

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ХЕРСОНЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСА І ПРАВА
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МЕБЛІВ В УКРАЇНІ

Кваліфікаційна робота

на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр”

Виконав: студент(ка) 491 групи

Спеціальності 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійної (наукової) програми
Менеджмент заочної форми навчання

Власенко Ірина Ігорівна

Керівник д.е.н., професор Соловйов А. І.

Рецензент Алісевич В.Л., директор ТОВ
«Ратуш-Агро»

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Теоретико – методичні засади аналізу ринку	4
1.1. Аналіз ринку та його складових.....	4
1.2. Аналіз ринку до війни та під час війни.....	8
1.3. Фактори впливу на функціонування ринку меблів в Україні.....	17
РОЗДІЛ 2. Дослідження споживацьких переваг на ринку меблів	21
2.1. Склад анкетування.....	21
2.2. Відповіді респондентів та Аналіз результатів дослідження.....	22
РОЗДІЛ 3. Перспективи ринку меблів після війни	49
3.1. Внесок ринку меблів в економіку України.....	49
3.2. Ключові спостереження.....	50
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що на сьогоднішній день ринок меблів в Україні розвивається у позитивному напрямку завдяки розвинутій галузі дизайну інтер'єрів та зацікавленості населення у постійному покращенні своїх умов проживання.

Меблі – один з головних атрибутів людського житла, є невід'ємною частиною нашого інтер'єру, що допомагає створити комфорт у своїй домівці.

Аналіз ринку графічного дизайну на даний момент є актуальним та має новизну через постійні зміни на ринку та через постійне зростання пропозиції та попиту.

Практичне значення одержаних результатів - Дослідження на ринку меблів допоможуть підприємцям краще розуміти споживачів та споживацькі переваги, що в свою чергу може призвести до покращення пропозиції на ринку меблів в Україні. Через стрімкий розвиток сфери дизайну, яка значно впливає на ринок меблів, кількість актуальних досліджень та наукових праць мала. Це впливає на якість пропозиції та на ефективність використання наданих послуг, тому, наразі, проблема є досить актуальною.

Метою Бакалаврської роботи є систематизування знань про складові ринку, дослідження споживацьких переваг на ринку меблів в Україні з метою покращення пропозиції та об'єктивно розглянути перспективи розвитку ринку після війни на підставі споживацьких потреб.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати ринок меблів в Україні у довоєнний період, стан ринку під час війни
2. Визначити споживацькі переваги на ринку меблів за допомогою опитування

3. Розглянути перспективи ринку меблів в Україні після завершення війни.

Об'єктом дослідження є розвиток ринку меблів в Україні довоєнного часу, воєнного часу та перспективи ринку у після воєнний час.

Предмет дослідження – складові ринку меблів, стан ринку під час війни, фактори впливу на функціонування ринку, результати дослідження, перспективи ринку меблів в Україні у післявоєнний час.

При написанні бакалаврської праці були використані методи аналізу, логічного узагальнення, опитування та анкетування, прогнозування.

Бакалаврська робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО – МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ РИНКУ

1.1 Аналіз ринку та його складових

Меблі - один з головних атрибутів людського житла, є невід'ємною частиною нашого інтер'єру, що допомагає створити комфорт у своїй домівці. Це предмети призначені для побутових та виробничих потреб людини, які можливо переміщувати, щоб зберігати всі необхідні речі та інструменти, для створення комфорту та затишку в оселі.[1]

На сьогоднішній час Ринок меблів є досить великим і динамічним ринком, що постійно змінюється і адаптується до нових тенденцій та вимог споживачів. Світовий ринок меблів на 2021 рік оцінюється в \$ 600 млрд і очікується, що до 2025 року він зросте до \$ 750 млрд.[15]

Основні складові ринку меблів:

1. Виробництво меблів.

У світі є багато компаній, що займаються виробництвом меблів. Найбільші з них - IKEA, Ashley Furniture Industries, Steelcase, Herman Miller та HNI Corporation. Вони пропонують широкий асортимент меблів для всіх категорій споживачів.

2. Роздрібна торгівля меблями.

На ринку меблів є також багато роздрібних компаній, які спеціалізуються на продажу меблів. Найбільші з них - IKEA, Rooms To Go, Ashley Furniture Industries, Havertys Furniture та Berkshire Hathaway Furniture. Вони є основним каналом продажу меблів та мають значний вплив на конкурентоспроможність виробників меблів.[19]

3. Онлайн-торгівля меблями.

Онлайн-торгівля меблями стає все популярнішою. Вони надають споживачам зручну можливість придбання меблів з дому та знижують витрати на оренду та утримання фізичного магазину. Компанії, такі як Wayfair,

Overstock, Amazon та Alibaba, пропонують широкий вибір меблів з доставкою до дому.

4. Меблеві послуги.

На ринку меблів є також багато компаній, що надають меблеві послуги, такі як ремонт меблів, збірка меблів, чи прикраса меблів. Такі компанії, як Merry Maids, Stanley Steemer, та Furniture Medic є дуже популярними серед споживачів

5. Меблеві матеріали.

