53,6 млн штук.

Это своего рода рекорд начиная с 2005 года, а может быть, и за всю историю наблюдений, отмечают в ассоциации [5].

Как и прежде строятся и покупаются новые квартиры, люди, переезжают в эти новостройки, количество новостроек растет на 10% год к году. Также имеется тенденция сдавать жилье, купленное в рамках льготной ипотеки, а его соответственно нужно обставлять. Естественно не обойтись без столов, стульев и минимального набора шкафов. После застоя в 2022 году в 2023-м выросли закупки мебели со стороны муниципальных госучреждений и госкомпаний, говорят участники рынка.

Положительная динамика наблюдалась благодаря относительно стабильным ценам на мебель. По данным Росстата, с начала 2023 года подорожали, детские кровати на 10%. В отношении кухонных и обеденных столов, мягких стульев и навесных кухонных шкафчиков, стоимость с начала года, по данным Росстата, увеличилась за год в среднем в пределах 100–200 рублей.

Эксперты рынка прогнозируют снижение цен на мебель в первом полугодии, делая вывод о перенасыщении тренда: вся мебель, которую производили на экспорт в Европу, осталась в России. К тому же по тем же причинам дешевели материалы – фанера и плиты.

Ждут будущего с опасением.

Эксперты отрасли в 2024 году ждут негативных изменений: темпы строительства замедляются, ипотека становится менее доступной, а именно новое жилье – один из востребованных направлений продаж мебели, отмечают они.

Игроки мебельного рынка ждут принятия закона о включении мебели в ипотеку. На осенней сессии в Госдуме планировалось изменение в 214 ФЗ по включению мебели в ипотеку вместе со сдаваемым жильем, но он был отклонен.

Такой закон актуален для новоселов: постоянный рост цен на квартиры ведет к тому, что у людей не остается денег на меблировку квартир. Принятие закона станет своего рода двигателем роста для дальнейшего увеличения объема производства мебели.

В мебельной отрасли отрасли надеются, что в 2024 году власти введут дополнительные пошлины на импортную мебель. Летом 2023 года Ассоциация инициировала обращение в Минэкономразвития с просьбой о введении дополнительных пошлин на импортную мебель из дружественных стран и заградительных – из недружественных стран.

Сейчас мебельная отрасль находится в неравных конкурентных условиях. Отечественные производители при реализации мебели на турецкий рынок должны платить слишком большую пошлину от 30% до 60%, а в России пошлина для турецких компаний составляет всего лишь 9–12%. Также европейские производители

остаются участниками ранка и свободно продают в России мебель, а Российским производителям продавать в Европу запрещено. Хотелось бы чтобы ситуация на мебельном рынке кардинально изменилась и конкурентоспособность Российской мебельной индустрии значительно повысилась.

Список литературы

1. Абаева Н.П., Старостина Т.Г. Конкурентоспособность организации. Ульяновск: УлГТУ, 2018. 259 с.

2. Безрукова Т.Л., Коржова О.В. Совершенствование методики оценки конкурентоспособности бизнес-структур в сфере мебельного рынка // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2022. Т. 10. № 3(58). С. 56-70.

3. Вашко Т.А. Стратегия и конкурентоспособность // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. 2018. № 7 (7). С.10-14.

4. Индустрия мебели. URL: <https://industry-mebel.ru/analitics/vozmozhniye-stsyenareeeee-razveeteeya-myebyelnoy-otraslee/> (дата обращения: 14.04.2024).

5. URL: <https://woodexpo.ru/ru/about/news/2022/november/28/tynok-mebeli-2023-god/> (дата обращения: 14.04.2024).