

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет економічних наук
Кафедра фінансів

Кваліфікаційна робота

освітній ступінь - бакалавр

на тему: **«ФІНАНСОВІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ
ВИРОБНИЦТВА МЕБЛІВ В УКРАЇНІ»**

Виконав: студент 4-го року навчання,
спеціальність 072
«Фінанси, банківська справа та
страхування»

Кушнір Олег Олександрович

Керівник: Дяковський Д.А.
кандидат економічних наук, доцент

Рецензент: Гриджук І.А.

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою « _____ »

Секретар ЕК _____ Донкоглова Н.А.

« ____ » _____ 2020 р.

Київ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕБЛЕВОЇ ГАЛУЗІ	5
1.1. Фінансово-економічні основи функціонування меблевої галузі в Україні...5	
1.2. Структура, інфраструктура, логістика, ресурсна база, передумови розвитку меблевої галузі в Україні.....	11
1.3. Історія розвитку меблевої галузі в світі.....	23
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. АКТУАЛЬНИЙ СТАН РИНКУ ВИРОБНИЦТВА МЕБЛІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	28
2.1. Сучасний стан меблевої галузі та ринку споживання меблів в Україні.....	28
2.2. Світовий ринок меблів, глобальні тенденції світової меблевої індустрії, роль України у міжнародному контексті.....	39
2.3. Фінансові перспективи розвитку меблевої галузі в Україні в призмi експортоорієнтованості.....	48
Висновки до розділу 2.....	54
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЕКСПОРТУ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ	56
3.1. Теоретичне обґрунтування та аналіз моделі.....	56
3.2. Рекомендації до моделі, шляхи розвитку експорту меблевої промисловості України.....	64
Висновки до розділу 3.....	67
ВИСНОВКИ	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	71

ВСТУП

Меблева промисловість почесно займає своє місце серед провідних виробничих галузей. Меблева промисловість, будучи однією з найпотужніших галузей деревообробної промисловості, складає понад 50% загального обсягу обробки деревини в Україні. Складно переоцінити важливість меблевої промисловості для повсякденного життя: без меблів неможливо уявити собі жодне виробництво, офісний центр, жоден житловий будинок. Крім забезпечення меблевою продукцією загальноприйнятого рівня життя й комфорту, виконуючи для людей ті функції, які люди самі виконати не в змозі, меблева промисловість забезпечує населення робочими місцями, працевлаштовуючи більше як половину усіх робітників деревообробної сфери. Меблева промисловість займає важливе місце в економічній системі України: надає трудовим ресурсам працевлаштування, забезпечує державу необхідними продуктами, а також створює чималий прибуток.

Щорічний попит на меблеву продукцію збільшується, створюючи привабливі умови для розвитку меблевої виробничої галузі. Українська меблева галузь має можливість зробити якісний та кількісний перехід від пострадянської моделі до сучасної затребуваної галузі, попит на продукцію якої йде далеко за межами локальних ринків.

Метою кваліфікаційної роботи є оцінити фінансові перспективи меблевої галузі України, визначити далекосяжні напрямки розвитку галузі, надати практичні рекомендації.

Об'єктом дослідження дипломної роботи є ринок виробництва меблів в Україні.

Предметом дослідження є фінансові перспективи розвитку ринку виробництва меблів в Україні.

Перед автором стояло **завдання** дослідити теоретичні засади функціонування ринку меблевого виробництва, проаналізувати актуальний стан

галузі, а також надати практичні рекомендації щодо покращення ринкової ситуації й розвитку меблевої галузі в умовах зростаючого світового попиту на меблеву продукцію.

Наукова новизна дослідження полягає в аналізі перспектив експортної орієнтації меблевої індустрії України.

Питанню вивчення меблевої промисловості й підвищенню її ефективності присвятили свої праці такі діячі та науковці як О. Кійко, В. Патіс, С. Гайда, А. Білик та інші, що вивчали аспекти меблевого виробництва.

В першому розділі автором розглянуто теоретичні засади функціонування меблевої галузі, її структура та значення для економіки України, а також світовий досвід розвитку ринків виробництва меблів. В другому розділі автор проаналізував сучасний стан меблевої галузі та ринок споживання меблів в Україні. Автором були проаналізовані світові тенденції меблевої індустрії, роль України у міжнародному контексті, а також фінансові перспективи розвитку української меблевої галузі в призмі експортоорієнтованості. В третьому розділі автором побудовано модель, що описує залежність обсягів експорту української меблевої продукції від факторів, що впливають на неї.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕБЛЕВОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Фінансово-економічні основи функціонування меблевої галузі в Україні

Меблева галузь має велике значення для української економіки й посідає важливе місце в господарському комплексі України. Станом на 2016 рік [1] в меблевій індустрії було залучено близько 32 тисяч робітників та приблизно 1300 офіційних виробництв. Проводячи первинний аналіз структури меблевої галузі, усіх гравців на даному ринку можна поділити на тих, хто є «білими», а також тих, хто не зареєстровані офіційно. Здебільшого ті, хто здійснюють свою діяльність неофіційно, є невеликими компаніями, їх часто називають «гаражними» виробництвами.

Більш глибокий аналіз розподілу виробництв за критерієм законності провадження діяльності є дуже ускладненим, адже межа між «білими» й «чорними» підприємствами є дуже розмитою: «чорна» смуга покриває дуже велику частину меблевої галузі. Частими випадками є такі, коли навіть офіційно зареєстровані виробництва, що працюють на законних підставах, використовують схеми ухиляння від сплати податків методом зменшення задокументованих обсягів доходів, неофіційно працевлаштовують своїх робітників тощо.

Неофіційним «чорним» виробництвам притаманні такі риси та характеристики:

- По-перше, за останні роки вони стали більш вагомими у загальній структурі меблевої галузі через більш доступні ціни у порівнянні з

офіційними виробниками, чим й створюють попит на свою продукцію серед населення, яке втратило втрачає купівельну спроможність;

- По-друге, основна частка неофіційних виробництв здебільшого знаходиться у сегменті малих підприємств;
- По-третє, кількість неофіційних виробництв є найбільшою серед сегмента дешевих меблів, хоча й лишається ваговою часткою у середньому ціновому діапазоні;

Зробити точну оцінку кількості неофіційних виробництв, що працюють на незаконних засадах, виявляється майже неможливим. Різні джерела та організації наводять різні результати власних досліджень з цього питання. Наприклад, за результатами дослідження Співки Українських Підприємців, громадської співки, що входить до трійки найбільших бізнес-асоціацій України [2], у кількісному вираженні обсяги виробництва, що лишились поза обліком й що не входили до офіційної статистики, у 2016 році в Україні становили приблизно 314 млн. доларів США [1]. У загальних рисах неофіційне виробництво за різними оцінками складає від 40% до 50% від всієї галузі. Певно, єдиним однозначно точним й зрозумілим висновком із ситуації, що склалася в меблевій галузі, є те, що даний сегмент, деякими іменований як «індустрія всередині індустрії», є вагомим і має бути врахованим під час аналізу та оцінювання української виробничої галузі, а також при плануванні її розвитку.

Серед найважливіших характеристик, що визначають українську меблеву сферу, окрім дуже великої кількості тіньових підприємств, є високий рівень фрагментованості. Якщо проводити сегментацію меблевої галузі за розміром підприємств, українська меблева сфера є типовим представником країн, що розвиваються, і як наслідок складається зі значної кількості мікро- та малих виробництв (до 10 та 50 співробітників відповідно), невеликого числа підприємств середнього розміру (до 250 співробітників), а також зовсім незначної кількості великих компаній (понад 250 співробітників). Кожна з цих груп має свої особливості здійснення діяльності, що пов'язані з організацією роботи, підбором асортименту.

Мікропідприємства, що налічують в собі до 10 співробітників, є найбільшою групою серед усіх виробництв, хоча й створюють відносно малу частину продукції від загального рівня виробництва в державі. За оціночними даними, з урахування тих, що діють неофіційно, підприємств такого розміру в Україні існує наразі до 5000 тисяч. При цьому ця група поділяється на дві підгрупи:

1. Компанії з 3-5 співробітниками. Такі компанії зазвичай майже не займаються обробкою матеріалів, використовують придбані заготовки, які збирають в кінцевий продукт. Продають свої послуги на ринках й працюють на дому у замовників. Використовують примітивні ручні інструменти. Їхні дизайн та якість лишаються на низькому рівні. Вони є дуже обмеженими з практично відсутніми перспективами до зростання. Очікується зменшення виробництв такого розміру у майбутньому при ситуації економічного зростання держави.
2. Компанії з 6-10 співробітниками. Такі компанії є більш вагомими у загальному відношенні, ніж попередня група, хоча й відіграють значно меншу роль за малі та середні підприємства. Такі виробники діють на місцевих ринках, використовуючи прямі продажі. Здебільшого виконують проекти на замовлення населення з дешевих матеріалів з ціною до 20 доларів США за квадратний метр. Більшість з цих підприємств не розвиваються, оскільки не мають чіткої стратегії й лишаються задоволеними їхнім рівнем прибутків. При цьому є чимало прикладів компаній, що вирости до рівня МСП.

Малі виробництва на 10-50 робітників є наступним кроком розвитку після мікропідприємств. Вони мають більший рівень капіталоозброєності за попередні групи, виконують більш складні замовлення й проекти, співпрацюють з дизайнерами, створюючи власний стиль. Деякі можуть працювати на експорт, виконуючи невеликі підряди по розробці дизайну або поставляючи невеликі партії готової продукції. Рівень “тінізації” на цьому рівні лишається достатньо високим.

Компанії середнього розміру (від 50 до 250 чоловік) є основою українською меблевою індустрією. За оціночними даними цю групу виробників налічує близько 200 представників. Такі компанії мають просунуте обладнання з ЧПУ, працюють зі складними матеріалами, часто можуть мати серійне виробництво. Продажі відбуваються через дилерів, інколи через власні магазини. Більшість таких підприємств обирають свої ніші, інколи переходячи у люкс клас. Деякі з таких компаній створюють власні бренди.

Великі підприємства з кількістю співробітників понад 250 осіб є достатньо малою групою за кількістю представників (менше за 40). Рівень автоматизації достатньо високий, але при цьому обладнання може використовуватися недостатньо ефективно. Такі підприємства здебільшого займаються виробництвом меблів для замовників великими партіями з недорогих матеріалів. Представники цього класу підприємств є великими експортерами.

Також одним з основних способів сегментування виробників меблів є сегментування за типом продукції. Уся меблева продукція розподіляється на такі основні типи: м'які меблі, кухонні меблі, офісні меблі, а також усі інші. На діаграмі, що наведена нижче, зображено структуру меблевого виробництва в Україні за типом продукції.

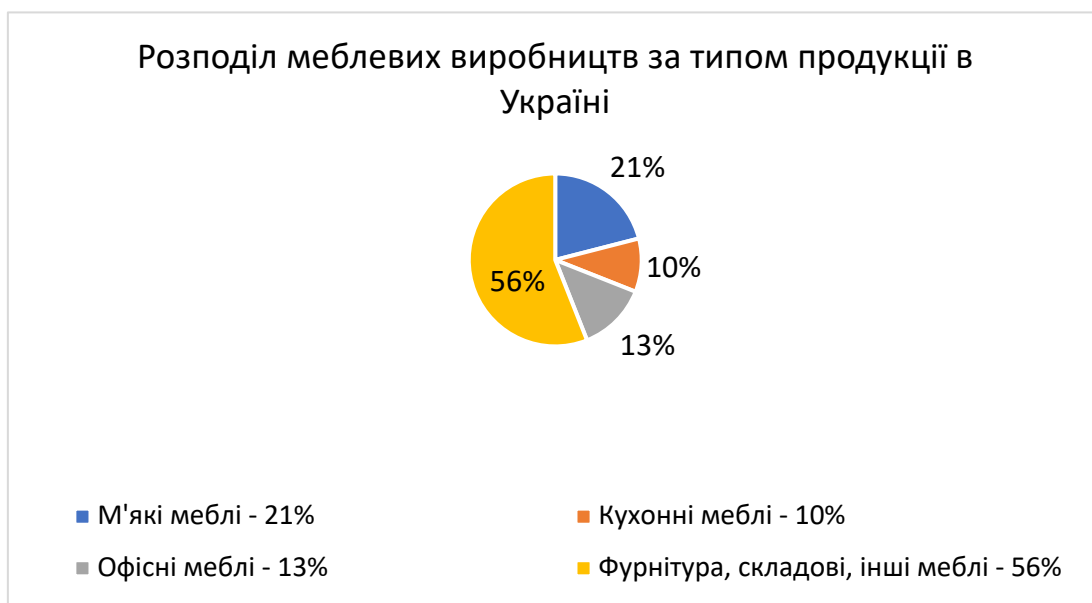


Рис. 1.1. Розподіл меблевих виробництв за типом продукції в Україні

Джерело: складено автором на основі даних з офіційного сайту Асоціації «Українська Асоціація Меблевиків»

Особливістю розподілу виробництв за типом продукції є прив'язка до ресурсної бази, а також історичне розташування фабрик, які сучасна меблева індустрія України успадкувала від Радянського Союзу. Хоч і існує спеціалізація виробництв, особливо серед великих підприємств, більшість компаній-представників МСП виробляють товари будь-якого типу під замовлення.

У кожній галузі промисловості в Україні є певний орган чи організація, яка займається контролем та регулюванням діяльності певної галузі. Для меблевої сфери в Україні було створено Українську Асоціацію Меблевиків (УАМ). Діяльність УАМ охоплює:

1. Контроль ціноутворення й продаж сировинної бази, фурнітури, обладнання, тобто повного спектра товарів і послуг, необхідних для здійснення меблевого виробництва;
2. Регулювання внутрішньої та міжнародної торгівлі;
3. Координацію дій меблевих підприємств;
4. Забезпечення стратегічного розвитку галузі;

Місія УАМ – створення галузевої, професійної громадської організації, яка сприяє захисту підприємств меблевої галузі перед державою і монополіями: суспільство отримує робочі місця, споживач – якісну продукцію, а держава – податки і конкурентоздатний продукт. [3]

Також одним з важливих завдань, що стоїть перед УАМ, є освітня функція меблевої галузі: починаючи з часів заснування Асоціації, перед УАМ стояла мета реформувати старі підходи до меблевого виробництва, впроваджувати сучасні знання та імплементувати новітні технології в українські підприємства. Наразі УАМ проводить велику кількість навчальних заходів, семінарів, круглих столів, вебінарів для підприємств-учасників, а також співпрацює з великою кількістю закладів вищої освіти, що профільно пов'язані з меблевою галуззю.