На ринку меблів є багато компаній, що виробляють матеріали для меблів, такі як дерево, метал, тканини та шкіра. Вони поставляють свою продукцію виробникам меблів, що дозволяє створювати різноманітні та оригінальні дизайни меблів.

6. Споживачі.

Споживачі є ключовими гравцями на ринку меблів. Вони мають різні потреби та вимоги, що впливають на виробництво та продаж меблів. На сьогоднішній день, споживачі все більше уваги приділяють якості, дизайну та екологічності меблів.

7. Тенденції на ринку.

Тенденції на ринку меблів постійно змінюються. Наразі досить популярними є меблі в стилі мінімалізму, екологічні меблі з природніх матеріалів, меблі зі збереженням простору та меблі, що дозволяють ефективно використовувати простір.

8. Конкуренція на ринку.

Ринок меблів є досить конкурентним. Багато компаній працюють у сфері виробництва та продажу меблів, що змушує їх постійно вдосконалюватися та відстоювати свої позиції на ринку. Конкуренція стимулює виробників меблів створювати нові та оригінальні дизайни, підвищувати якість та знижувати ціни на свою продукцію.

Узагальнюючи, Ринок меблів є великим та динамічним, залежним від багатьох факторів. Ключовими складовими на ринку меблів є виробники меблів, дизайнери, постачальники матеріалів, роздрібні торговельні мережі та інтернет-магазини. Конкуренція на ринку меблів стимулює виробників створювати нові та оригінальні дизайни, підвищувати якість та знижувати ціни на продукцію. Споживачі стають все вимогливішими та уважнішими до якості, дизайну та екологічності меблів, що вимагає від виробників та роздрібних торговельних мереж постійно підвищувати рівень своєї продукції.[15]

Якщо говорити про функціональність меблів, то Меблі - це предмети різних габаритів. Призначені для наповнення приміщень житлового та нежитлового характеру, а також обладнання вуличних майданчиків. Тож за експлуатаційним призначенням розрізняють види меблів (Таблиця 1.1):

Призначення меблів	Види меблів
Побутові меблі	меблі для загальних кімнат, для спалень, дитячих, кухонь, кабінетів, ванн та інше.
Меблі для громадського вживання	меблі для ресторанів, барів, готелів, магазинів та інших громадських приміщень.
Меблі для транспорту	меблі для автобусів, поїздів, літаків та інших видів транспорту.
Меблі для сидіння та лежання	дивани, крісла, ліжка, стільці, табурети, шезлонги та інші.
Меблі для роботи та прийому їжі	столи, столи журнальні, столи письмові, столи туалетні та інші.
Інші меблі	вішаки, манежі дитячі та інші.

Таблиця 1.1

Україна, як і багато інших країн світу, стикається з високими вимогами до якості та естетичності предметів побуту. Меблі не є виключенням, тому ринок меблів в Україні займає все більш і більш важливу роль у економіці країни.

Сьогодні меблеве виробництво в Україні розвивається та поступово виходить на європейський рівень якості та дизайну. Завдяки розвиненій галузі дизайну інтер'єрів та зацікавленості населення у покращенні своїх умов проживання, ринок меблів у країні розвивається у позитивному напрямку.[1,3]

Усіх представників ринку меблів можна поділити на декілька категорій:

1. Будівельні магазини, що продають меблі:

- Епіцентр - мережа будівельних гіпермаркетів, яка пропонує широкий вибір меблів для будь-якого приміщення.

2. Магазини, що спеціалізуються на товарах для дому:

- JUSK - мережа магазинів товарів для дому, яка пропонує меблі для будь-якого приміщення, а також предмети декору та інтер'єру.
- ІКЕА - шведська мережа магазинів товарів для дому, яка пропонує широкий вибір меблів та інтер'єрних рішень.

3. Магазини, що спеціалізуються виключно на продажі меблів:

- Sofacompany - датський бренд меблів, який пропонує стильні та зручні дивани, крісла та інші меблі.
- Комфорт Меблі - український бренд меблів, який пропонує меблі для будь-якого приміщення та стилю.

4. Інтернет магазини меблів

- MebliHit - український інтернет-магазин меблів, який пропонує широкий вибір меблів та аксесуарів для будь-якого приміщення.
- Faina Idea - український інтернет-магазин меблів та інтер'єрних рішень, який пропонує дизайнерські меблі та ексклюзивні предмети декору

5. Меблі на замовлення

- Роксолана Меблі - український бренд меблів, який пропонує індивідуальний підхід до кожного клієнта та виготовлення меблів на замовлення за індивідуальними проектами

6. Меблі на вторинному ринку:

- OLX, Prom.ua – ця категорія включає в себе онлайн-майданчики, де користувачі можуть продавати та купувати вживані меблі. OLX та Prom.ua є найбільш популярними сервісами в Україні, які дозволяють шукати та знаходити різноманітні товари, у тому числі й меблі. За допомогою фільтрів на сайті користувачі можуть вибирати товар за різними критеріями, такими як розмір, стиль, матеріал тощо. На OLX та Prom.ua можна знайти як меблі від приватних осіб, так і від підприємств, які займаються реставрацією та перепродажем меблів.