Наразі за найголовнішу мету Асоціація ставить перед собою амбітну ціль – системно вивести українські підприємства на міжнародний рівень, збільшити рівень експорту меблевої продукції. Амбітна мета - заявити міжнародній

спільності про високу якість й сучасний дизайн меблевої продукції, виробленої в Україні, створюючи бренд українських меблів, а також донести міжнародним партнерам про готовність й спроможність українських виробників співпрацювати з ними. Кількісною ціллю УАМ є до 2025 року об'єднати 60% компаній меблевого ринку України, які генеруватимуть 5 млрд. доларів США обороту в рік, з якого щонайменше половина є продуктивним експортом з високою доданою вартістю. [4]

Структура Асоціації виглядає таким чином:

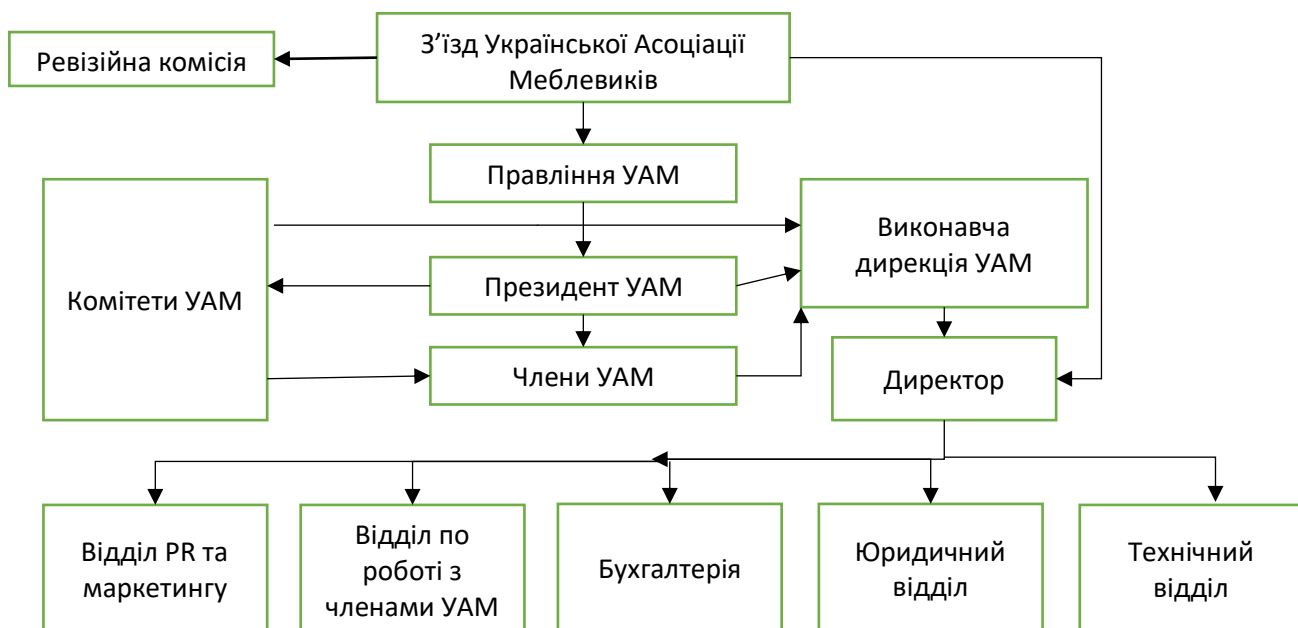


Рис. 1.2. Структура Асоціації «Українська Асоціація Меблевиків»

Джерело: складено автором на основі офіційного сайту Асоціації «Українська Асоціація Меблевиків»

На державному рівні Асоціація здебільшого несе представницьку функцію. Під час структурних проблем у промисловості та за іншою необхідністю звертається до Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Наразі їхня співпраця напрямлена на організацію та проведення міжнародної експортоорієнтованої меблевої виставки в Україні.

Меблева галузь України, як і інші галузі, має орган, що відповідає за промисловість, виконує організаційну й представницьку функції, завдяки якому відбувається плановий розвиток всієї промисловості. На жаль, подібні органи не

завжди є спроможними урегулювати кризові ситуації і через це виникають певні непорозуміння між представниками галузі, а також структурні проблеми. Прикладом таких ситуацій може послугувати післякризове становище у галузі у 2009-2011 роках, коли кількість активних членів УАМ, за експертною оцінкою, скоротилося на майже 20%. Ще одним прикладом невдалих часів Асоціації були 2013-2016 роки, коли кількість офіційно працюючих підприємств скоротилася на 18,75% (з 1600 до 1300 підприємств), а кількість робітників, зайняті в сфері виробництва меблів, зменшилася на 17,95% (з 39 тисяч до 32 тисяч чоловік). Як і в інших виробничих галузях, найменш стійкими й готовими до кризи виявилися малі компанії: більше ніж 30% мікропідприємств і малих виробництв були неспроможними витримати економічний тиск зовнішніх факторів, в наслідок чого їм довелося припинити свою діяльність.

Отже, попри діяльність органів контролю й заходи, спрямовані на розвиток індустрії, меблева галузь лишається доволі вразливою до економічних потрясінь й структурних криз.

1.2. Структура, інфраструктура, логістика, ресурсна база, передумови розвитку меблевої галузі в Україні

Регіональне розміщення підприємств меблевого виробництва в Україні має певну специфіку, втім в усіх регіонах держави є локальні представники меблевої галузі, що працюють й забезпечують місцевий попит локальних ринків. На географічне розповсюдження виробництв впливають такі фактори як: доступність ресурсів й матеріалів, наявність робочої сили, інвестиційна привабливість певної області, а також виробнича спадщина, що лишилась сучасній Україні від радянського минулого, у вигляді фабрик й виробництв, побудованих у ХХ столітті, які досі функціонують як частина ланцюга створення доданої вартості та цінності.

Для меблевого виробництва використовують такі основні матеріали й сировину як:

- деревина натуральна;
- плити ДСП, МДФ, ДВП;
- шкіра та тканини для м'яких меблів;
- фурнітура, металеві елементи;
- клеї, фарби, лаки;
- скляні панелі, епоксидна смола тощо;

Меблева промисловість є однією з найбільш чутливих до сировини галузей. Меблеві підприємства забезпечують свої потреби у сировині для виробництва двома можливими шляхами: або виробляють необхідні матеріали на власних виробничих потужностях, або закупають готові напівфабрикати у постачальників. Варто зазначити, що існують певні види виробництв, які виробляють виключно напівфабрикати-заготовки (такі як металева фурнітура, крайки й плівки з ПВХ тощо) й є постачальниками для меблевих фабрик, що використовують готові матеріали для збирання меблів.

Як цілком імовірно, найважливішою сировиною в сфері меблевого виробництва була й досі лишається деревина. Вона використовується у виробництві майже всіх видів меблів: м'яких, офісних, кухонних тощо. Вирубка й обробка деревини є складним екологічно-політичним питанням, яке постійно обговорюється. На жаль, держава й виробники-експортери впродовж останніх десяти років не можуть дійти згоди з приводу обмежень на вирубку й експорт лісу, а також їх доцільності.

За офіційними даними Державного агентства лісових ресурсів України загальна площа лісового фонду України становить – 10,4 млн. га, із яких вкритих лісовою рослинністю – 9,6 млн. га. Лісистість території країни становить 15,9%. За 50 років площа лісів зросла на 21%, а запас деревини майже у три рази. Запас деревини в лісах оцінюється в межах 2102 млн. куб. метрів. Загальна середня зміна запасу сягає 35 млн. куб. метрів. Середня щорічна зміна запасу на 1 га у лісах Держлісагентства дорівнює 4 куб. метрів і коливається від 5 куб. метрів в Карпатах до 2,5 куб. метрів у Степовій зоні. Відбувається поступове збільшення

запасу, що підтверджує значний економічний і природоохоронний потенціал лісів України. [5]

Варто зазначити, що наявні оцінки, які стосуються кількості та якості лісів в Україні, здебільшого лишаються недостатньо достовірними. Найбільш імовірними випадками викривлення й спотворення інформації є ті, коли мова йдеться про загальну величину обробки та продаж лісоматеріалів закордон. Браконьєрська вирубка та протизаконний продаж закордон є розповсюдженою практикою. Намагаючись зупинити й врегулювати вирубку лісів, у 2015 році рішенням Верховної Ради України було оголошено десятирічний мораторій на експорт лісу-кругляку, а в 2018 році у ВРУ було прийнято законопроект, що передбачає кримінальну відповідальність за незаконну контрабанду лісоматеріалів. Заходи регуляторів змогли лише частково вирішити питання врегулювання законності вирубки лісів в Україні. Насамперед законопроект був протекціоністським: він ставив за мету уникнення можливості появи дефіциту шляхом здорожчання деревини, а також зниження її продажів закордон. Першочергово це стосувалось сировини високого рівня якості, щоб забезпечити нею саме місцевих виробників, які створюють більшу додану вартість. Результати даного мораторію не були достатньо втішними: внаслідок заборони на продаж власники лісогосподарств знизили рівень виробництва, через що ціна на деревину збільшилася.

Станом на сьогоднішній день, Україна реалізує ліс-кругляк, а також іншу деревину в Балтійські країни, а також держави-члени Європейського Союзу, постачаючи їхнім виробникам дешеву сировину. Проте більша частина всієї сировини залишається всередині економічної системи України й використовується для задоволення потреб українського ринку меблевого виробництва. Незважаючи на цей факт, за даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, використання лісоматеріалів на одного громадянина в Україні є суттєво меншим за середній показник європейських держав. [6]

Аналізуючи ситуацію з лісовими ресурсами, найгострішим питанням лишається чи вистачить вітчизняної сировини для задоволення поточних потреб локального ринку споживання меблів й гармонійного розвитку ринку меблевого виробництва в майбутньому.

Відповідно до офіційних даних, в Україні щорічно вирубаються близько 20 млн. куб. метрів лісу, що може повністю забезпечити вітчизняних меблевих виробників деревиною, окрім як тими породами дерев, що не вирощуються лісовими господарствами на території України.

Таблиця 1.1

Основні види деревини, плит й матеріалів в Україні, 2019 рік

Вид сировини	Виробництво, м ³	Експорт, м ³	Імпорт, м ³	Споживання, м ³
Кругляк	18329900	4272100	14200	14010200
Пиломатеріали	3039500	2663000	10090	384670
Шпон	109870	65990	4010	46980
Фанера	178500	195130	50260	33240
ДСП	1699000	452500	237000	1481000
Дошка	386900	27190	3500	362250
МДФ	Дані відсутні	182170	392340	Дані відсутні

Джерело: складено автором на основі даних офіційного сайту Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН

Однак цілком імовірно, що офіційні дані не зображують справжньої ситуації споживання деревини, адже інформація, що наведена вище, стосується всієї виробничої галузі України: у тому числі й усі будівництва, оздоблення тощо. З високою вірогідністю, обсяги використання деревини й похідних матеріалів у меблевій сфері є суттєво нижчим, ніж це зазначено у офіційних даних. Також необхідно усвідомлювати, що кількість браконьєрських або «сірих» вирубок й заготівель лісу майже не піддаються обчисленням, тому високоймовірним лишається припущення, що насправді рівень виробництва насправді є більшим.

Незважаючи на високу ймовірність неточності інформації, головним висновком є спроможність й готовність лісових господарств забезпечувати меблевих виробників необхідною кількістю сировини для сталого розвитку галузі.

Меблеві виробництва залежать від ринків збуту так само, як і від сировини. Тому частим випадком є орієнтація на споживача. Таким чином більшість виробництв і центрів реалізації меблевої продукції знаходяться в містах з високим рівнем густоти населення в агломерації, а саме у таких містах як Київ, Львів, Дніпро, Харків, Одеса тощо.

Орієнтація на споживача дозволяє меблевим підприємствам, а також дистриб'юторам й меблевим магазинам, заощаджувати на доставці товару до кінцевого користувача. Затрати на логістичні послуги є фактором, що суттєво впливає на формування кінцевих цін на меблеву продукцію. В середньому з усієї кінцевої ціни меблів в Україні близько п'ятої частини припадає саме на логістичні витрати. Більше того, логістика товару впливає не лише на формування цін для кінцевого споживача, але й ще на своєчасність отримання поставань, кількість зіпсованої продукції тощо. Рівень цін та якість надаваних логістичних послуг в Україні поки не відповідають світовим стандартам й лишаються, на жаль, однією зі слабких ланок у ланцюгу створення доданої вартості та цінності у меблевій галузі. Складнощі з логістикою, а саме несвоєчасність поставань й зависока ціна, є фактором, що має сильний прямий негативний вплив на розвиток меблевого ринку та торгівлі. Найбільше від вищезазначених проблем страждають виробники-експортери.

Проводячи аналіз конкурентної середовища українського меблевого ринку, а також факторів його формування, однією з найважливіших умов розвитку даної галузі є наявність кваліфікованої робочої сили. Меблева галузь, особливо на рівні малих та середніх підприємств, характеризується великою працемісткістю, висновком з чого виступає суттєвий вклад у кінцеву ціну меблевої продукції вартості роботи спеціалістів. Оплата праці залежить від таких факторів як рівень кваліфікації, досвід робітника, а також від місцезнаходження підприємства:

заробітні плати співробітників на підприємствах Києва й Харкова є вищими за оплату праці їхніх колег в інших частинах України. При цьому рівень заробітної плати в сфері меблевого виробництва в Україні є значно нижчим за середньоєвропейський. У нижченаведеній таблиці представлені офіційні дані Державна служба статистики України щодо динаміки зміни середньої заробітної плати в меблевій галузі за останні роки.

Таблиця 1.2

**Середньомісячна заробітна плата фахівців у сфері
меблевого виробництва**

	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік
Заробітна плата, грн	4065	5290	7017	9003	10956
Зміна, %	-	30,1	32,6	28,3	21,7

Джерело: створено автором на основі офіційних даних Державної служби статистики України

Необхідно відзначити, що велика частина всієї меблевої галузі в Україні, за оцінками від 40% до 50%, знаходиться «в тіні», тому в державну статистику потраплять дані лише офіційно зареєстрованих підприємств й, відповідно, офіційно працевлаштованих співробітників. Рівень доходів «гаражників», що працюють в тіньовому секторі, лишається неможливим для системного оцінювання.

Як видно з таблиці, за офіційними даними, заробітна плата працівників меблевої галузі за останні 5 років з 2015-го року по 2019-й рік збільшилася на 169%. Настільки значне зростання пояснюється як розвитком меблевої галузі в Україні й стабілізацією загального стану економіки, так і державними заходами, націленими на детінізацію українського бізнесу.

Хоч номінально рівень заробітних плат значно збільшився за останні роки, проте більшість людей все одно шукають роботу закордоном: втрата купівельної спроможності гривні й падіння курсу відносно інших валют є факторами, що

спонукають людей працювати закордоном. Наприклад, виробництва, що знаходяться біля державного кордону з Польщею, стикаються зі складнощами в питанні втримання в себе досвідчених й кваліфікованих робітників.

Загальний рівень освіченості населення в Україні є задовільним, проте спеціалістів з середньою технічною освітою стає дедалі менше, меблева галузь потребує більшої кількості освічених кваліфікованих кадрів.

На рівні малих та мікропідприємств більша частина виконуваної роботи є мануальною та не вимагає спеціалізованої освіти. Проте для впровадження на своїх виробництвах новітнього обладнання й технологій, компаніям доводиться шукати робітників із відповідним досвідом і освітою, яких не вистачає для задоволення потреб усіх підприємств. Фактори, що збільшують прірву в нестачі кваліфікованих кадрів на ринку праці, були зазначені вище: більшість робітників, що відповідають таким критеріям, отримують пропозиції працевлаштування закордоном з кращими умовами праці й більшими заробітними платами.

Меблева галузь стикається не лише з нестачею кваліфікованих робітників зі спеціалізованою освітою, але й з потребою в освіченому управлінському персоналі: маркетологів, менеджерів з бізнес-планування, фінансистів, професійних логістів, а особливо спеціалістів з міжнародної торгівлі.

Частою проблемою для компаній, що хочуть вести міжнародну торгівлю, є відсутність володіння іноземними мовами менеджерами підприємств.

Більшість цих проблем є похідними від проблеми втрати меблевою галуззю своєї привабливості. Молодь не бажає навчатись й працевлаштовуватись в цій галузі, оскільки сприймає її як застарілу й непопулярну, з малою доданою вартістю.

Для гармонійного розвитку галузі необхідно створити умови для постійного процесу підвищення кваліфікації вже існуючих фахівців, а також щорічного поповнення ринку праці новими освіченими кадрами, що зацікавлені у роботі в даній галузі. В першу чергу це стосується молодого покоління й студентства. УАМ працює у напрямку поліпшення цієї ситуації, організовуючи

для членів асоціації профільні тренінги, запрошуючи світових лідерів меблевої галузі в Україну для обміну досвідом, а також співпрацює з такими закладами вищої освіти як: Університет КРОК, кафедра дизайну; Житомирський Національний Агроекологічний Університет, кафедра експлуатації лісових ресурсів; Київський Державний Інститут Декоративно-Прикладного Мистецтва і Дизайну імені Михайла Бойчука, факультет дизайну тощо.

УАМ не є єдиною організацією, що займається підтримкою українського меблевого сектору. Проте загальний стан інфраструктури є в незадовільному стані: підтримка меблевих виробництв є високофрагментованою, присутні проблеми в координації дій й співпраці організацій й компаній. Інфраструктура лишається неструктурованою, дається в знаки відсутність чітко прописаної стратегії й її впровадження на практиці. Результатом стає повільний, частковий розвиток лише певних ланок ланцюгу створення цінності, а не всієї галузі в цілому.