Найпопулярнішим представником на ринку меблів в Україні є магазини, що спеціалізуються на товарах для дому. У таких магазинах меблі найчастіше не дорогі, непоганої якості та мають привабливий дизайн. Найяскравішими представниками на ринку меблів в Україні є JUSK та ІКЕА.

Кінцевим споживачем є звичайна людина, що купує меблі для власного використання. На сьогоднішній день рівень життя в Україні досить низький, тому мало людей можуть дозволити змінювати меблі часто, або покупати дорогі та якісні меблі.

Через те, що попит на меблі люксової якості досить низький, на ринку, меблів українського виробництва високої якості досить мало, що в свою чергу могло б покращити економіку країни та привернути увагу закордонних споживачів до українського ринку меблів.

Також кінцевим споживачем є підприємство, що потребує облаштувати офіс, або приміщення для реалізації товару, або надання послуг. Наприклад ресторан, магазин, салон, готель тощо.

1.2 Аналіз ринку до війни та під час війни

Внутрішнє виробництво меблів в Україні збільшувалося, що призводило до позитивного розвитку ринку меблів. Споживачі все більше виявляли довіру до української продукції, що проявлялося у зростанні частки продажів вітчизняних меблів в різних цінових сегментах. На той час більшість

виробників меблів орієнтувалася на потреби внутрішнього ринку, оскільки споживачі менше купували імпортні меблі через зниження своєї купівельної спроможності. Зростання продажів в середньому і нижньому цінових сегментах було однією з головних тенденцій розвитку ринку меблів на той час.[13]

Експерти, які досліджували ринок меблів в Україні у 2019 році, виявили такі тенденції його розвитку:

- найбільш швидкими темпами розвивається виробництво домашніх меблів, а українські виробники меблів в економ-сегменті є лідерами продажів;
- розвиток офісних меблів сприяє зростанню популярності дизайну офісних приміщень;
- з'явилися мультибрендові гіпермаркети меблів;
- виробники все активніше продають меблі онлайн;
- вітчизняні виробники меблів переорієнтовуються на створення унікальних пропозицій замість однотипних меблів.

Експерти вважають, що розвиток виробництва меблів в Україні затримується через наступні причини:

- зростання цін на сировину та комплектуючі;
- не вистачає кваліфікованих робітників;
- збільшення кількості нереалізованих товарів;
- додаткові витрати на зберігання та логістику;
- брак фінансових та кредитних ресурсів, а також відсутність інвестицій.

У період з 2013 по 2017 роки в Україні виробництво меблів не мало стабільної динаміки. Обсяг реалізації меблів в натуральному виразі мав тенденцію до скорочення, але в грошовому виразі спостерігається певний ріст з 2016 року, що свідчить про вплив фактора росту цін на меблі.[13]

Аналізуючи дані щодо обсягів виробництва, експорту та імпорту, можна зробити висновок, що після кризи 2015 року темпи зростання внутрішнього ринку збільшувалися в середньому на 15% щорічно в період з 2016 по 2017 роки.

За даними державної служби статистики, імпорт меблів до України до початку 2018 року скоротився на 43% порівняно з 2013 роком і склав 257009,1 тис. доларів США. Обсяг експорту меблів відносно імпорту був значно вищим, і до початку 2018 року склав 542322,6 тис. доларів США, що на 36,5% більше, ніж в 2015 році. Проте темпи зростання експорту порівняно з 2016 роком скоротилися на 11%. Політична ситуація в Україні значно вплинула на стан експорту, що спонукало виробників змінювати географію країн-імпортерів українських меблів та збільшувати потік експорту в країни ЄС.[14]

У 2017 році максимальний обсяг продажів меблів був зафіксований в Одеській, Дніпропетровській, Львівській, Харківській областях та місті Київ, де було продано близько 64,2% меблів. Попит на меблі в Києві є найвищим, оскільки близько 60% всіх новобудов в Україні знаходяться саме в столиці.

Найбільшу частку на меблевому ринку складають сегменти меблів для їдалень, віталень та кухонні меблі. Загалом, корпусні меблі складають 48% від обсягу меблів для дому, м'які меблі - 29%, а кухонні - 25%.

Попит на меблі для бізнесу залежить від кількості підприємств, які відкриваються та існують. Кількість суб'єктів господарювання в Україні збільшилася на 8,3% протягом 2013-2017 рр., а виробництво меблів для офісу та торгівлі зросло на 6,3% та 52% відповідно у 2017 році порівняно з 2016 роком. Це свідчить про популярність меблів вітчизняного виробництва серед українського бізнесу.

Збільшення кількості людей, які працюють віддалено, є однією з глобальних тенденцій, що впливає на попит на меблі. Прогнозується зростання обсягу продажів меблів для домашнього офісу до 2019 року.

Іншою глобальною тенденцією є зростання попиту на багатофункціональні, трансформовані меблі невеликих розмірів через розвиток ринку нерухомості та демографічні тенденції. Аналітики прогнозують зростання онлайн продажів меблів до 17-20% до 2019 року, що вимагає від меблевих компаній налагодження сервісу доставки та складання меблів в день замовлення.