Трьома основними причинами неорганізованості й відсутності систематизованості цільових заходів процесу підтримки меблевої галузі в Україні є:

1. Попередні уряди не вкладалися у розвиток меблевої промисловості, вважаючи її за недоцільну для проведення капітальних інвестицій;
2. Більша частина уваги й намагань попередніх урядів були напрямлені на розвиток України як держави-агроекспортера й сировинного постачальника, але не як держави, що створює продукти з високою доданою вартістю й цінністю;
3. Меблеву сферу не було зараховано до списку семи найважливіших галузевих груп з великим потенціалом в Експортній стратегії України (“дорожній мапі” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки [7];

Основними організаціями, що займаються підтримкою меблевої галузі в Україні, є:

1. Локальні та всеукраїнські галузеві асоціації (такі як Українська Асоціація Меблевиків тощо);
2. Неспеціалізовані асоціації: Офіс з просування експорту України, Торговельно-Промислова палата України, Спілка Українських Підприємців тощо;
3. Донорські організації: Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), Європейський банк реконструкції та розвитку, Міжнародна фінансова корпорація (IFC) тощо;

Більшість галузевих організацій лишаються на регіональному рівні, об'єднують виробників локальних ринків. Їхні можливості стабільно розвивати галузь, впроваджувати інновації серед своїх членів є обмеженими, проте не позбавлені потенціалу для зростання.

Найбільшою спеціалізованою галузевою організацією, яка займається саме меблевим сектором й повністю його покриває, є Асоціація «Українська Асоціація Меблевиків»: наразі в ній нараховується понад 200 різноманітних підприємств. Більшість учасників асоціації є представниками МСП. Проте найпотужніші підприємства України, окрім деяких винятків, не входять до лав УАМу. Такі організації фінансуються здебільшого коштами членських внесків їхніх учасників. За рахунок цих коштів фінансується діяльність організацій.

В свою чергу неспеціалізовані міжгалузеві організації піклуються не про певну галузь чи сектор економіки, а конкретно про своїх учасників, незважаючи на їхні види економічної діяльності. Прикладом такої міжгалузевої організації є Спілка Українських Підприємців (СУП). СУП об'єднує в собі підприємців з різних галузей й займається лобіюванням їхніх інтересів. Спілка українських підприємців – це одне з перших в Україні потужних незалежних об'єднань підприємців, що діє за межами політики з головною метою захисту й просування інтересів підприємців, а також створення сприятливих умов для розвитку бізнесу в Україні [8]. Своєю місією СУП вважає створення та розвиток сприятливого бізнес-клімату в Україні [9]. Однією зі своїх пріоритетних цілей Спілка Українських Підприємців визначає стимулювання українських виробників до

експорту товарів та послуг закордон. Наразі до складу СУП входять 23 меблеві компанії, декілька з яких є представниками великого бізнесу. З цих 23 меблевих підприємств було сформовано особливий меблевий комітет. В зоні відповідальності цього комітету є пошук перспективних ринків для українських меблевиків, а також стимулювання й підготовка членів комітету до виходу на них. Для того, щоб успішно досягнути поставленої цілі, меблевий комітет СУП активно впроваджує сучасні технології у виробництва своїх учасників, а також активно співпрацює з міжнародними організаціями-донорами.

Великий вклад у стимулювання українських виробників до торгівлі закордон робить державна установа «Офіс з просування експорту України». Офіс був створений протягом 2018 року на базі консультативно-дорадчого органу «Офіс з просування експорту» при Мінекономрозвитку і розпочала свою самостійну роботу з підтримки українського бізнесу та просування українського експорту у грудні 2018 року.

Мета створення установи:

1. Розвиток експортних компетенцій українського бізнесу;
2. Промоція українських товарів та послуг за кордоном;
3. Допомога в налагодженні співробітництва та партнерства між українським та закордонним бізнесом;[10]

На сьогоднішній день діяльність ОПЕ спрямована за чотирма основними напрямками:

1. Консультування підприємств щодо виходу на міжнародний рівень, відкриття нових ринків, а також надання практичних рекомендацій для розвитку здатності до експорту й її потужності;
2. Освітній напрям задля підвищення кваліфікації й набуття знань та навичок українськими експортерами, що є необхідними для успішної міжнародної торгівлі;
3. Інформаційно-аналітична діяльність, що охоплює підготовку аналітичних звітів, дослідження потенційно цікавих ринків, аналітика секторів й регіонів тощо;

4. Допомога українським бізнесам у пошуку партнерів: торгові місії, нетворкінг заходи, експо тощо;

Поки що існування й діяльність офісу з просування експорту України забезпечується фінансовою підтримкою організацій-донорів, а саме Western NIS Enterprise Fund (WNISEF). Загалом, ОПЕ має достатньо чітке стратегічне бачення загальнодержавного розвитку перспективних галузей, присутнє розуміння важливості залучень капітальних інвестицій. І попри той факт, що меблеву галузь не включено до списку пріоритетних загальнонаціональних напрямків експорту, було прийнято рішення активно сприяти поліпшенню міжнародної меблевої торгівлі. Очікується, що ОПЕ надаватиме галузі підтримку й консультації з питань закупівель, а також регулювати певні аспекти взаємодії українських меблевих виробників з міжнародними партнерами.

Аналізуючи діяльність організацій, асоціацій, що займаються підтримкою розвитку меблевої галузі, стає зрозумілою важливість й величина вкладу міжнародних донорських організацій в підтримку України, у допомогу Україні в переході до ринкової економіки й долучення до міжнародної спільноти. Починаючи з часів після розпаду СРСР Україна, ставши незалежною суверенною державою, отримувала й продовжує отримувати допомогу від організацій-донорів, що на початку сприяли переходу України до нового устрою, а наразі допомагають все більше інтегруватися до світових ланцюгів створення цінності. Переоцінити важливість такої допомоги дуже складно, адже вплив донорів був і продовжує бути суттєвим для розвитку української державності, підприємств, нації. Українська меблева галузь не була виключенням, а отже вона також отримувала цільову допомогу від міжнародної спільноти й урядів держав у вигляді різноманітних програм підтримки й розвитку.

Усі програми підтримки можна поділити на 4 основні види:

1. Суто фінансова допомога;
2. Політичне консультування й рекомендації уряду щодо поліпшення бізнес-середовища, впровадження нових технічних і законодавчих норм, процесів;

3. Навчальні заходи, обмін успішним світовим досвідом;
4. Комунікаційні заходи для об'єднання українських підприємств з міжнародною спільнотою, утворення нових міжнародних партнерств тощо;

Найбільшими такими міжнародними донорами для України є Європейський банк реконструкції та розвитку, Міжнародна фінансова корпорація (IFC), а також Агентство США з міжнародного розвитку (USAID): вони надають пряму фінансову допомогу підприємцям, що є особливо важливими для МСП, які можуть бути обмежені в доступі до фінансових ресурсів. Свою допомогу надають у вигляді різноманітних фінансових інструментів таких як кредити, прямі міжнародні інвестиції (FDI) тощо.

Крім прямої фінансової допомоги, є дієвими міжнародні ініціативи, які допомагають країнам, що розвиваються, шляхом консультування й передачею досвіду. Ініціативи й проекти цього такої направленості здебільшого консультують не представників бізнесу, а державні або представницькі органи. Вони переслідують мету позбавлення бар'єрів, що є перепонами для розвитку підприємців.

Як правило, навчальні заходи, нетворкінг івенти, що мають на меті передачу сучасних знань, а також інтеграцію українських промисловостей й галузей у світову спільноту для створення нових ланцюгів постачання й міжнародної співпраці, відбуваються у форматі невеликих двосторонніх програм й покривають лише певні обрані галузі. Здебільшого ініціатива для створення подібних програм йде від іноземних асоціацій, діаспор, які бажають вибудувати партнерські відносини з відповідними українськими асоціаціями й організаціями. Таким чином вони намагаються відкрити для себе ринок України й знайти нових партнерів для ведення бізнесу. Як приклад, European Enterprise Network (EEN) [11] організувала декілька бізнес-місій в Україні й сприяє співпраці локальних підприємців з міжнародною спільнотою, допомагає знайти започаткувати нові бізнес-зв'язки, надає інформацію щодо пропозицій про співпрацю по різних напрямках: від науково-дослідних проєктів до

високотехнологічних підприємств. EEN таким чином діє за принципами торгово-промислових палат. І головне, що доступ до цієї інформації й пропозицій є повністю безкоштовним.

1.3. Історія розвитку меблевої галузі в світі

Для розуміння актуального становища меблевої галузі важливим є усвідомлення історії її розвитку, а також світового досвіду для створення стратегічного бачення подальшого розвитку меблевої галузі в Україні.

Історично існував прямий зв'язок від замовника та виробника: до кінця XIX століття люди здебільшого напряму зверталися до «кабінетних» майстрів-меблярів з замовленнями, які виконували їх у себе вдома чи в спеціально відведеному для цього приміщенні. Падіння прямого зв'язку між замовником та виробником, внаслідок швидкого розвитку роздрібною торгівлі наприкінці XIX століття, значною мірою стало можливим завдяки винаходу перших деревообробних верстатів, в основному парових. Однак все ще залишалося багато ручної роботи, і тільки великі виробники могли дозволити собі встановити новітні станки. На початку XX століття попит у «кабінетних» виробників у Британії та Європі все ще зберігався, проте потреба у вдосконаленні виробничого процесу спонукала їх до встановлення станків або машин, таких як циркулярні пили. Тим, хто не міг собі дозволити переобладнання, доводилося працювати в районах, де був доступ до спеціальних машин «під оренду» для певних робіт. Так у Лондоні були цілі вулиці, що були зайняті домами «кабінетних» виробників, яких зараз в українській меблевій галузі називають «гаражниками», часто по кілька в одному будинку, які виготовляли частини меблів. Ці чоловіки проводили обробку в торгових машинобудівних цехах, котрих було чимало. Меблеві магазини нічого не виготовляли самі, але виконували будь-яку обробку, що була їм підведена: пиляння, шпинделі, лиття, обточування, стругання тощо. Ці практики продовжувались до початку Першої світової війни та ще деякий час, хоча

більшість великих магазинів також мали свої майстерні, де вони виконували не лише певні підгоночні роботи й виготовляли не лише окремі предмети для покупців, але й меблі в кількості, яку можна було продавати масовими партіями.

На той час в США ринок виробництва меблів масового виробництва вже був досить розвинений, з основними виробничими центрами в Гранд-Рапідс, штат Мічиган; Джеймстаун, Нью-Йорк; і Хай-Пойнт, Північна Кароліна. "Гранд Рапідс" став брендом для недорогих меблів надійної якості. Меблеві фабрики лишалися на рівні невеликих, щонайбільше середнього розміру підприємств: через постійну потребу в деяких ручних операціях ніколи не ставали великими порівняно з виробничими підрозділами в таких галузях, як автомобілебудування чи сталеваріння. Проте новітнє обладнання та обсяг меблів, який вони були здатні виробляти, стали для них значною перевагою перед «кабінетними» майстрами, що досі продовжували виробляти меблі ручним способом під замовлення. Масове виробництво меблів стало можливим й почало займати більшу частину всього обсягу виробленої меблевої продукції у Великобританії та Європі в міжвоєнний період двадцятих та тридцятих років ХХ століття.

Післявоєнний час був важким, меблева індустрія не була винятком: нестача ресурсної бази та деревини під час та після Другої світової війни зробила умови надзвичайно важкими для меблевих виробників. Структурні зміни відбулися в 50-х роках ХХ століття: зруйновані економіки європейських держав поступово відбудовувалися, серед населення й бізнесу зростав попит на меблі, наслідками чого стали впровадження нових технологічних процесів, створенням нових станків для обробки деревини й виробництва меблів, використання нових матеріалів та оздоблень.

Станом на сьогоднішній день на Європу припадає близько чверті всього світового ринку меблів. Німеччина, Італія, Польща та Франція належать до перших 10 світових виробників і сукупно складають 13% частки світового виробництва. За прогнозами, Європа до 2024 року перевищить 200 мільярдів доларів. Зростання галузі пояснюється тим, що виробництво регіональних

гравців, що походять з заводів за межами регіону (наприклад, з Китаю), зростає за останнє десятиліття.

Зростаючі інвестиції в житлові будинки, підтримувані матеріальним та технологічним прогресом, пропонуючи інноваційні рішення та довговічність, сприяють зростанню ринку меблів. Швидка урбанізація разом із збільшенням наявного доходу, особливо в країнах, що розвиваються, позитивно впливає на розширення ринку житлових меблів.

США, Китай, Японія, Індія та Бразилія є одними з потенційних країн для зростання ринку. З показником імпорту у понад як 24,5 млрд. доларів, США є найбільшим світовим імпортером меблів. Житлове будівництво - це найбільш швидкозростаючий сегмент на будівельному ринку в Північній Америці. Низькі позикові ставки в поєднанні з великими споживчими витратами є одними з основних факторів, що робить регіон найбільш прибутковим для виробників меблів.

Азіатсько-Тихоокеанський регіон є найбільш швидкозростаючим регіоном у будівництві за рахунок зниження процентних ставок та зростання припливу прямих іноземних інвестицій. Зростаючий туризм, підтримуваний розширенням індустрії готельно-ресторанної справи, особливо в Таїланді, Індонезії та Малайзії, стимулює попит у комерційному секторі. Наприклад, за даними Міністерства туризму Індії [12], кількість туристів в країні зросла з 5,78 мільйона в 2010 році до 8,03 мільйона в 2015 році.

В Китаї такі фактори як підвищення рівня життя, збільшення наявного доходу серед населення, зростання купівельної спроможності сприяють інвестиціям у благоустрій та оздоблення домівок серед населення. Зниження цін на продукцію, що є наслідком зростання конкурентоспроможності на меблевому ринку країни, підтримує зростання меблевого бізнесу.

Європейська меблева промисловість включає в себе понад 130 000 компаній, генеруючи щорічний оборот близько 110 мільярдів доларів. Виробництво в ЄС задовольняє більшість внутрішніх потреб. У 2017 році регіон

споживав близько 85% від загального обсягу виробництва. Зростаючий попит на імпортні меблі обмежує частку місцевого ринку виробництва.

Очікується, що до 2024 року житловий сектор матиме щорічний темп приросту понад 5%. Потреба у розміщенні зростаючого населення стає все більш гострою, що, як очікується, стане головним драйвером розвитку ринком житла протягом прогнозованого періоду. Соціально-економічний розвиток разом із зростанням ринку нерухомості позитивно вплине на розширення галузі.

Висновки до розділу 1

Меблева промисловість є однією з провідних промислових галузей в Україні: в ній залучено до роботи більше 32000 робітників на понад 1300 різноманітних підприємств. Меблеву галузь в Україні можливо охарактеризувати як високофрагментовану: розміри й напрямки роботи виробництв варіюються від мікропідприємств на декількох осіб до великих меблевих фабрик, що налічують сотні робітників. Також особливістю української меблевої галузі є високий рівень тінізації промисловості: за оцінками експертів, неофіційно працюють від 40% до 50% всіх виробництв.

Визначними факторами для меблевої галузі є наявність ресурсної бази, а також доступ до ринків збуту. Головним висновком з проведеного дослідження, незважаючи на високу ймовірність неточності інформації, є спроможність й готовність лісових господарств забезпечувати меблевих виробників необхідною кількістю сировини для сталого розвитку галузі. В той же час, ринки збуту для українських меблевих підприємств досі лишаються складним питаннями, першочергово через слаборозвинену інфраструктуру та складнощі з логістикою, через які більшість меблевих виробництв вимушено обмежуються виключно локальними ринками.

Також важливим аспектом сталого розвитку галузі є доступ виробництв до кваліфікованої робочої сили. На жаль, на сьогодні українська меблева промисловість стикається з систематичним дефіцитом висококваліфікованих

робітників. На це є дві причини: низький рівень заробітних плат на робітничих вакансіях, а також непопулярність даної професії серед молоді. Номінально середня заробітна плата на меблевих виробництвах в період з 2015 по 2019 роки виросла на 169% (з 4065 грн на місяць до 10956 грн на місяць), проте досі лишається неконкурентоспроможною в порівнянні з рівнем заробітних плат в сусідніх державах, куди українські робітники виїжджають на заробітки. Другою причиною є непопулярність професії мебляра серед молоді: вона сприймається як застаріла професія з низькою доданою цінністю, без можливості творчої реалізації.

Причинами неорганізованості галузі є декілька: недостатня увага меблевій промисловості від попередніх урядів, концентрація уваги України як держави на експорту аграрної продукції, а також як сировинного експортера. Наразі питанням організації галузі, налагодження міжнародних контактів, покращенням українського бізнес-середовища займається Асоціація «Українська Асоціація Меблевіків».