Інший світовий тренд – зростання продажів розкішних меблів як для будинку, так і для офісу, найбільшим ринком яких є Європа. Також популярними стають екологічно чисті меблі, незважаючи на їх вищу собівартість.

У структурі собівартості меблів головними складовими є сировина та матеріали, розробка та впровадження моделей, заробітна плата, енергетичні ресурси, логістика, реклама та накладні витрати.

Проаналізувавши меблевий ринок, також важливо обговорити проблеми у цій галузі та фактори що на це впливають. Перша це – нерухомість, вона грає важливу роль у розвитку українського меблевого ринку. За даними Державної служби статистики, у 2017 році в Україні було введено в експлуатацію 10,2 мільйона м² житла, що на 9% більше, ніж у 2016 році.[15] Існує прямий зв'язок між зростанням нерухомості та виробництвом меблів, тому очікується збільшення попиту на меблі для житлових будинків та бізнесу.

Збільшення темпів будівництва призвело до зростання попиту на дизайнерські послуги. Найбільш значний сегмент становить ринок послуг з проектування та дизайну інтер'єру житлових будинків та суспільних приміщень. Цей ринок характеризується тим, що професійні контакти між дизайнером, клієнтом та виконавцем встановлюються за допомогою «сарафанного радіо», рекомендацій родичів або знайомих.

На українському ринку послуг з проектування та дизайну інтер'єру діють дизайн-студії та приватні дизайнери. Багато з них надають комплексні послуги,

починаючи від архітектурного проектування до декорування, проектування меблів та ландшафтного дизайну. Однак, деякі вважають, що основна маса дизайнерів має слабкий естетичний рівень.

Однак, в останні роки спостерігається зростання попиту на якісні дизайнерські послуги та меблі в Україні. Це свідчить про поступове змінення підходу українських споживачів до оформлення своїх будинків та приміщень.

Помітною тенденцією в українському меблевому ринку є збільшення попиту на меблі з натуральних матеріалів та екологічно чистих технологій виробництва. Це пов'язано з ростом екологічної свідомості серед споживачів та їхньою турботою про здоров'я та комфорт. Однак, розвиток українського меблевого ринку залежить не тільки від попиту, але й від конкуренції. На сьогоднішній день, в Україні присутні багато виробників меблів, що пропонують різні цінові категорії та якість. Важливим елементом конкурентної боротьби є також інновації в виробництві та дизайні меблів.

Отже, український меблевий ринок має потенціал для подальшого розвитку та зростання. Проте, для досягнення успіху в цій галузі, необхідно більше уваги приділяти якості продукції та дизайну, а також розвивати партнерські зв'язки між виробниками та дизайнерами.

Меблевий ринок України серйозно постраждав внаслідок геополітичного конфлікту на Сході та анексії Криму. За даними Державної служби статистики, індекс меблевого виробництва знизився з 102,8% у 2013 році до 98,4% у 2014 році та 84,1% в першому півріччі 2015 року.[15] Обсяг ринку меблів скоротився з 0,61 млрд. доларів США у 2013 році до 0,52 млрд. доларів США у 2014 році. Важливо зазначити, що загальний обсяг ринку меблів у 2014 році становив всього 35% від обсягу успішного 2008 року. Зменшення ринку стало можливим завдяки скороченню сектора комерційних меблів, таких як офісні та меблі для торговельних підприємств.[14]

На меблевому ринку світові тренди та зміни в соціально-економічній ситуації також мають великий вплив. Зокрема, збільшення кількості людей, які працюють віддалено, призвело до збільшення попиту на меблі для домашнього офісу. Аналітики прогнозують подальше зростання обсягу продажів в цьому сегменті до 2019 року.

Попит на меблі для бізнесу, зокрема меблі для офісу та торговельних підприємств, залежить від зростання кількості підприємств. Кількість суб'єктів господарювання в Україні збільшилася на 8,3% у період 2013-2017 років, переважно завдяки зростанню кількості дрібних підприємців.

Падіння виробництво було пов'язане з тим, що підприємства, які опинилися в зоні АТО, змушені були припинити свою роботу. Наприклад, фабрика «Альфа-меблі» (р. Слов'янськ Донецької області) – один з найбільших виробників корпусних меблів, була зруйнована мінометним вогнем. Іншим компаніям довелося перенести свої виробничі потужності та персонал в інші регіони.

При цьому виникла необхідність:

- перепрофілювати виробництво, як фабрика «Корнерс», що стала випускати дорогі м'які ліжка замість дешевих кухонних куточків;
- від серійного виробництва перейти до випуску меблів за індивідуальним замовленням (МФ «Мебельер») та ін.

З-за військових дій постраждав кадровий склад меблевих фабрик, частина фахівців потрапила під мобілізацію або добровільно пішли на війну.