Підбиваючи висновки першого розділу, лишається необхідність подальшого дослідження меблевої галузі, обґрунтування теоретичних й практичних засад функціонування промисловості, вивчення внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на формування галузі. Українська меблева галузь на сьогоднішній день має всі необхідні умови для сталого розвитку, а також значний потенціал як провідна галузь української промисловості.

РОЗДІЛ 2

АКТУАЛЬНИЙ СТАН РИНКУ ВИРОБНИЦТВА МЕБЛІВ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

2.1. Сучасний стан меблевої галузі та ринку споживання меблів в Україні

Ринок споживання меблів в Україні в своєму сучасному ринковому вигляді почав зароджуватися одразу після розпаду СРСР у 90-х роках минулого століття. Тоді це був хаотичний процес, оскільки ринкова економіка лише починала зароджуватися й ринок не був повністю готовим до змін й нового устрою.

Імпорт з європейських країн, насамперед з Італії та Німеччини, забезпечував потреби українського ринку у меблях найвищого сегмента, в той самий час як азійський імпорт, переважно з Китаю, створював пропозицію на українському ринку дешевих товарів. Історично місцеві українські меблеві фабрики задовольняли попит сегмента недорогих меблів, а також середнього цінового діапазону.

Азійський імпорт в минулому зміг зайняти свою долю ринку у сегменті найдешевших меблів, потіснивши українських виробників, оскільки в сегменті недорогих товарів з майже відсутнім дизайном китайські виробники мали найнижчу собівартість. Це було наслідком надзвичайно дешевої робочої сили в Китаї протягом 90-х років, а також на початку XXI століття. Проте починаючи з 2013 року, коли розрив у заробітних платах українських й китайських робітників почав скорочуватися, різниця у кінцевій ціні для споживачів почала зменшуватися, що дало змогу вітчизняним меблевикам збільшити свою конкурентоспроможність на місцевому ринку.

Попри все, продукція азійського виробництва все ще продовжує займати певну частину українського меблевого ринку (реалізація відбувається через велику кількість різних роздрібних каналів, враховуючи великі будівельно-

господарські мережі, а також продаж через мережу Інтернет). Проте на сьогоднішній день тиск та загрозу для українських виробників їхні азійські конкуренти складають значно меншу, ніж раніше. Меблі класу люкс, що історично здебільшого імпортувалися з Німеччини та Італії (головні іноземні представники цього класу українського ринку), у минулому займали більшу частину ринку. Наразі обсяг меблів, що експортуються з цих держав, зменшився, проте досі є домінуючим в high end сегменті. Цей сегмент, що є орієнтованим на тих споживачів, що найменше чутливі до змін доходів, девальвації національної валюти тощо, сьогодні складає не більше за 10%-15% від загального обсягу ринку споживання меблів в Україні.

Середній та середньо-низький цінові сегменти меблів в Україні представлені імпортом з Польщі, третьої країни в світі за обсягом експорту меблевої продукції.

Таблиця 2.1

**Обсяг імпорту меблевої продукції в Україну по країнах за роками,
млн. дол. США**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Італія	124	62,8	65,8	86,3	101,4	112,7
Китай	65,9	31,7	33,8	44,3	52,1	57,9
Німеччина	24,9	16,9	18,4	24,1	28,3	31,5
Польща	37,6	16,4	18,2	23,9	28	31,2
Інші країни	75,6	42,7	50,8	66,6	78,3	87
Разом	328	170,6	186,9	245	287,9	320,2

Джерело: складено автором на основі даних CSIL Milano - Centre for Industrial Studies

Із вищенаведених даних, оброблених Міланським Центром Індустріальних Досліджень, є очевидним, що імпортна меблева продукція становить близько 25%-30% від загального українського ринку споживання меблів. При цьому Італія є країною-лідером за обсягом експорту меблів до України: за останній рік

італійський імпорту склав 112,7 млн. дол. США й становив понад 35% від всього меблевого імпорту.

Незважаючи на доволі велику присутність імпортової продукції в відсотковому вираженні в українському меблевому ринку, ринок меблів України наразі можна охарактеризувати процесом імпортозаміщення. Процес заміщення імпорту було розпочато й продовжується в сегментах недорогих меблів та меблів середнього класу. Макроекономічна стабілізація держави на фоні девальвації національної валюти стали тими умовами, що забезпечили українськими меблевим виробникам можливості для зростання й посилення конкурентоспроможності. Тепер вітчизняні меблевики мають змогу запропонувати споживачам меблі достатньої якості й дизайну за відносно меншу ціну порівняно з закордонними виробниками.

Майбутні тенденції зміни кількості імпорту достатньо складно прогнозувати, проте цілком імовірним лишається той факт, що імпорту матиме велику залежність від зміни курсів валют.

Меблевий ринок в Україні сильно відчув на собі спад після складного економіко-політичного становища 2014 року. На це було декілька основних причин, що посприяли скороченню ринку меблів (хоча номінально він не зменшився):

1. Політична ситуація після незаконної анексії Криму та бойові дії у на сході України;
2. Високий рівень інфляції, фактор відкладеного попиту серед населення внаслідок нестабільності в країні;

Високі темпи інфляції, зменшення купівельної здатності населення й відкладання попиту призвели до стрімкого зростання реальних споживчих цін на меблі після кризового 2014 року.

Динаміка зміни споживчих цін на меблі й устаткування по відношенню до споживчих цін попереднього року

Рік	2013	2014	2015	2016	2017
Зміна споживчих цін на меблі, %	0,5	9,9	38,9	6,7	4,5

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України

Як можна побачити з таблиці, за 2015 рік споживчі ціни на меблі виростили на 38,9% відносно попереднього року. Починаючи з 2016 року ситуація має тенденцію до покращення й зменшення приросту реальних споживчих цін.

Головними факторами, що можуть мати позитивний вплив на збільшення споживання меблів й покращення умов ринку є:

1. Відкладений попит, що мав місце протягом кризового періоду, має тенденцію до повернення. Головною умовою для цього має стати макроекономічна стабільність держави й впевненість населення в завтрашньому дні;
2. Тренд зміни старих меблів на нові;
3. Поступове збільшення заробітних плат серед населення, а отже й купівельної спроможності;
4. Зростання будівельного бізнесу, особливо в великих містах України, може забезпечити збільшення попиту на меблеві товари;

Попри всі вищенаведені фактори, що сприяють зростанню ринку споживання меблів, ринок досі лишається значно меншим за середньоєвропейський: як за абсолютними показниками, так і за відносним показником споживання меблів на душу населення.

З цього можливо зробити висновок, що вітчизняний меблевий ринок має великий потенціал до зростання, проте необхідними умовами для зростання є забезпечення збільшення купівельної спроможності населення, впровадження тренду на заміну старих меблів новими, а також стабілізації макроекономічних показників держави.

Український меблевий ринок у кількісному вираженні наглядно продемонстрований в нижченаведеній таблиці.

Таблиця 2.3

Обсяг реалізованої меблевої продукції в Україні за роками

Роки	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Реалізовані меблів, млн. грн.	7662,6	9281,1	10801,9	14162,9	16647,9	18508,7
Зміна обсягу відносно попереднього року, %	-	21,1	16,4	31,1	17,5	11,2

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України

Виходячи зі статистичних даних Державної служби статистики України, загальний обсяг ринку меблевої продукції за 2019 рік склав трохи більше за 18,5 млрд. грн. Ці дані є офіційними, а отже не включають тіньову частину меблевого ринку, яка за оцінками експертів складає від 40% до 50% від «білої» частини. Тому в дійсності обсяг ринку за попередній рік може складати від 25,9 млрд. грн. до 27,75 млрд грн.

У 2016 році за офіційними даними меблевий ринок в Україні становив 10801,9 млн. грн., що є еквівалентом 381,82 млн. євро за середньорічним курсом НБУ станом на 2016 рік [13]. У 2019 році обсяги українського меблевого ринку склали вже 18508,7 млн. грн., що становить приблизно 639,3 млн. євро за середньорічним курсом НБУ станом на 2019 рік. Отже, можна зробити висновок, що попри складний кризовий період і макроекономічну нестабільність, ринок споживання меблів в Україні має помірний, проте стабільний тренд на зростання: за період з 2016 року по 2019 рік обсяги ринку зросли майже на 68%.

Зростання меблевого ринку не було випадковим. Існують певні фактори, що мають вплив на зміну його обсягу, як негативно, так і позитивно. Такими основними факторами є:

1. Кількість населення, рівень урбанізації;
2. Типи домогосподарств;
3. Наявність вільних фінансів серед населення;
4. Зведення нових житлових будинків;
5. Швидкість заміни меблів, традиції споживання й використання меблів;
6. Державні стимулюючі цільові програми;

На жаль, в питанні кількості населення Україна має негативний тренд. Останній перепис населення було проведено у 2001 році. Тоді було підраховано, що на території України проживає 48 млн. 457 тис. осіб. Надалі ситуація змінилася: за офіційними даними Державної служби статистики України на 1 січня 2013 року в чисельність наявного населення складала 45,56 млн. осіб. За останніми даними так званого «електронного перепису населення», що був проведений Кабінетом Міністрів спільно з Інститутом демографії та Держстатом, станом на 1 грудня 2019 року населення України становило 37 млн. 289 тис. осіб.

Основними причинами зменшення населення вважається еміграція з України (особливо відчутним відтік вважається серед молоді, що їде на навчання закордон й не повертається), військова агресія Росії проти України, незаконна анексія Криму, а також втрата контролю над східними регіонами.

Культура споживання меблів, а також основні тренди в ній, є факторами, що суттєво впливають на рівень кількості споживання, традиції використання, ставлення до імпорту й власної продукції тощо. Наприклад, попри найбільший обсяг імпорту, меблевий ринок Німеччини лишається дуже традиційним в питаннях вибору меблів виходячи з розуміння країни виробника. Найбільш сильно такі сталі традиції споживання меблів виражається в секторі кухонних меблів: ринок меблів для кухонь в Німеччині більше як на 90% представлений продукцією виключно німецьких виробників, німці надають абсолютну перевагу вітчизняним виробникам, коли справа стосується вибору кухонного устаткування.

Населення України також можна охарактеризувати наявністю певних традицій й очікувань, трендів, а також своїх особливостей. Основним параметром, що впливає на сприйняття й ставлення до меблевої продукції, для українського ринку є країна походження меблів: при виборі європейських виробників, споживачі сприймають їх продукцію високоякісною, з добре продуманим дизайном, в той же час як продукція українських та азійських виробників в українських споживачів сприймається як низькоякісна, слабкий або навіть повністю відсутній дизайн, проте набагато доступніша за продукцію європейських конкурентів меблевиків.

Протягом останніх років, коли ринок виробництва меблів в Україні проходить через структурні зміни й процес імпортозаміщення, розвитку й підвищення рівня власного виробництва, в сприйнятті споживачів й їхній споживацькій поведінці також відбуваються еволюційні процеси разом з тим, як вітчизняні виробники наближуються за якістю й дизайном до рівня конкурентів з Німеччини та Італії. Попри це, у різних гравців на ринку присутні відмінні розуміння й бачення даного ринку: європейські виробники, що реалізуються своєю продукцією на українському ринку, продовжують його сприймати як слабо розвинений, в той же час як вітчизняні підприємства сприймають його на середньому рівні.

Отже, основними факторами, що впливають на формування попиту на українському ринку, є:

1. Вартість продукції;
2. Актуальний, сучасний дизайн;
3. Сировина й матеріали, що використовуються для виготовлення продукції;

Роздрібні меблеві магазини все більше пропонують товарів, виконаних у сучасному стилі, з ергономічним й багатофункціональним дизайном, хоча пропозиція класичних меблів також лишається суттєвою й пропонує споживачам великий вибір. Традиційними меблями для вітчизняного ринку раніше були меблі, виготовленні з цільного масиву дерева, та на сьогодні обсяг пропозиції

такої продукції дедалі скорочується. Нині значну частку ринку становлять меблів, виготовлені з дерев'яних плит (найчастіше ДСП). Це пояснюється такими факторами:

1. Меблі, виготовлені з ДП, можуть запропонувати споживачеві велику різноманітність форм, стилів, комбінації з іншими матеріалами (такими як металеві елементи, скляні конструкції тощо) тоді як меблі з масиву дерева обмежені у варіації стилів, форм, кольорів;
2. Дешевизна виробництва меблів з ДП;

Таким чином під впливом вищезазначених факторів в Україні сформувався великий попит на меблі з деревинно-стружкових плит. Так само сформувався попит на меблі зі шпону, хоч вони є більш дорогими за меблі з ДСП.

Ціни завжди були і досі лишаються основним фактором вибору меблів, особливо на вітчизняному ринку, оскільки більша частина пропозиції продукції й попиту на неї знаходяться в дешевій та середній категорії. За ціновою політикою ринок меблів в Україні можливо просегментувати, розподіливши на такі сегменти:

1. High end сегмент: складає близько 15% від усього обсягу, даний сегмент представлений, хоч і не повністю, імпортною продукцією в відповідних меблевих салонах;
2. Середній прошарок: складає приблизно половину всього ринку, продаж відбувається через незалежні меблеві ательє, магазини;
3. Нижній прошарок: становить близько третини рику, продажі відбуваються через усі можливі канали;

High end сегмент до сьогодні задовольняє потреби споживачів здебільшого імпортною продукцією. На жаль, вітчизняні меблевики, за виключенням деяких, не можуть конкурувати з європейськими виробниками за рівнем якості та дизайну. Варто зазначити, що в цьому сегменті важливими фактором, що відрізняє західних виробників, є наявність у них сильного бренду (як за країною походження, так і за власною назвою виробника).

Як було зазначено раніше, в українському меблевому ринку наразі відбуваються структурні зміни, що характеризуються процесом імпортозаміщення. Найбільші зміни стосуються меблів середнього класу. Це стає можливим за рахунок державних програм цільового розвитку, переймання європейського досвіду, поліпшення якості продукції вітчизняних виробників.

Разом з тим лишається проблема відставання в розробці меблевого дизайну: більшість українських виробників досі не залучають до створення моделей сучасних дизайнерів. В результаті цього більшість українських меблів є майже ідентичними, схожими самі на себе, відсутній індивідуальних підхід до створення власного фірмового дизайну виробниками. В деяких випадках зустрічається відверте копіювання європейського дизайну, плагіаризм. Кінцевим результатом цього є відсутність бренду українських меблів, а також майже відсутній капітал брендів окремих виробників.

Проблема незалучення дизайнерів до процесу розробки й створення меблів є сильним бар'єром, що заважає українським виробникам вийти своєю продукцією у високий ціновий сегмент, а також відкрити для себе можливості на закордонних ринках Європи, Північної Америки, розвинутих країн Близького Сходу. Імовірно, ця проблема досі має сильне розповсюдження через такі основні причини:

1. Відсутність технічних умов та можливостей українських виробників виготовляти меблі з сучасним дизайном, нестача знань, умінь та устаткування для роботи з різноманітними новітніми матеріалами та комбінаціями з них;
2. Небажання молодих дизайнерів йти працювати у сферу меблевого виробництва, оскільки молоддю меблева сфера сприймається як застаріла галузь з малою доданою вартістю й слабкою віддачею від вкладених зусиль;

Наслідком слабого рівня розвитку промислового дизайну в Україні є низький рівень інвестування компаніями у розвиток власних брендів.

Нижній прошарок лишається суттєвим, найбільше представлений в областях з найнижчими показниками заробітних плат серед населення. Пропозиція в даному сегменті представлена меблевою продукцією локальних виробників («гаражників»), а також дешевою імпортною продукцією, переважно з території Китаю.

Пропозиція меблів на вітчизняному ринку доноситься до кінцевих споживачів й задовольняє їхній попит через певні роздрібні канали. Система збуту в Україні лишається недорозвиненою, відчутно відстає від європейських. Причинами цього є:

- Задоволення попиту споживачів малими та середніми підприємствами (враховуючи тих, що працюють неофіційно), що реалізують свої товари напряму без посередників, чим не дають розвиватися меблевим кластерам й системі меблевого збуту в цілому;
- Слабо розвинуті мережі збуту, невідповідність їхньої кількості до потреб ринку;
- Наявність великих будівельно-побутових торговельних центрів, що продають меблі, тільки у великих містах;
- Мала кількість брендівих магазинів, які реалізують брендову продукцію відповідних виробників;

Вуличні ринки досі займають значну долю меблевого ринку. На них відбувається продаж й отримання замовлень безпосередньо від клієнтів до виробників. Таким каналом продаж користуються здебільшого мікропідприємства, оскільки він є єдиною їхньої можливістю донести свою пропозицію до населення в умовах обмеженості ресурсів.