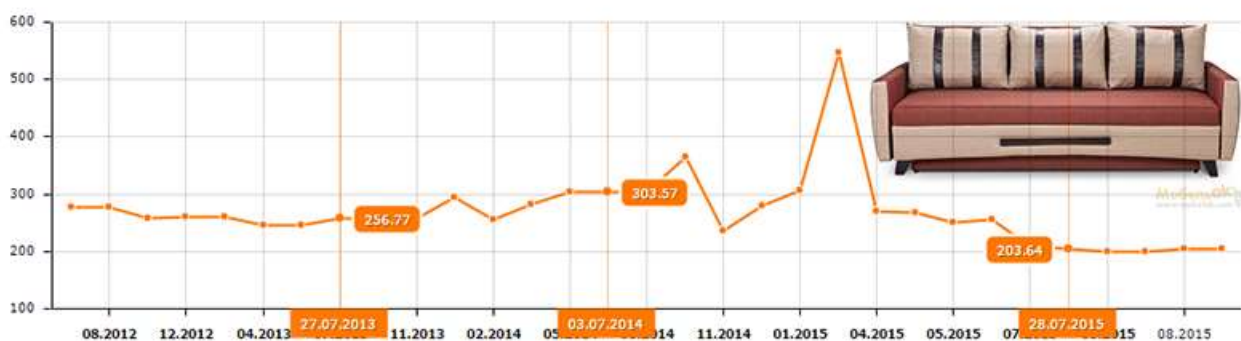
В 1-му півріччі 2013-го р. індекс роздрібного товарообігу меблів становив 113,2%, а в цьому ж періоді 2014-го – 94,2%. За 6 місяців 2015-го року ця цифра знизилася до 84.1%. Тобто попит впав, адже з-за анексії Криму та воєнних дій на південно-сході кількість потенційних покупців зменшилося майже на 5 мільйонів осіб. Фактично ринок збуту зменшився від 20 до 30%. Плюс припинилися експортні поставки в Росію.

Не дивлячись на військові дії в зоні АТО до введення пропускового режиму на окуповані території Криму і Донбасу, заявки на купівлю меблів все ще надходили. Їх кількість значно зменшилася, але збільшився середній чек, - зазначає директор магазину МебельОк Андрій Ворона. -

Покупців з територій так званих народних республік цікавили дорогі спальні гарнітури з масиву дерева, замовні кутові дивани, елітні матраци і багато що інше".

Військові дії в Донецькій і Луганській областях стали однією з причин девальвації гривні. На початок 2014 р. її курс був 7,9930 за дол., а на кінець I-го півріччя 2015 р. – 21,01 за дол., тобто виріс більш ніж в 2.6 рази. Якщо б до цього часу, як вважають багато аналітиків, війна на Донбасі припинилася, то курс знизився до 16 грн. за дол.

Ціни на меблі безпосередньо залежать від курсу валют, оскільки значна частина матеріалів, таких як ДСП, фурнітура та оббивні тканини закуповуються за кордоном. Це призвело до зростання цін на окремі види меблів на 120-300%. Однак середня ціна на меблі класу "середній" в доларовому еквіваленті знизилася. Це можна бачити на прикладі графіка цін на диван Мікс ТМ Divanoff (Рисунок – 2 1.2).



(Рисунок – 1 1.2)

Між тим, за півтора роки суттєво знизилася купівельна спроможність населення. У 2013-му році індекс інфляції становив 100,5%, в 2014-му –

124,9%, а в I-му півріччі 2015-го – 139.3%. Але меблі дорожчала меншими темпами - відповідно на 0,4%, 22,8% і 26,8%.

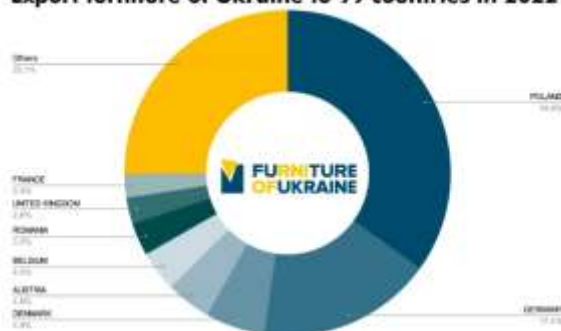
Якщо говорити простими поняттями, то ціна класичного дивана з позначки 2065 грн. у 2013 році зростає до 4265 грн. у липні 2015 року, тобто практично в 2 рази. При цьому середня зарплата українця збільшилася всього на 27%. Тобто два роки тому середня українська сім'я могла собі дозволити купити диван з однієї зарплати.

Отже, спочатку 2013 року, ми бачимо такий графік цін та вплив зовнішніх факторів на меблеву індустрію. З того часу пройшло 10 років, давайте обговоримо статистику за 2022 рік.

Війна виявилася для українських меблевиків не гіршою за COVID-19. Обсяг експорту меблів за 2022 рік становив \$806,6 млн, що на \$56,2 більше за обсяг експорту ковідного 2020 року, і все ж на \$244,5 менше, ніж Україна експортувала меблів у 2021 році (за даними Державної Митної Служби України).[14]

Проаналізувавши одне з досліджень, було виявлено графік експорту та імпорту України за 2022 рік (Рисунок – 1 1.2).