Незалежні дистриб'ютори продають продукцію по всій державі. Майже завжди малі меблеві магазини є мультибрендовими, реалізують продукцію різноманітних меблевих фабрик, що не мають власного бренду серед споживачів. У високому сегменті існують фірмові магазини, що представляють

товари лише певного відповідного виробника, проте їх кількість лишається невеликою.

Великі мережі й крупні дистриб'ютори присутні. Особливо великими гравцями меблевого ринку є будівельно-побутові магазини, найбільш відомими й розповсюдженими представники цього класу є «Епіцентр» та «Нова лінія». Такі торговельні мережі пропонують широкий асортимент різноманітної продукції для дому, у тому числі й меблі. В останні роки продажі меблів через такі мережі зростає. Здебільшого меблева продукція й фурнітура представлена українських виробників, проте також присутній імпорт з Китаю. Такі торговельні мережі створюють пропозицію недорогих доступних товарів з націлюванням на масового споживача.

Новим представником мережі магазинів з меблями й товарами для дому в Україні є ІКЕА. Наприкінці 2017 року ІКЕА оголосила про наміри вийти на український ринок. Це рішення було зумовлене високим попитом на доступні товари і рішення для дому в Україні, а також прагненням компанії змінити на краще повсякденне життя багатьох українців. Компанія давно планувала свій вихід на український ринок, а в 2017 році анонсувала прийняття бізнес-рішення щодо відкриття своїх магазинів на території України. Провівши маркетингові дослідження й аналіз, спеціально для українського ринку ІКЕА розробила й впровадила формат міських магазинів (на відміну від світової практики ІКЕА у вигляді побудови великих мегамаркетів, що, здебільшого, знаходяться за межами міст), що стали одними з перших міських магазинів ІКЕА в світі.[14] Поява такого нового гравця міжнародного рівня як ІКЕА на українському ринку є серйозним викликом для місцевих мереж, що має стати стимулом для посилення конкуренції з боку вітчизняних виробників й роздрібних мереж. Наразі надати однозначні точні прогнози щодо зміни кон'юнктури ринку, споживацької поведінки населення після появи ІКЕА є неможливим, оскільки для українського ринку ІКЕА використовує новий підхід і нову бізнес-модель, тому вплив можливо буде оцінити в найближчому майбутньому.

Новим каналом збуту, до якого український ринок тільки починає призвичаюватися, стали онлайн-продажі. Останніми роками цей канал продажі має щорічний приріст у 20%-25% у вартісному вираженні проданої продукції, а також приріст розміром у 10%-15% за обсягом продаж. Цей канал не є типовим, адже традиційно споживачі звикли обирати меблі, маючи змогу побачити їх особисто, відчутти на дотик, перевірити якість усіх її елементів. Проте цінова конкуренція, яку ведуть онлайн магазини меблів, стала тим фактором, що дозволив цьому каналу закріпитися на українському ринку: у таких магазинах відсутні витрати на оренду великих залів для виставлення меблів, що значно зменшує собівартість ведення діяльності, знижуючи кінцеву ціну для споживачів. Через такі канали продаються товари середнього, а також середньонизького сегментів. Ринок продажів онлайн має великі перспективи для зростання, проте факторами, що стримують його розвиток, є дуже дорога логістика, а також відсутність досвіду й навичок інтернет-продажів серед фахівців меблевої галузі.

2.2. Світовий ринок меблів, глобальні тенденції світової меблевої індустрії, роль України у міжнародному контексті

Обсяг світового ринку меблів у 2019 році було оцінено на рівні 504,1 млрд. дол. США. Щорічний приріст складає й надалі очікується на рівні 5,1% річних в період з 2020 по 2024 рік. Постійне зростання ринку пояснюється багатьма факторами, що напряду чи опосередковано впливають на ринок споживання меблів:

- Збільшення кількості населення людства;
- Економічний підйом будівельного бізнесу та ринку нерухомості, що відновився після світової кризи 2008-го року;
- Здешевлення пасажирських перевезень, що сприяє розвитку туризму й готельно-ресторанного бізнесу;

- Збільшення державних інвестицій у розвиток інфраструктури, що сприяє попиту житлового та комерційного сектору, чим збільшує попит на меблеву продукцію;

Наприклад, уряди країн Близького Сходу, особливо уряд Саудівської Аравії, зосереджуються на розвитку нерухомості за допомогою капітальних інвестицій у різні житлові і комерційні проекти, що в майбутньому будуть сприяти розвитку економіки. Крім того, високий рівень інвестицій в сферу туризму, охорони здоров'я та освіти призвели до поширення будівельної галузі в Саудівській Аравії, яка, як очікується, згодом призведе до збільшення попиту зі сторони населення на меблеву продукцію. [15]



Рис. 2.1. світовий ринок споживання меблів за роками у грошовому вираженні

Джерело: складено автором на основі офіційних даних Grand View Research

Незважаючи на нерівномірність розподілу зростання, меблевий ринок має тренд на збільшення по всьому світу, що створює нові можливості для меблевих виробників незалежно від регіону перебування виробника:

- В регіонах, що розвиваються, в яких у населення збільшується купівельна спроможність, споживачі починають витратити на меблеву

устаткування власних осель в декілька разів більше, ніж раніше (наприклад, Угорщина, Литва, Індія, В'єтнам тощо);

- В розвинених державах так само фіксується зростання рівня споживання меблів. Найкращими прикладами таких розвинутих ринків, що продовжують зростати, є ринок США та ринки деяких європейських держав (таких як Велика Британія);

Увесь світ можливо умовно поділити на регіони, для яких характерні певні спільні особливості розвитку меблевого ринку (наприклад, швидкість зростання, відкритість до імпорту, традиції споживання меблів тощо):

- Азійський регіон та Океанія;
- Африканський регіон;
- Європейський регіон;
- Північноамериканський регіон;
- Південноамериканський регіон;
- Близький Схід;

Азійський-Океанійський регіон характеризується найбільшими темпами зростання в світі. Особливістю даного регіону також є закритість до іноземного імпорту: на імпорту продукцію в Азійсько-Океанійському ринку припадає менше 3% від загального рівня споживання меблів. Цей регіон забезпечує внутрішній попит продукцією власного виробництва.

Більша частина цього регіону формується за рахунок споживання й виробництва Китаю. Перспектив та можливостей для меблевих виробництв у цьому регіоні є більше, ніж в будь-якому іншому, проте має деякі обмеження:

1. Рівень конкуренції є дуже високим;
2. Поступове зростання заробітної плати протягом останніх років збільшує собівартість виробництва, що обумовлює складнощі в ціновій конкуренції в сегменті недорогих меблів;
3. Зменшення власних природних ресурсів створює складнощі для виробників, а також обумовлює залежність меблевих виробництв від дорогої імпортової деревини;

Другим регіоном в світі за рівнем споживання меблів є Європейський. Європейський регіон характеризується високим рівнем інтеграції держав-членів ЄС. Останніми роками попит на меблі стабільно зростає. Значною мірою збільшення європейського меблевого ринку зумовлене економічним зростанням таких держав як Естонія, Литва, Польща, Угорщина. Також великою частиною Європейського меблевого регіону є Туреччина.

Третім регіоном у світі за обсягом є Північноамериканський. Наразі в США та Канаді (двом першим країнам цього регіону за обсягом меблевих ринків) простежується тренд на збільшення споживання меблевої продукції. Даний регіон характеризується високим рівнем інтеграції й торгівлі серед держав-членів NAFTA. При цьому більша частина попиту задовольняється за допомогою імпоротної продукції, здебільшого азійського походження.

Основою стабільності економічного зростання Північноамериканського регіону є потужна економіка США з її високим рівнем заробітних плат, низьким рівнем безробіття. Проте варто зазначити, що політична нестабільність й невизначеність стають тими факторами, що негативно впливають на споживчу поведінку населення й місцеві виробництва.

Близький Схід починаючи з кінця XX століття є швидкозростаючим регіоном, хоч у глобальному контексті займає невелику частину світового меблевого ринку (на рівні 3-4%). Місцевих виробників дуже мало, а отже багаті ринки країн Близького Сходу задовольняють попит дорогою європейською імпоротною продукцією, в той час, як країни Близького Сходу, що розвиваються, активніше споживають імпорт з Китаю. Причинами збільшення споживання в даному регіоні можна назвати збільшення чисельності й платоспроможності населення, а також розвиток туристичної сфери. Серед негативних факторів, що стримують розвиток регіону, варто зазначити політичну напруженість й непостійність цін на нафту.

Південноамериканський регіон має великий запас природних ресурсів, що дає можливості для розвитку місцевим меблевикам. Деякі з локальних виробників орієнтовані на експорт до країн Північної Америки, зважаючи на

попит, що зростає в США та Канаді. На жаль, економічно-політичні складнощі й несаможиттєвість регіону стають завеликими перепонами для країн Південної Америки до розвитку. Хоча в цілому ситуація в Південній Америці має тенденцію до поліпшення, регіон не матиме великих перспектив для подальшого розвитку доки політична криза в регіоні не буде подолана.

Африканський регіон лишається найменш розвинутим, хоча перспективи для зростання у ньому зберігаються. Від загального світового ринку Африка має близько 2% усього споживання. Найбільшим гравцем даного регіону є ПАР, друге місце поділяють між собою Єгипет та Нігерія.

Зважаючи на розвиток глобального ринку й індустрії, зміну пріоритетів й традицій споживання, варто відмітити які глобальні тенденції наразі присутні у світовій меблевій галузі, а також напрямок розвитку галузі.

На сьогодні чітко простежуються основні тренди, що стануть тими факторами, які зумовлять напрямок розвитку всієї галузі у найближчому майбутньому:

1. Відхід від ручної праці, перехід меблевих виробництв на «Індустрії 4.0» – автоматизація усіх виробничих процесів, злиття їх в одну єдину саморегульовану систему з якомога меншим чи повністю відсутнім людським втручанням [16];
2. Рециркуляція виробництв й економіки – галузь спрямовується на відповідальне використання природних ресурсів, відбувається переорієнтація на виробництво продукції з переробленої деревини й пластин, перехід до використання нових матеріалів;
3. Зменшення терміну використання меблевої продукції – відбувається зміна споживацької поведінки серед населення, споживачі починають змінювати меблі частіше, ніж робили це раніше. На зміну споживання впливає глобалізаційні процеси, що зумовлюють міграцію населення, пришвидшення економіки й швидкості споживання, вплив моди на стиль й дизайн меблів тощо;

4. Екологічність – меблеві асоціації підписують нові домовленості й впроваджують нові стандарти екологічності й безпечності меблевої продукції (як для користувачів, так і для навколишнього середовища);
5. Поява пунктів сортування й переробки вживаних меблів;
6. Впровадження нових видів послуг таких як оренда меблів;
7. Використання у виробництві 3-D принтерів;
8. Нестача кваліфікованого персоналу – один з головних викликів меблевої галузі ХХІ століття: глобалізаційні процеси, зміна сприйняття індустрії, непопулярність серед молоді створюють суттєвий кадровий дефіцит, що може стати на заваді успішному розвитку галузі в майбутньому;
9. Повсемісне залучення дизайнерів до процесу створення нової меблевої продукції: співпраця меблевиків з дизайнерами дає змогу виробникам створювати для споживачів більшу цінність шляхом поліпшення дизайну й слідування модним трендам;
10. Електронна комерція – використання Інтернету відкриває нові можливості для роздрібної торгівлі, це робить меблеву продукцію доступнішою для споживачів, зближуючи магазини й покупців зі всього світу;

Вищенаведені тренди є узагальненим баченням напрямку розвитку меблевої промисловості, а також зміни споживацької поведінки. Проте кожен регіон характеризується певними локальними особливостями, що є характерними саме для нього.

Європейський регіон є одним з найбільших споживачів меблів в світі, поступаючись лише Північноамериканському. Він задає тренди для всього світу, українська меблева галузь спрямовується на впровадження технологій й принципів у виробництві й продажу за прикладом європейських колег, а отже для визначення подальшого розвитку ринку виробництва меблів в Україні є необхідним розуміння трендів європейського ринку споживання. Виробники

реагують на зміни в попиті, підлаштовуючи пропозицію під динамічні ринкові умови.

Новим запитом ринку до виробників є мультифункціональні меблі як відповідь на зміну звичок у споживанні й тенденцію зменшення площі житла в світі. Площа житла середньостатистичного домогосподарства в світі стає меншою, а саме в Європі, що створює попит на меблі, які могли б задовольнити потреби споживачів у меншому просторі. Цей тренд впливає на всі сегменти меблевої продукції. Для забезпечення потреб населення, виробники поповнюють асортименти своєї продукції розсувними столами, розкладними ліжками, багатофункціональними висувними елементами тощо. Це стосується не лише домашніх меблів, а також сегменту офісних меблів: розуміння зовнішнього вигляду й меблевого устаткування офісних приміщень еволюціонує, вимагаючи більш зручних меблів, що забезпечують відчуття відкритого простору у закритому приміщенні, комфортність перебування на робочому місці, сучасний дизайн, що підходить як для неформальних зустрічей, так і для ведення формальних перемовин. Особливо змінилися потреби в сегменті офісно-домашніх меблів. Через розвиток технологій робоче місце сучасного співробітника виглядає по-іншому: відбувається перехід від великої кількості офісного приладдя до мінімальної кількості комп'ютерів та гаджетів, меблі переорієнтовуються з задачі приховування великої кількості дротів під створення робочої атмосфери, яка гармонійно вписується за розміром й стилем в домашній інтер'єр, а також налаштовує користувача на роботу.

Новим трендом у споживанні меблів є потреба населення у «розумних» меблях: вбудовані монітори в столи й шафи, зарядні роз'єми у м'яких меблях тощо. Новітні технологічні інтеграції в меблях є продовженням потреби людей у збільшенні функціональності меблів.

З кожним роком загострюється екологічне питання, особливу увагу якому приділяють в країнах-членах ЄС. Крім вимог органів, що регулюють виробничу діяльність, щодо безпеки виробів, а також їхньої екологічності, самі споживачі стають все вимогливішими до матеріалів, з яких вироблені меблі, все більше

цікавляться походженням й легальністю сировини. Все більше віддається переваги натуральним нетоксичним лакам та клеям, натуральним тканинам, особливо в верхньому та середньому цінових сегментах.

Одним з найважливіших факторів, що створюють додану цінність для вибагливих європейських споживачів, є дизайн та ергономіка меблевої продукції. Виробники напряму співпрацюють з дизайнерами, використовують й поєднуються широкий спектр матеріалів в одному виробі (таких як скло, метал, епоксидна смола, натуральне й штучне каміння тощо). Такий підхід до створення меблів забезпечує ринкову перевагу виробникам в висококонкурентному середовищі європейського меблевого ринку.

Також основним дизайнерським трендом меблевого ринку в Європі є використання матових поверхонь замість глянцевих. Найбільшого успіху зазнають ті поверхні, що мають стійкість до механічних подряпин й пошкоджень. Наразі функціональність поверхонь стає важливішою, особливо в сегменті кухонних меблів.

Крім виконання функціональних потреб, споживачі мають запит щодо можливості створення індивідуального стилю інтер'єру свого помешкання. Тому можливість персоналізувати меблі під замовника (конфігурування кількості одиниць, підбір кольорів, візерунків, тканин, фінішних плівок тощо) є важливою умовою успіху серед населення.

На жаль, роль України на міжнародному ринку, попри виробничий потенціал держави, лишається достатньо незначною: як за рівнем виробництва, так за рівнем споживання. Передусім це пов'язується з економічною нестабільністю держави, а також зі слабкою міжнародної співпрацею. Українська меблева галузь слабо інтегрована в світовий ринок, через що раніше більша частина всієї продукції, що вироблялася на території України, лишалася всередині держави й задовольняла лише місцевих споживачів. Результатом цього було традиційно від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі меблями, а Україна в минулому мала статус держави-імпортера меблевої продукції.

Торговельне сальдо у меблевому секторі України по роках

Рік	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Імпорт, млн. дол. США	449,1	452,9	326,8	170,7	213,2	257	324,2
Експорт, млн. дол. США	397,9	419,3	412,3	299,6	397,2	542,3	625,8
Торговельне сальдо	-51,2	-33,6	85,5	128,9	184	285,3	301,6

Джерело: складено автором на основі офіційних даних Державної служби статистики України

Як видно з вищенаведеної таблиці, в Україні починаючи з 2014 року через девальвацію національної валюти вітчизняна продукція стала дешевшою для міжнародних імпортерів, через що українські меблі набули конкурентоздатності на міжнародному ринку. Наразі торговельне сальдо у меблевої галузі є позитивним й має сталий тренд на збільшення.