Export furniture of Ukraine to 99 countries in 2022



Export-import 2017-2022, mln USD



Отож, як повідомляється у дослідженні, незважаючи на відмову ІКЕА від співпраці з українськими меблевиробниками, середньорічний темп приросту експорту за останні 6 років склав 11,5%. [19]

В своєму дописі зазначено, що такий магазин як, JYSK не скорочував обсяги замовлень у своїх прямих постачальників, а, навпаки, продовжував працювати в Україні та підтримував українських виробників, не зважаючи на ризики. За останні 12 місяців обсяг закуплених в Україні меблів збільшився на 33% порівняно з попереднім періодом. [14]

Загалом, як повідомляється у дослідженні, у ТОП-10 країн, що найбільше купують українські меблі, зазначені такі країни, як:

- Польща – 34,91%;
- Німеччина – 17,37%;
- Данія – 5,89%;
- Австрія – 4,50%;
- Бельгія – 4,04%;
- Румунія – 3,23%;
- Велика Британія – 2,59%;
- Франція – 2,40%;
- Молдова, Республіка – 2,12%;
- Нідерланди – 1,83%.

Українські меблі у 2022 році були експортовані до 99 країн світу. Також було зазначено, що, хоча це менший відсоток, ніж у мирний час, коли було досягнуто показник у 120 країн, це свідчить про те, що світ продовжує попит на українські меблі та готовий підтримувати економіку України, купуючи меблі з маркою FurnitureofUkraine.

Росія, до якої в 2021 році було експортовано українських меблів на \$21,3 млн (2,02% від загального експорту), практично зникла з радарів національних виробників, а в 2022 році було відправлено меблів на \$3,3 млн протягом січня-лютого. Експорт меблів до Білорусі скоротився з \$17,1 млн у 2021 році до \$1,4 млн у 2022 році. Логістика через територію країни-агресора призвела до скорочення експорту меблів до Казахстану з \$14,2 до \$8,4 млн.

Крім того, обсяги експорту до країн Близького Сходу зменшилися на 20-40% у залежності від країни.

Згідно з повідомленням, у вересні 2022 року 80% виробників меблів не збираються переїжджати бізнес за межі країни, 13,3% вже здійснили релокацію, частково завдяки грантам, які надає держава та USAID. Нуль відсотків меблевих фабрик переїхали за кордон. За дослідженням Центру розвитку інновацій Офісу з розвитку підприємництва та експорту, 18,8% опитаних виробників меблів працюють виключно на внутрішньому ринку, 50% мають намір вийти на експорт, а решта екпортували свою продукцію і раніше.

Деякі напрямки виробництва в Україні переживають перевантаження замовленнями з-за кордону і не можуть приймати нових клієнтів. Найбільш популярними продуктами є стільчики та столи. Є приклади успішних виробників меблів на замовлення, які екпортують свою продукцію на 100%. Звичайно, є питання щодо гарантій виконання замовлень, але на це відповідає репутація власника та фабрики, можливість співпраці з Кредитно-Експортним Агентством України, а також мобільність бізнесу, який може відкривати дочірні компанії за кордоном та укладати угоди від імені компаній з ЄС, США та інших країн. Можна знайти аргументи, які пояснюють, чому українське меблевиробництво не можна зупинити: від російських обстрілів до мобілізації співробітників та відключення електрики. Офіційна статистика також підтверджує стійкість українського бізнесу.

1.3 Фактори впливу на функціонування ринку меблів в Україні

Ринок меблевої індустрії в Україні розвивається швидким темпами. На це впливають певні фактори, що призводять до збільшення пропозиції та попиту, збільшенню спеціалістів, тощо. Пропонуємо розглянути основні фактори впливу на функціонування ринку меблів в Україні.

Перший фактор, який впливає на функціонування ринку меблів в Україні - стан економіки країни. Зміни в економіці, такі як зростання ВВП, зменшення рівня безробіття, збільшення розміру середньої зарплати та покращення загального рівня життя населення, можуть позитивно вплинути на споживчу активність та збільшення попиту на меблі. З іншого боку, негативні зміни в економіці, такі як криза, зменшення доходів населення, зростання безробіття та зменшення змоги на купівлю, можуть призвести до скорочення попиту на меблі та зменшення продажів на ринку. Економічні фактори також можуть впливати на ціни на меблі, залежно від курсу валют, зміни в податковій політиці та зміни вартості сировини та матеріалів, що використовуються для виробництва меблів.

Другий фактор, що впливає на функціонування ринку меблів в Україні - це менталітет та зацікавленість населення у покращенні умов свого проживання. Українці все частіше стають свідомими споживачами та приділяють значну увагу зовнішньому вигляду та якості предметів побуту, до яких належать й меблі.

Зокрема, українці все більше орієнтуються на модні та стильні рішення в дизайні інтер'єру та створенні затишної атмосфери вдома. Це вимагає від виробників меблів не лише високої якості та функціональності, але і відповідного дизайну та естетичного вигляду.

Також можна відзначити, що зростання заробітної плати та підвищення рівня життя в країні призводить до збільшення попиту на більш дорогі та ексклюзивні меблі. Водночас, наявність значної частини населення з низькими доходами також створює попит на бюджетні та середньоцінові меблі, що сприяє розвитку масового сегменту ринку.

Отже, менталітет та зацікавленість українців у покращенні умов свого проживання є важливим фактором, що впливає на розвиток ринку меблів в Україні та вимагає від виробників уваги до дизайну та якості продукції.

Третій фактор впливу на функціонування ринку меблів в Україні - це сфера дизайну інтер'єру. Дизайн інтер'єру стає все більш популярним у нашій країні, і це прямо впливає на попит на меблі. Клієнти все частіше звертають увагу на естетичний вигляд меблів, на їхню відповідність стилю інтер'єру. Індивідуальні замовлення на меблі, які повністю відповідають бажанням замовника, стають все популярнішими. Також зростає попит на ексклюзивні меблі, виготовлені зі складних матеріалів, що відповідають новітнім технологіям. В цілому, сфера дизайну інтер'єру напряду впливає на те, які меблі виробляють меблеві компанії, які з них популярні, і на їхню конкурентоспроможність на ринку.

Четвертий фактор впливу на функціонування ринку меблів в Україні - конкуренція в сегменті дизайну інтер'єру. Ринок меблів і тенденції в дизайні інтер'єру взаємопов'язані, оскільки меблі є одним з ключових елементів обладнання інтер'єру.

Конкуренція на ринку меблів в Україні висока, тому що існує багато виробників меблів з різними ціновими категоріями і якістю. Крім того, на ринку присутні бренди меблів з інших країн, які конкурують з місцевими виробниками.

У сегменті дизайну інтер'єру також існує конкуренція між дизайнерами та архітекторами, які надають послуги з дизайну інтер'єру. Більшість клієнтів бажає отримати індивідуальний та ексклюзивний дизайн, що робить ринок дизайну інтер'єру ще більш конкурентним.

Для меблевих компаній важливо бути в курсі тенденцій дизайну інтер'єру та вдосконалювати свої продукти відповідно до них. Також важливо мати

ефективну маркетингову стратегію та співпрацювати з професійними дизайнерами і архітекторами для просування своїх продуктів.

П'ятий фактор, який впливає на функціонування ринку меблів в Україні - це конкуренція та технологічний прогрес. Конкуренція є важливим чинником на ринку меблів, оскільки вона визначає ціни та якість продукції, що пропонується споживачам. Наявність конкурентів стимулює меблеві компанії до пошуку нових технологій та способів виробництва, а також до удосконалення якості своєї продукції.

Технологічний прогрес також має велике значення для ринку меблів. Нові технології, які використовуються в виробництві меблів, дозволяють зменшити витрати на виробництво та збільшити продуктивність.[6 – 7] Впровадження нових технологій допомагає меблевим компаніям підтримувати конкурентоспроможність та забезпечувати високу якість продукції, що сприяє підвищенню попиту на меблі в Україні та за кордоном.

Крім того, технологічний прогрес може впливати на споживачів, змінюючи їхні вимоги та очікування від меблів. Наприклад, з'явлення "розумних" меблів зі вбудованою технікою може змінити спосіб, яким люди сприймають меблі та використовують їх у своєму житті. Таким чином, технологічний прогрес є важливим чинником, який впливає на ринок меблів в Україні та формує його майбутнє.

Останній фактор впливу – це конкуренція та нові технології. На ринку меблів в Україні існує велика конкуренція між виробниками, що стимулює їх до вдосконалення та впровадження нових технологій в своїх виробничих процесах. Це дозволяє підвищити якість продукції, зменшити час виробництва та знизити витрати на виробництво.

Нові технології дозволяють створювати більш функціональні та зручні меблі, які задовільняють потреби сучасних споживачів. Також, впровадження

інноваційних технологій дозволяє виробникам меблів знизити витрати на енергоносії та зменшити негативний вплив на довкілля.[6]

Однак, для впровадження нових технологій потрібні значні інвестиції, які не кожен виробник може собі дозволити. Тому, для збереження конкурентоспроможності, виробники меблів повинні постійно моніторити ринок та шукати нові можливості для удосконалення своїх продуктів та процесів виробництва.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЦЬКИХ ПЕРЕВАГ НА РИНКУ МЕБЛІВ

2.1 Склад анкетування

Для створення анкетування та підбору питань ми використали попередній аналіз, щоб визначити споживацькі переваги на ринку меблів в Україні.

Опитування складається з декількох блоків питань, які допомагають вирішити такі задачі:

1. Знайомство з респондентами, що допоможе визначити портрет середньостатистичного споживача
2. Визначення зацікавленості споживачів у темі, що розглядається
3. Визначення переваг споживачів у співвідношенні ціни, якості та дизайну
4. Визначення зацікавленості споживачів у дизайні інтер'єру
5. Визначення найпопулярнішого місця покупки меблів серед опитуваних споживачів
6. Визначення зацікавленості споживачів у темі оновлювання, або створення меблів, як альтернативи покупки нової
7. Визначення споживацьких переваг у виборі меблів орієнтуючись на виробника

Для створення цього анкетування був використаний онлайн – текстовий процесор Google docs. Для зручності та легкості проходження респондентами цього опитування було розроблено питання без текстової відповіді, розроблено багато варіантів відповіді. Максимальний час, який респондент може витратити на це опитування складає 15 хвилин, що збільшує кількість відповідей та вірогідність повного проходження анкетування.