Експорт становить близько 40% всього офіційного обсягу виготовлення меблів в Україні. Але враховуючи, що значна частина українського виробництва знаходиться поза обліком й є неофіційною, реальні відсоткові обсяги експорту є меншими.

Великих втрат український експорт зазнав після втрати значної частини російського ринку. До 2014 року ринок РФ складав більшу частину всього експорту України. Після 2014 року українські меблевики почали переорієнтовуватися зі Сходу на Захід, тому наразі за даними ресурсу FAQinDecor [17] топ-5 напрямків експорту меблів з України складають:

1. Польща;
2. Німеччина;
3. Данія;
4. РФ;
5. Білорусь;

2.3. Фінансові перспективи розвитку ринку меблевої галузі в Україні в призмі експортоорієнтованості

Для подальшого розвитку ринку меблевого виробництва в Україні є необхідним стратегічне бачення, що включає в себе розуміння актуального стану меблевої галузі, її потенціалу, а також можливостей для розвитку.

Українська меблева галузь має значні перспективи для зростання. Для цього протягом останніх років були сформовані необхідні умови: український меблевий сектор успішно витримав кризовий період у 2014-2016 роках, всесвітні та локальні українські організації займаються структурним розвитком галузі, міжнародні програми підтримки та обміну досвідом полегшують українським меблевим виробництвам започатковувати нові бізнес-зв'язки та інтегруватися в міжнародний меблевий ринок. Великим викликом для української меблевої промисловості була втрата більшої частини російського ринку після незаконної анексії Криму. Як внаслідок вітчизняна галузь спромоглася ефективно переорієнтуватися зі Сходу й торгівлі з країнами-членами СНД на інтеграцію в європейський та світовий меблеві ринки.

Концептуально подальший розвиток меблевого ринку України поділяється на два шляхи:

1. Розвиток внутрішнього ринку виробництва й споживання меблів;
2. Подальша інтеграція в міжнародні ланцюги створення цінності, експортоорієнтованість галузі;

Український внутрішній меблевий ринок протягом досліджуваного періоду (див. таблицю 2.3) характеризується стабільним щорічним зростанням загального обсягу реалізованої продукції на 19,46% в середньому. При цьому починаючи з 2014 року український меблевий ринок характеризується процесом імпортозаміщення, перш за все в сегменті недорогих меблів та меблів середнього цінового сегменту. На сьогоднішній день внутрішній ринок складає 18,5 млрд. грн. офіційно й близько 25,9-27,75 млрд. грн. з врахуванням тіньової частини меблевої галузі. За оцінками експертів внутрішній меблевий ринок з 2020 по

2024 рік буде зростати помірними темпами: очікується приріст на рівні 10% в середньому на рік.

Хоч локальний ринок і має потенціал до розвитку, проте загальний обсяг досі лишається достатньо низьким, на рівні приблизно 1 млрд. євро за середньорічним курсом НБУ. Незважаючи на відносно велике очікуване ринкове зростання наступними роками в розмірі 10% річних, в абсолютних величинах український внутрішній ринок споживання меблів в порівнянні з міжнародним є малим й недорозвиненим, а перспективи зростання обмеженими. Обмежуючи стратегію розвитку галузі лише внутрішнім ринком, індустрія матиме відносно низькі показники зростання в абсолютних показниках. В той же час хоч світовий ринок меблів має прогнози на зростання до 2024 року з середньорічним приростом у 5%, в абсолютних величинах це означає приріст у 25,2 млрд. дол. США вже у 2020 році (див. рис. 2.1).

Отже, найбільшими фінансовими перспективами для української меблевої галузі є поглиблення інтеграції у світові ланцюги створення цінності, міжнародна торгівля, орієнтація меблевої галузі на експортну діяльність, відкриття нових ринків та закріплення на них.

Протягом досліджуваного періоду (див. таблицю 2.4) зовнішнє торгівельне сальдо України у меблевому секторі змінилося з від'ємного на додатне, а загальний обсяг експорту в період з 2015 по 2018 роки збільшився на 108,9%, тим самим закріпивши за Україною на міжнародній арені статус країни-експортера меблів. Це свідчить про зростання значимості української меблевої продукції на світовому ринку й збільшення попиту на українські меблі.

Важливим питанням стає питання вибору найперспективніших ринків, куди українські меблеві підприємства зможуть успішно продавати свою продукцію. Також важливим аспектом є диверсифікація потенційних ринків, щоб захистити український експорт від можливих негативних структурних змін в окремих державах або регіонах. Для вибору найбільш перспективних ринків було розглянуто світовий меблевий ринок у розподілі за регіонами: Азія, Європа, Африка, Близький Схід, Південна Америка та Північна Америка.

Найменш привабливими регіонами для українського експорту є ринки Африки, Південної Америки та Близького Сходу. Хоч дані регіони є високоперспективними й недооціненими, а також мають стійку тенденцію до зростання, проте обсяг споживання меблевої продукції лишається на доволі низькому рівні. Також існують логістичні складнощі в торгівлі з даними регіонами, що стримує міжнародну торгівлю в даних регіонах. Отже, Африканський регіон, Південноамериканський регіон та Близький Схід не є серед списку пріоритетних перспективних ринків для розвитку українського меблевого експорту.

Таблиця 2.5

Структура меблевих ринків в трьох основних регіонах

Структура ринку	Азія	Північна Америка	Європа
Власне виробництво, %	98	66	83
Імпорт, %	2	34	17

Джерело: складено автором на основі офіційних даних Western NIS Enterprise Fund

Серед трьох найбільших за обсягом меблевих ринків регіонів, а саме Європейського, Північноамериканського та Азійського, найбільші темпи зростання характерні для меблевого ринку Азії: з 2011 по 2017 рік ринок споживання меблів в Азійському регіоні збільшився з показника в 150 млрд. дол. США до показника в 200 млрд. дол. США, що склало 33% чистого приросту. Проте, як видно із вищенаведеної таблиці, Азійський регіон характеризується дуже низьким рівнем проникнення імпорту, що є наслідком протекціоністської політики основних держав регіону (Індії та Китаю), а також місцевої культури споживання й традицій. Також майже весь імпорт, що потрапляє в Азійський регіон, є продукцією дорогого цінового сегменту, переважно італійського та німецького виробництва. Дешевий та середній сегменти представлені майже виключно локальними виробниками, українська продукція є неконкурентоспроможною. Тобто меблевий ринок Азії здебільшого імпортує продукцію high end сегменту, яка є найменшою частиною всієї меблевої галузі

України. Отже, Азійський регіон не є систематично привабливим для української меблевої галузі як потенційний експортний ринок.

Меблеві ринки Північноамериканського та Європейського регіонів лишаються найбільш привабливими для української меблевої промисловості. Рівень проникнення імпорту на цих ринках, як зазначено в таблиці 2.5, складає 17% на Європейському й 34% на Північноамериканському відповідно, що характеризує ці ринки як високоінтегровані, відкриті до міжнародної торгівлі й співпраці. Ці ринки є двома найбільшими в світі за обсягом споживання й складають разом понад 48% загального обсягу світового меблевого ринку: станом на 2019 рік сума ринків споживання меблів у двох вищезазначених регіонах становила 246,9 млрд. дол. США. Також українська меблева продукція вже є представленою на ринках даних регіонів й стає дедалі популярнішою, про що свідчить зростання рівня українського меблевого експорту протягом 2015-2018 років на 108,9% (див. табл. 2.4).

Виходячи з розуміння ринкових умов, відкритості до імпорту, обсягів внутрішніх ринків й прогнозованих приростів, традицій та споживацької поведінки, враховуючи важливість диверсифікації експортних ринків та ризиків, було складено список найперспективніших країн для українського меблевого експорту. Цими країнами є: США, Канада, Польща, Німеччина, Велика Британія, Франція, ОАЕ та Саудівська Аравія.

Об'єднані Арабські Емірати та Саудівська Аравія є країнами, що належать до умовного меблевого регіону Близький Схід. Хоч сам регіон не є привабливим для просування українського експорту, проте саме ці дві держави мають дуже великий потенціал. За даними статистичної платформи Statista [18] у 2020 році ОАЕ та Саудівській Аравії прогнозують 2,35 млрд. дол. США та 16,84 млрд. дол. США з щорічним приростом на 7,6% протягом 2020-2023 років. Це є найбільші темпи зростання в світі (одразу після ринку Китаю). Крім великого швидкозростаючого ринку ці країни особливі тим, що місцеві меблеві виробництва майже відсутні, а внутрішнє споживання більше як на 94% задовольняється за рахунок імпорту меблевої продукції. Дані дві країни входять

у десятку найбільших імпортерів меблів в світі. Також на даних ринках меблева продукція українського виробництва цінується на рівні з європейською, а отже є конкурентоспроможною. Отже, ОАЕ та Саудівська Аравія є перспективними експортними ринками для української меблевої промисловості.

США та Канада є основою умовного Північноамериканського меблевого регіону. Ці дві країни є одними з найперспективніших експортних ринків для української меблевої галузі. Ці дві країни становлять одночасно і найбільшу частину світового ринку меблів, так і найбільшу частку світового меблевого імпорту. Наразі сегмент недорогих меблів в цих країнах потребує нових поставок після зменшення імпорту дешевих меблів з Китаю, а отже відкриває для України перспективи започаткування нових бізнес-зв'язків й інтеграції в ланцюги створення цінності.

Експорт до європейських держав завжди був пріоритетним. Серед найперспективніших країн для українського меблевого експорту саме Німеччина, Велика Британія та Франція. Ці три держави є найбільшими в Європейському меблевому регіоні за обсягами споживання меблевої продукції. Хоч темпи зростання ринків цих держав очікуються на рівні 0,7% протягом 2020-2023 років, проте загальний обсяг ринків споживання становить близько 183,2 млрд. дол. США. Отже, ринки є великими та відкритими, що робить їх фінансово перспективними для української меблевої галузі.

Окремо варто виділити ринок Польщі. За даними статистичної платформи Statista [19], обсяг польського ринку меблів в 2020 році очікується на рівні 7,1 млрд. дол. США. Хоч ринок є відносно невеликими (при цьому більшим від українського в 7 разів), проте найшвидше зростаючим в усьому Європейському регіоні: річний приріст протягом 2020-2023 років очікується на рівні 4,6%. Варто відзначити, що польська меблева промисловість на 80% працює на задоволення європейського експорту, що лишає фінансові перспективи для українських виробників в призмі задоволення внутрішнього польського меблевого попиту.

Для вможливлення подальшого розвитку зовнішньої торгівлі меблевою продукцією, а також реалізації фінансових перспектив розвитку ринку

виробництва меблів в Україні, є необхідним визначення чинників, що впливають на зовнішню економічну діяльність українських підприємств. Наразі систематизація факторів впливу на зовнішню економічну діяльність вітчизняних виробників є нечіткою, оскільки швидкозмінні особливості зовнішніх умов роблять доволі складним процес встановлення зв'язків між успіхом на міжнародному ринку української продукції та окремими соціально-економічними, виробничими та політичними факторами. Таким чином на сьогодні чинники впливу на зовнішню економічну діяльність промислових підприємств мають потребу в подальшому вивченні.

Умовно фактори впливу на зовнішню економічну діяльність промислових підприємств можна поділити на:

1. Кількісні фактори;
2. Якісні фактори;

Кількісні фактори – це фактори, які піддаються числовому кількісному вираженню, як-от рівень капіталоозброєності підприємств, загальний обсяг виробництва продукції, кількість робітників, що працевлаштовані в меблевій галузі, обмінний курс валют, наявність та вартість сировини тощо.

Якісні фактори – це ті фактори, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність підприємств, проте не можуть бути виражені в числовому форматі, як-от загальний бренд України як держави, бренд України як держави-виробника меблів, бренд певного конкретного підприємства, рівень задоволеності існуючими партнерськими стосунками з українськими виробниками, суб'єктивна оцінка якості та дизайну української продукції, традиції та особливості споживання меблів в певному регіоні, якість підготовки фахівців з міжнародного співробітництва на підприємствах, бажання та спроможність українських виробників вести зовнішню економічну діяльність тощо.

Для подальшого дослідження й проведення моделювання було обрано такі кількісні фактори: загальний обсяг українського експорту, інтегральний показник міжнародної торгівлі проєкту Doing Business по Україні, офіційний курс гривні щодо долара США, середньозважену світову ціну на нафту,

загальний обсяг заготівлі деревини в Україні, загальний обсяг заготівлі ділової деревини в Україні.

Висновки до розділу 2

Меблевий ринок в Україні в сучасному ринковому вигляді почав формуватися в 90-х роках ХХ століття, а сама система галузі, канали збуту й принципи виробництва були успадковані з планової радянської економіки. Наразі досі лишається необхідність розвитку галузі та ринку, лишаються слабкі місця: пострадянські несистематизовані канали збуту, слаборозвинена інфраструктура, проблеми з логістикою тощо. Варто зазначити, що після кризового періоду 2014-2015 років українська меблева галузь перейшла в новий етап, ринок меблевого споживання активно розвивається.

Внутрішній ринок споживання меблів в Україні є залежним від імпоротної продукції, яка на сьогодні за оціночними даними складає близько 30%. Найбільшими країнами за обсягом експорту меблів до України історично завжди були й лишаються Італія, Німеччина, Польща, а також Китай. Продукція німецького та італійського виробництва здебільшого задовольняє попит в найвищому ціновому сегменту ринку. Середній ціновий сегмент імпорту представлений продукцією польського виробництва. Дешевий сегмент імпоротної продукції представлений польськими та китайськими виробниками.

Варто зазначити, що ринок споживання меблів в Україні розвивається, відбуваються структурні зміни: після 2014 року ринок характеризується імпортозаміщенням; відбувається вхід на вітчизняний ринок великих міжнародних компаній (ІКЕА); збільшує свою частку роздрібна торгівля через мережу Інтернет тощо.

Місцями росту для української меблевої галузі досі лишаються: розвиток каналів продажу, відхід від ринкової та вуличної торгівлі; ринок логістичних послуг, що розвивається; поступова поява великих будівельно-побутових гіпермаркетів, що продають меблі, за межами великих міст.

Світовий ринок споживання меблів постійно зростає, а світова меблева індустрія розвивається. Станом на 2019 рік його загальний обсяг склав близько 504 млрд. дол. США (в той же час, за експертними оцінками, український внутрішній ринок склав близько 1 млрд. дол. США). Найбільшими перспективами для розвитку української меблевої галузі наразі є перспективи для виходу на світові ринки, започаткування нових бізнес-зв'язків, подальша інтеграція в міжнародні ланцюги створення цінності. Факторами фінансового успіху української меблевої галузі є: успішний попередній досвід експортування продукції закордон; нижчі ціни на продукції українського виробництва, ніж європейського чи американського; покращення міжнародної комунікації, розвиток економічних відносин з європейськими та американськими партнерами, спільні торговельно-економічні місії; відносно висока якість, що відповідає європейським стандартам; нова продукція, яка в змозі замінити ту, що втратила популярність, азійського виробництва.

Варто зазначити, що для успішного просування української меблевої галузі на міжнародному ринку, необхідно покращити ті фактори й чинники, що впливають на успіх підприємств в їхній зовнішньоекономічній діяльності. На сьогодні питання класифікації та оцінки факторів впливу потребує подальшого дослідження.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ЕКСПОРТУ МЕБЛЕВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

3.1. Теоретичне обґрунтування та аналіз моделі

Об'єктом дослідження було обрано обсяг експорту меблевої продукції України. Ефективне провадження політики розвитку меблевої галузі й реалізації її фінансових перспектив неможливе без світової співпраці, зокрема зовнішньої економічної діяльності та торгівлі: незважаючи на стабільні відносні показники зростання ринку споживання меблів в Україні, абсолютні обсяги досі лишаються на низькому рівні, а отже для сталого розвитку ринку виробництва меблів в Україні необхідно залучати українських виробників до міжнародного меблевого ринку та світових ланцюгів створення цінності. Проблемою дослідження є визначення факторів, які впливають на обсяг експорту меблевої продукції України.

Отже, метою дослідження є визначення впливу загального обсягу українського експорту, інтегрального показника міжнародної торгівлі проєкту *Doing Business* по Україні, офіційного курсу гривні щодо долара США, середньозваженої світової ціни на нафту, загального обсягу заготівлі деревини в Україні, загального обсягу заготівлі ділової деревини в Україні на обсяг експорту меблевої продукції України.

Для тестування було обрано відповідні гіпотези:

- Обсяг експорту меблевої продукції України прямо залежить від загального обсягу українського експорту;
- Обсяг експорту меблевої продукції України прямо залежить від інтегрального показника міжнародної торгівлі проєкту *Doing Business* по Україні;

- Обсяг експорту меблевої продукції України прямо залежить від курсу гривні до долара США;
- Обсяг експорту меблевої продукції України прямо залежить від середньозваженої світової ціни на нафту;
- Обсяг експорту меблевої продукції України прямо залежить від загального обсягу заготівлі деревини в Україні;
- Обсяг експорту меблевої продукції України прямо залежить від загального обсягу заготівлі ділової деревини в Україні;

Характеристика інформаційної бази:

1. Обсяг експорту меблевої продукції України. Поквартальні показники з 2005 року до 2019 року, виражені у млн. дол. США. Джерело даних: Товарна структура зовнішньої торгівлі – архів. Сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Загальний обсяг українського експорту. Поквартальні показники з 2005 року до 2019 року, виражені у млн. дол. США. Джерело даних: Товарна структура зовнішньої торгівлі – архів. Сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Інтегральний показник міжнародної торгівлі проєкту Doing Business по Україні. Поквартальні показники з 2005 року до 2019 року, виражені в абсолютних значеннях. Джерело даних: проєкт Doing Business – архів. Сайт проєкту Doing Business: <https://www.doingbusiness.org>
4. Офіційний курс гривні щодо долара США. Середньозважені поквартальні показники з 2005 року до 2019 року, виражені у абсолютних значеннях. Джерело даних – офіційний курс гривні щодо іноземних валют – архів. Сайт Національного банку України: <https://bank.gov.ua>
5. Середньозважена світова ціна на нафту. Середньозважені поквартальні показники з 2005 року до 2019 року, виражені у дол. США. Джерело даних: Crude oil prices – архів. Офіційний сайт провайдера фінансової інформації Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/europe>

6. Загальний обсяг заготівлі деревини в Україні. Поквартальні показники з 2005 року до 2019 року, виражені у тис. м³. Джерело даних: Заготівля деревини за видами лісової продукції – архів. Сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Загальний обсяг заготівлі ділової деревини в Україні. Поквартальні показники з 2005 року до 2019 року, виражені у тис. м³. Джерело даних: Заготівля ділової деревини за системами та видами рубок – архів. Сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Як було зазначено вище, в ході моделювання й аналізу було досліджено вплив на обсяг експорту меблевої продукції шести чинників. Загальний вид моделі можна описати рівнянням:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 * X_1 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + \beta_4 * X_4 + \beta_5 * X_5 + \beta_6 * X_6 + \varepsilon,$$

де Y – залежна змінна, обсяг експорту меблевої продукції України;

X_1 – незалежна змінна, загальний обсяг українського експорту;

X_2 – незалежна змінна, інтегральний показник міжнародної торгівлі проєкту Doing Business по Україні;

X_3 – незалежна змінна, офіційний курс гривні щодо долара США;

X_4 – незалежна змінна, середньозважена світова ціна на нафту;

X_5 – незалежна змінна, загальний обсяг заготівлі деревини в Україні;

X_6 – незалежна змінна, загальний обсяг заготівлі ділової деревини в Україні;

Проведення аналізу впливу незалежних змінних на залежну проводиться за допомогою статистичного пакету EViews. Кількість спостережень – 60.

Для попередньої перевірки якості відібраних факторів було проведено аналіз на відсутність мультиколінераності між факторами. Для проведення аналізу було побудовано кореляційну матрицю незалежних змінних. Отримано наступні результати:

Correlation							
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6
Y	1.000000	0.436287	0.724285	0.617520	0.256235	0.688551	0.638399
X1	0.436287	1.000000	-0.124456	-0.294377	0.893549	0.003656	0.291579
X2	0.724285	-0.124456	1.000000	0.943704	-0.310263	0.771988	0.582561
X3	0.617520	-0.294377	0.943704	1.000000	-0.486535	0.760794	0.428875
X4	0.256235	0.893549	-0.310263	-0.486535	1.000000	-0.130263	0.201224
X5	0.688551	0.003656	0.771988	0.760794	-0.130263	1.000000	0.741307
X6	0.638399	0.291579	0.582561	0.428875	0.201224	0.741307	1.000000

Рис. 3.1. Кореляційна матриця

Як видно з вищенаведеної таблиці, присутня проблема сильних зв'язків між незалежними змінними. Для покращення моделі було проведено аналіз та відібрано незалежні змінні, що позбавлені проблеми мультиколінераності: X3 та X4.

Correlation			
	Y	X3	X4
Y	1.000000	0.617520	0.256235
X3	0.617520	1.000000	-0.486535
X4	0.256235	-0.486535	1.000000

Рис. 3.2. Кореляційна матриця

З таблиці видно, що в даній вибірці відсутня проблема сильних зв'язків між незалежними змінними, що означає відсутність в моделі проблеми мультиколінераності, а отже модель є адекватною.

Загальне рівняння нової моделі можна описати наступним чином:

$$Y = \beta_0 + \beta_3 * X_3 + \beta_4 * X_4 + \varepsilon,$$

де Y – залежна змінна, обсяг експорту меблевої продукції України;

X_3 – незалежна змінна, офіційний курс гривні щодо долара США;

X_4 – незалежна змінна, середньозважена світова ціна на нафту;

Аналіз впливу відібраних незалежних змінних на залежну змінну було проведено за допомогою статистичного пакету EViews. Кількість спостережень – 60. Отримано наступні результати:

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 05/22/20 Time: 16:08				
Sample: 1 60				
Included observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X3	4.407744	0.316928	13.90770	0.0000
X4	1.261478	0.120929	10.43152	0.0000
C	-47.85306	11.84447	-4.040117	0.0002
R-squared	0.787330	Mean dependent var		103.8617
Adjusted R-squared	0.779868	S.D. dependent var		40.11673
S.E. of regression	18.82204	Akaike info criterion		8.756641
Sum squared resid	20193.35	Schwarz criterion		8.861359
Log likelihood	-259.6992	Hannan-Quinn criter.		8.797602
F-statistic	105.5107	Durbin-Watson stat		1.167798
Prob(F-statistic)	0.000000			

Рис. 3.3. Оцінка моделі

Після оцінки параметрів стає можливим перевірити відповідність отриманих результатів з первинними гіпотезами на початку щодо впливу чинників. Економічне пояснення для кожної незалежної змінної:

1. X3 - офіційний курс гривні щодо долара США. Отриманий результат відповідає первинній гіпотезі щодо прямого зв'язку обсягу експорту меблевої продукції України від офіційного курсу гривні щодо долара США. Зростання цього фактору на 1 призводить до збільшення обсягу меблевого експорту України на 4,41 млн. дол. США. Це пояснюється відносним здешевленням української продукції на міжнародному ринку.
2. X4 - середньозважена світова ціна на нафту. Отриманий результат підтверджує первинну гіпотезу щодо прямого зв'язку обсягу експорту меблевої продукції України від середньозваженої світової ціни на нафту. Зростання цього фактору на 1 призводить до збільшення обсягу меблевого експорту України на 1,26 млн. дол. США. Отриманий результат пояснюється сильним зв'язком економіки України в минулому від цін на нафту, а також зв'язком цін на нафту з рівнем економічної активності в світі: чим вищий рівень економічної,

промислової та торговельної активності, тим більший попит на енергоресурси й паливо, тим вище ціна на нафту.

На основі t-статистики та 5% рівня довіри можна зробити висновок, що як сама модель, так і всі її окремі змінні є статистично значимими. Показники p-value кожного окремо взятого фактору є меншими за критичний рівень в 5%.

Для перевірки моделі на адекватність використано F-статистика Фішера. Оскільки $\text{Prob}(F\text{-статистики})$ менше за 5%, можна зробити висновок, що незалежні змінні X_3 та X_4 разом мають вплив на залежну змінну Y , а також можна зробити висновок щодо адекватності моделі.

Коефіцієнт детермінації показує ступінь пояснення зміни залежної змінної змінами незалежних змінних. Отже, у відповідності з отриманими результатами рівень пояснювальної спроможності моделі складає 78,7%. Такий рівень пояснювальної спроможності пояснюється великою кількістю інших факторів, що мають вплив на обсяг експорту меблевої продукції України, проте які не були враховані в даній моделі. Загалом можна зробити висновок про достатньо високий рівень пояснювальної спроможності моделі, а отже й про її адекватність.

Наступним етапом перевірки моделі є перевірка на автокореляцію залишків першого порядку за використання критерію Дарбіна-Уотсона. Значення статистики становить 1,168. Відповідні критичні значення для даної моделі становлять $d_L=1,51$ та $d_U=1,65$. Оскільки в даній моделі $DW < d_L$, то гіпотеза щодо незалежності випадкових відхилень не приймається, а отже наявна позитивна автокореляція першого порядку. Це може пояснюватися недостатністю кількості спостережень, оскільки критерій Дарбіна-Уотсона дає достовірні результати лише при великих вибірках. Також це може пояснюватися незначною сезонністю даних.

Для перевірки автокореляції вищих порядків було проведено LM тест. Отримано наступні результати:

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	6.822373	Prob. F(4,53)	0.0002
Obs*R-squared	20.39332	Prob. Chi-Square(4)	0.0004

Test Equation:

Dependent Variable: RESID

Method: Least Squares

Date: 05/22/20 Time: 16:30

Sample: 1 60

Included observations: 60

Presample missing value lagged residuals set to zero.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X3	0.041656	0.269852	0.154365	0.8779
X4	-0.040967	0.110911	-0.369367	0.7133
C	3.204522	10.73860	0.298411	0.7666
RESID(-1)	0.544262	0.138995	3.915689	0.0003
RESID(-2)	-0.335037	0.159292	-2.103286	0.0402
RESID(-3)	0.252884	0.155650	1.624704	0.1102
RESID(-4)	0.234116	0.143477	1.631728	0.1087
R-squared	0.339889	Mean dependent var	-1.85E-14	
Adjusted R-squared	0.265159	S.D. dependent var	18.50028	
S.E. of regression	15.85897	Akaike info criterion	8.474628	
Sum squared resid	13329.86	Schwarz criterion	8.718968	
Log likelihood	-247.2388	Hannan-Quinn criter.	8.570203	
F-statistic	4.548249	Durbin-Watson stat	1.758199	
Prob(F-statistic)	0.000864			

Рис. 3.4. Результати LM тесту

Нульова гіпотеза полягає в тому, що коефіцієнти між залишками дорівнюють нулю. Значення Prob. F(4,53) та Prob. Chi-Square(4) є меншими за критичний рівень 0,05 для 95% довірчого інтервалу. З цього можна зробити висновок про неправдивість нульової гіпотези, нульову гіпотезу відкинуто. Отже, кореляції між залишками не нульові, а модель є адекватною.

Модель було перевірено на відсутність гетероскедастичності в залишках. Для цього було проведено тест Уайта. Отримано наступний результат: результати тесту Уайта, аналогічно до попереднього тесту, представлені у вигляді значень Prob. F(5,54) та Prob. Chi-Square(5). Оскільки значення Prob. F(5,54) та Prob. Chi-Square(5) є вищими за критичний рівень у 0,05, то є підстави відхилити нульову гіпотезу про гетероскедастичність. Висновок – залишки моделі гомоскедастичні, а модель є адекватною.

Heteroskedasticity Test: White				
F-statistic	1.682021	Prob. F(5,54)	0.1547	
Obs*R-squared	8.085329	Prob. Chi-Square(5)	0.1516	
Scaled explained SS	6.670787	Prob. Chi-Square(5)	0.2463	
Test Equation:				
Dependent Variable: RESID^2				
Method: Least Squares				
Date: 05/22/20 Time: 17:19				
Sample: 1 60				
Included observations: 60				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-637.6991	1431.725	-0.445406	0.6578
X3	100.2431	73.27690	1.368005	0.1770
X3^2	-1.850456	1.738316	-1.064511	0.2918
X3*X4	-0.495377	0.734680	-0.674276	0.5030
X4	4.007124	32.55123	0.123102	0.9025
X4^2	0.042322	0.173873	0.243411	0.8086
R-squared	0.134755	Mean dependent var	336.5559	
Adjusted R-squared	0.054640	S.D. dependent var	458.9210	
S.E. of regression	446.2071	Akaike info criterion	15.13408	
Sum squared resid	10751441	Schwarz criterion	15.34352	
Log likelihood	-448.0225	Hannan-Quinn criter.	15.21600	
F-statistic	1.682021	Durbin-Watson stat	1.842414	
Prob(F-statistic)	0.154680			

Рис. 3.5. Результати тесту Уайта

Далі було оцінено нормальність розподілу залишків моделі. Для цього було проведено тест Жарка-Бера. Отримано такі результати:

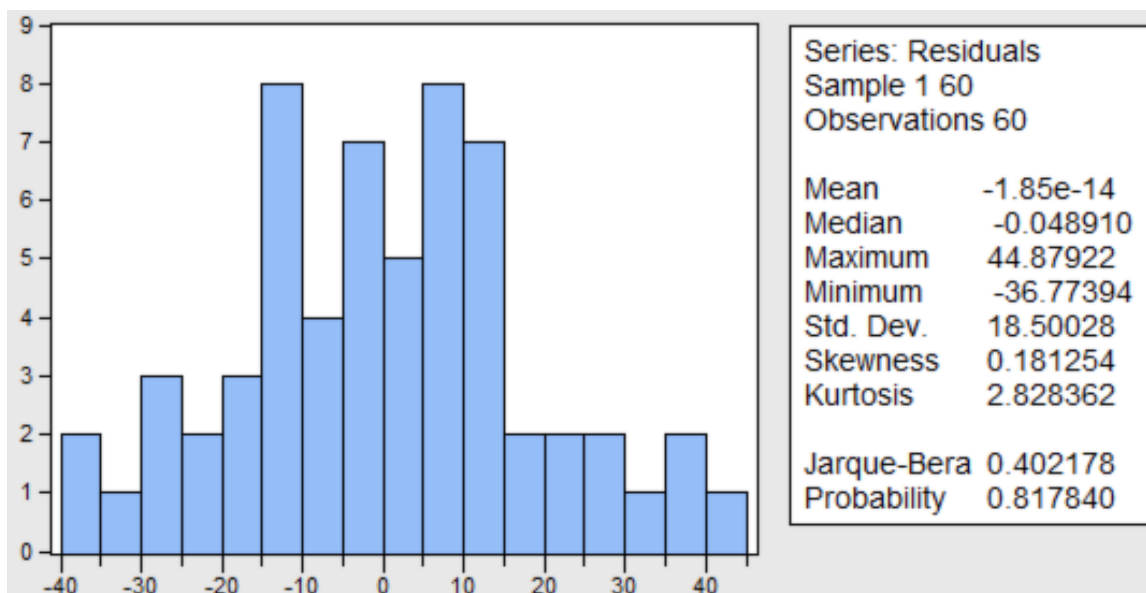


Рис. 3.6. Результати тесту Жарка-Бера

Результати надано у вигляді таблиці й графіку розподілу. З графіку розподілу видно, що розподіл залишків є нормальним. Це підтверджується показниками $Skewness=0.1812$ та $Kurtosis=2.8284$. Оскільки дані показники не дорівнюють 0 та 3 відповідно, можна зробити висновок щодо відкидання нульової гіпотези. Отже, розподіл залишків є нормальним, а модель є адекватною.

3.2. Рекомендації до моделі, шляхи розвитку експорту меблевої промисловості України

Висновком з моделі є підтвердження первинних гіпотез щодо прямої залежності обсягу експорту меблевої продукції України від курсу гривні щодо долара США, а також щодо оберненої залежності обсягу експорту меблевої продукції України від цін на нафту в світі.

Модель не є досконалою й потребує подальшого покращення, адже велику кількість вагомих незалежних змінних було відкинуто через сильні зв'язки між факторами. Для поліпшення моделі й збільшення рівня її пояснювальної здатності в подальшому є необхідним збільшити вибірку, використавши для моделювання, подальшого аналізу й прогнозування місячні дані замість кварталних. Також для покращення моделі необхідно ввести в неї дані по виробничим факторам, як-от рівень капіталоозброєності, інвестиції в промисловість, кількість робітників працевлаштованих в меблевій галузі, середня продуктивність праці в галузі тощо.

На жаль, більшість факторів, що мають неопосередкований вплив на експортну спроможність українських підприємств, не піддаються числовому вираженню, а отже не можуть бути враховані. Такі нечислові чинники, як-от зміни законодавства, бренд України як держави, рівень розвитку інфраструктури та логістики, наявність та якість підготовки спеціалістів з міжнародного співробітництва на підприємствах тощо. Такі чинники можуть мати більший

вплив на обсяги міжнародної торгівлі в галузі, ніж кількісні, проте оцінці даною моделлю не піддаються.

Також варто зазначити, що досліджуваний часовий проміжок можна умовно поділити на 2 етапи, що характеризуються різними соціально-економічними й політичними умовами для ведення бізнесу й міжнародної торгівлі: до Революції Гідності та після неї. Період до Революції Гідності характеризується високим рівнем втручання держави в економічне життя країни та її де-факто ручним управлінням економікою. Це призводило до штучного втримування курсу валют на стабільному рівні за рахунок інтервенцій на міжбанківський ринок й використання золотовалютних запасів. Такі дії давали результат у вигляді умовно фіксованого курсу гривні щодо долара США. Період після Революції Гідності характеризується як новий етап переходу до ринкових взаємовідносин, а також як період інтеграції в європейський міжнародний простір. Складність використання даних за обидва періоди для побудови регресійної моделі полягає в суттєвих відмінностях державного економічного управління: як в прояві фіскальної й монетарної політик, так і в прояві міжнародних програм співробітництва, програм цільового розвитку певних галузей, змін в законодавстві тощо. В той же час, кількість спостережень й достовірних статистичних даних лише за період після Революції Гідності досі лишається недостатньою для проведення повноцінного моделювання. В наслідок цього для проведення моделювання було використано дані за обидва періоди.

Наразі для планомірного розвитку галузі й подальшого закріплення українських меблевих виробників на світових ринках є необхідним впроваджувати стратегічне бачення розвитку експорту. Запропонована стратегія розвитку меблевої галузі полягає у системному переході українських меблевих підприємств від виробництва продукції з малою доданою вартістю й цінністю та несистемної співпраці й торгівлі з міжнародними партнерами до повноцінної інтеграції в світові ланцюги створення цінності, створення й закріплення позитивного іміджу України як держави-експортера меблів.

Для переходу від виробництва низькоякісної продукції з низькою сприйнятною цінністю, українським виробникам необхідно провести реновацію виробничих процесів, модернізувати технічне оснащення, а також залучати молодих спеціалістів до процесу розробки й створення нової конкурентоспроможної продукції як для внутрішнього, так і для зовнішніх ринків.

Україна має достатню сировинну базу для забезпечення потреб постійно зростаючої галузі виробництва меблів, проте наразі відчутні складнощі з залученням висококваліфікованої робочої сили та молодого покоління спеціалістів до роботи в меблевій галузі в Україні. Отже, важливим завданням для сталого розвитку меблевої галузі є підвищення рівня кваліфікації співробітників: як виробничого персоналу, так офісного й керівного складу. А також створення бренду престижності роботи в меблевій галузі для молодих спеціалістів, створення бренду як роботи з високою доданою цінністю та можливістю до прояву креативності. Таким чином для меблевої галузі одним з пріоритетних завдань є поєднання ресурсної бази з кваліфікованою робочою силою й спеціалістів з міжнародного співробітництва задля успішної подальшої інтеграції на зовнішніх ринках.

Наразі для більшості власників бізнесів в меблевій галузі, а також для вищих керівних ланок, проблемою стає нестача спеціалізованих знань, а також невідповідний рівень володіння іноземними мовами, що обмежує українські підприємства у виході на міжнародні ринки та започаткуванні нових бізнес-зв'язків. Отже, є необхідним проведення спеціалізованих бізнес-курсів й отримання бізнес-освіти, що сприятиме покращенню рівня комунікації з міжнародними партнерами, а також більш ефективному просуванню й закріпленню на міжнародних ринках українських підприємств-експортерів.

Також важливим є системне просування української галузі на міжнародній арені, створення бренду України як держави-експортера меблів. Для цього необхідно продовжувати торгові місії, покращувати інформованість української меблевої бізнес-спільноти щодо можливостей до співпраці, брати участь та

організувати власні міжнародні виставки, нетворкінг-заходи з потенційними партнерами тощо.

На заваді інтеграції української меблевої бізнес-спільноти на сьогодні стоїть складність отримання відповідної інформації про можливості та існуючі програми. Підприємці та виробники, які мають бажання виходити на міжнародні ринки, стикаються з інформаційним вакуумом, що зменшує шанси на успіх на іноземних ринках. Тому необхідним фактором успіху всіх вищенаведених напрямків розвитку є доступ усіх учасників меблевого ринку та стейкхолдерів до інформації щодо можливостей для розвитку, участі в цільових програмах, а також щодо експортних можливостей. Для цього потрібно впроваджувати єдину інформаційну платформу на базі асоціації «Українська Асоціація Меблевиків», що буде об'єднувати стейкхолдерів галузі, надавати актуальну інформацію щодо можливостей для торгівлі закордон, щодо актуальних наявних міжнародних економічних програм розвитку та співробітництва, про державні ініціативи стосовно меблевої галузі тощо.

Висновки до розділу 3

Висновком з моделі є підтвердження первинних гіпотез щодо прямої залежності обсягу експорту меблевої продукції України від курсу гривні щодо долара США, а також щодо оберненої залежності обсягу експорту меблевої продукції України від цін на нафту в світі.

Модель не є досконалою й потребує подальшого покращення, адже велику кількість вагомих незалежних змінних було відкинуто через сильні зв'язки між факторами. Для поліпшення моделі й збільшення рівня її пояснювальної здатності в подальшому є необхідним збільшити вибірку, використавши для моделювання, подальшого аналізу й прогнозування місячні дані замість кварталних. Також для покращення моделі необхідно ввести в неї дані по виробничим факторам, як-от рівень капіталоозброєності, інвестиції в промисловість, середня продуктивність праці в галузі тощо.

ВИСНОВКИ

В даній роботі було досліджено меблеву галузь України, а також фінансові перспективи розвитку ринку виробництва меблів в Україні. Меблева галузь є однією з провідних галузей в промисловому комплексі України, тому дослідження особливостей й фінансових перспектив даної галузі є важливим фактором для подальшого розвитку промисловості України.

Проаналізувавши фінансові перспективи ринку виробництва меблів в Україні, було зроблено наступні висновки:

1. Визначними факторами для меблевої галузі є наявність ресурсної бази, а також доступ до ринків збуту. Головним висновком з проведеного дослідження, незважаючи на високу ймовірність неточності інформації, є спроможність й готовність лісових господарств забезпечувати меблевих виробників необхідною кількістю сировини для сталого розвитку галузі. В той же час, ринки збуту для українських меблевих підприємств досі лишаються складним питаннями, першочергово через слаборозвинену інфраструктуру та складнощі з логістикою, через які більшість меблевих виробництв вимушено обмежуються виключно локальними ринками.
2. Важливим аспектом сталого розвитку галузі є доступ виробництв до кваліфікованої робочої сили. На жаль, на сьогодні українська меблева промисловість стикається з систематичним дефіцитом висококваліфікованих робітників. На це є дві причини: низький рівень заробітних плат на робітничих вакансіях, а також непопулярність даної професії серед молоді. Номінально середня заробітна плата на меблевих виробництвах в період з 2015 по 2019 роки виросла на 169% (з 4065 грн на місяць до 10956 грн на місяць), проте досі лишається неконкурентоспроможною в порівнянні з рівнем заробітних плат в сусідніх державах, куди українські робітники виїжджають на заробітки.

Другою причиною є непопулярність професії мебляра серед молоді: вона сприймається як застаріла професія з низькою доданою цінністю, без можливості творчої реалізації.

3. Українська меблева галузь досі лишається неорганізованою та хаотичною. Причинами неорганізованості галузі є декілька: недостатня увага меблевій промисловості від попередніх урядів, концентрація уваги України як держави на експорті аграрної продукції, а також як сировинного експортера. Наразі питанням організації галузі, налагодженням міжнародних контактів, покращенням українського бізнес-середовища займається Асоціація «Українська Асоціація Меблевиків».
4. Внутрішній ринок споживання меблів в Україні є залежним від імпоротної продукції, яка на сьогодні за оціночними даними складає близько 30%. Найбільшими країнами за обсягом експорту меблів до України історично завжди були й лишаються Італія, Німеччина, Польща, а також Китай. Продукція німецького та італійського виробництва здебільшого задовольняє попит в найвищому ціновому сегменту ринку. Середній ціновий сегмент імпорту представлений продукцією польського виробництва. Дешевий сегмент імпоротної продукції представлений польськими та китайськими виробниками. До цього варто додати, що ринок споживання меблів в Україні розвивається, відбуваються структурні зміни: після 2014 року ринок характеризується імпортозаміщенням; відбувається вхід на вітчизняний ринок великих міжнародних компаній (ІКЕА); збільшує свою частку роздрібна торгівля через мережу Інтернет тощо.
5. Світовий ринок споживання меблів постійно зростає, а світова меблева індустрія розвивається. Станом на 2019 рік його загальний обсяг склав близько 504 млрд. дол. США (в той же час, за експертними оцінками, український внутрішній ринок склав близько 1 млрд. дол. США). Найбільшими перспективами для розвитку української меблевої галузі

наразі є перспективи для виходу на світові ринки, започаткування нових бізнес-зв'язків, подальша інтеграція в міжнародні ланцюги створення цінності. Факторами фінансового успіху української меблевої галузі є: успішний попередній досвід експортування продукції закордон; нижчі ціни на продукції українського виробництва, ніж європейського чи американського; покращення міжнародної комунікації, розвиток економічних відносин з європейськими та американськими партнерами, спільні торговельно-економічні місії; відносно висока якість, що відповідає європейським стандартам; нова продукція, яка в змозі замінити ту, що втратила популярність, азійського виробництва.

6. Для успішного просування української меблевої галузі на міжнародному ринку, необхідно покращити ті фактори й чинники, що впливають на успіх підприємств в їхній зовнішньоекономічній діяльності. На сьогодні питання класифікації та оцінки факторів впливу потребує подальшого дослідження.
7. Модель, що заявлена в даній роботі, підтверджує первинні гіпотези щодо прямої залежності обсягу експорту меблевої продукції України від курсу гривні щодо долара США, а також щодо оберненої залежності обсягу експорту меблевої продукції України від цін на нафту в світі.
8. Дана модель демонструє, що ринок виробництва меблів в Україні знаходиться в перехідному стані. Новий етап формування характеризується як перехід до ринкових взаємовідносин, а також як період інтеграції в європейський міжнародний простір.

Підбиваючи підсумки роботи, варто зазначити необхідність подальшого дослідження факторів впливу на зовнішньоекономічну діяльність ринку виробництва меблів в Україні, а також необхідність впровадження стратегічного бачення розвитку експорту для реалізації фінансового потенціалу меблевої галузі на міжнародних ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стратегічний план експорту для меблевих підприємств України [Електронний ресурс] // ГО "Спілка українських підприємців". – 2017. – Режим доступу до ресурсу:
<https://uafm.com.ua/wp-content/uploads/2018/07/sup-eksportna-strategiya-dlya-meblevyh-kompanij.pdf>.
2. Три найбільші бізнес-асоціації занепокоєні ходом судової реформи в Україні [Електронний ресурс] // Укрінформ. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2799507-tri-najbilsibiznesasociacii-zanepokoeni-hodom-sudovoi-reformi-v-ukraini.html>.
3. Статут асоціації "Українська Асоціація Меблевиків" (нова редакція) [Електронний ресурс] // Асоціація "Українська Асоціація Меблевиків". – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://uafm.com.ua/wp-content/uploads/2017/03/statut-uam-nova-redaktsiya.pdf>.
4. Асоціація «Українська Асоціація Меблевиків». Київ, 2020. URL: <https://uafm.com.ua> (дата звернення: 18.01.2020).
5. Державне агентство лісових ресурсів України. Київ, 2020. URL: <http://dklg.kmu.gov.ua/forest/control/uk/index> (дата звернення: 14.01.2020).
6. Продовольча та сільськогосподарська організації ООН. Рим, 2020. URL: <http://www.fao.org/home/en/> (дата звернення: 02.01.2020).
7. Про схвалення Експортної стратегії України ("дорожньої карти" стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 р. № 1017-р. Київ: Урядовий кур'єр, 2017.
8. ГО «Спілка українських підприємців». Київ, 2020. URL: <https://sup.org.ua/uk> (дата звернення 20.02.2020).

9. Стратегічний план 2018-2020 [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу:
<https://sup.org.ua/uploads/pdf/Стратегічний%20план.pdf>.
10. Державна установа «Офіс з просування експорту України». Київ, 2020. URL: <https://epo.org.ua/about/> (дата звернення: 08.01.2020).
11. Enterprise Europe Network. Брюссель, 2020. URL: <https://een.ec.europa.eu> (дата звернення: 13.02.2020)
12. Ministry of Tourism, Government of India. Нью-Делі, 2020. URL: <http://tourism.gov.in> (дата звернення 17.01.2020).
13. Статистика зовнішнього сектору, офіційний сайт НБУ. Київ, 2020. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=7693080 (дата звернення 24.01.2020).
14. Опис представництва ІКЕА в Україні. Київ, 2020. URL: <https://www.ikea.com/ua/uk/this-is-ikea/work-with-us/ikea-v-ukrayini-pub5dbfbc01> (дата звернення: 29.03.2020).
15. Furniture Market Size, Share & Trends Analysis Report By Material (Metal, Wood, Plastic, Glass), By End Use (Residential, Commercial), By Region (North America, Europe, APAC, MEA), And Segment Forecasts, 2018 - 2025 [Електронний ресурс] // Grand View Research, Inc.. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/furniture-market>.
16. Шваб К. М. Четверта промислова революція: як до неї готуватися (переклад) [Електронний ресурс] / Клаус Мартін Шваб // Національний університет біоресурсів і природокористування України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу:
<https://web.archive.org/web/20161008190215/http://nubip.edu.ua/node/23076>.
17. Професійне інтернет-ЗМІ про архітектуру й дизайн інтер'єру FAQinDecor. Київ, 2020. URL: <http://faqindecor.com> (дата звернення: 23.03.2020).
18. Інтернет-сервіс наукових публікацій та дослідження ринків Statista. Гамбург, 2020. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 29.02.2020).

19. Poland Furniture Consumer Market Outlook [Електронний ресурс] // Statista. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.statista.com/outlook/17000000/146/furniture/poland>.
20. Офіційний вебсайт Державної служби статистики України. Київ, 2020. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 26.01.2020).
21. Кійко О.А. У пошуках принца або три історії про виробництво меблів в Україні / О.А. Кійко // Мебельное дело. – 2017. – № 1. – с. 16-19.
22. Патіс В.Р. Весна на ринку меблів // Галицькі контракти. – 2001. – № 14. – с. 22-25.
23. Патіс В.Р. Без бережливого виробництва про європейські ринки годі й думати [Електронний ресурс] / Володимир Патіс // Меблеві технології. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://infomebli.com/a/4070dd31b4bf/volodymyr-patis>.
24. Гайда С.В. Основи формування класифікатора вторинних деревинних ресурсів / С.В. Гайда // Наукові праці Лісівничої академії наук України. – 2013. – Вип. 11. – с. 209-216.
25. Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент”: Збірник наукових праць. Луцький Національний Технічний Університет. – Випуск 8 (30). – Луцьк, 2011.
26. Білик А. П. Меблева промисловість: аналіз умов праці та стан виробничого травматизму в галузі / А. П. Білик, Д. А. Футорний // Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. - 2015. - № 6. - С. 89-92. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2015_6_20
27. Кійко О. А. Проблеми інноваційної діяльності у меблевій промисловості України / Орест Антонович Кійко. // журнал «Про меблі». – №4 (29). – 2007.
28. Кійко О. А. Вибір шляху розвитку меблевої промисловості України / Орест Антонович Кійко. // журнал для виробників меблів «Меблеві технології». – №3 (34). – 2007.