Задача анкетування полягає у визначенні портрету середньостатистичного споживача, визначенні зацікавленості споживачів у

сфері предметного дизайну, визначенні переваг споживачів у співвідношенні ціни, якості та дизайну, визначенні зацікавленості споживачів у дизайні інтер'єру, визначенні найпопулярнішого місця покупки меблів серед опитуваних споживачів, визначенні зацікавленості споживачів у темі оновлювання, або створення меблів, як альтернативи покупки нової, визначенні споживацьких переваг у виборі меблів орієнтуючись на виробника, що стане основою аналізу перспективи ринку меблів після завершення війни та допоможе представникам ринку меблів зрозуміти потреби споживачів.

2.2 Відповіді респондентів та аналіз результатів дослідження

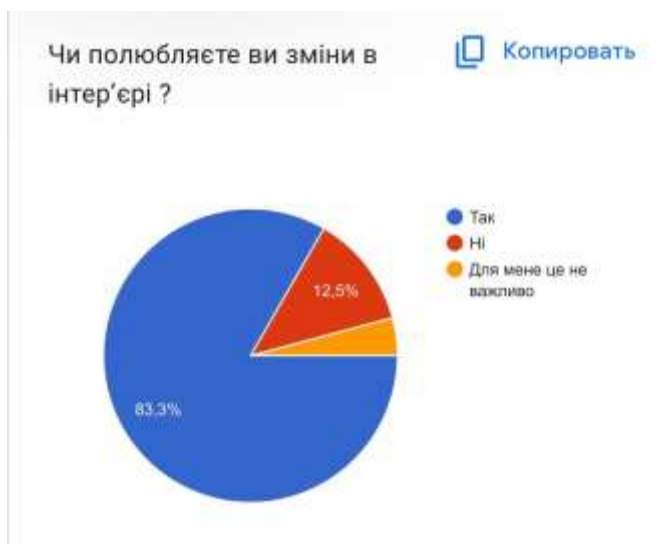


Рис. 1 Результати показали, що 83% респондентів любляють зміни в інтер'єрі, 12% не любляють зміни в інтер'єрі, для інших не важливо.

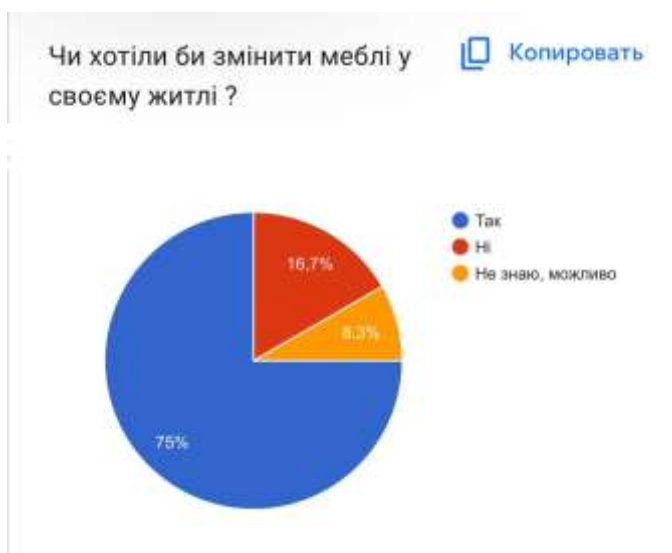


Рис.2 Результати показали, що 75% хотіли би змінити меблі у своєму житті, 16% не хотіли би змінювати меблі, інші вагаються.

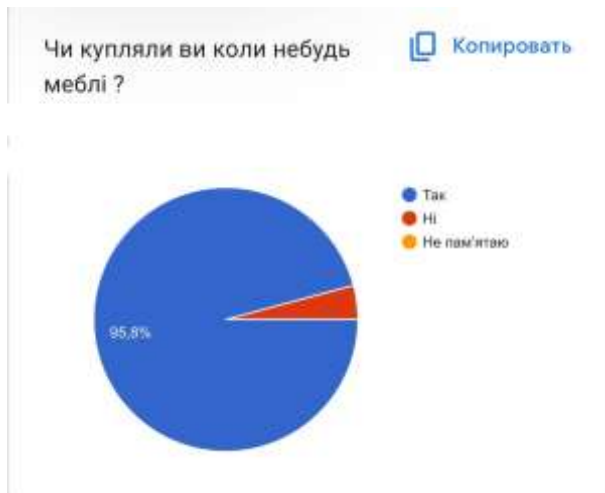


Рис.3 Результати показали, що 95% респондентів купляли меблі, інші не купували.

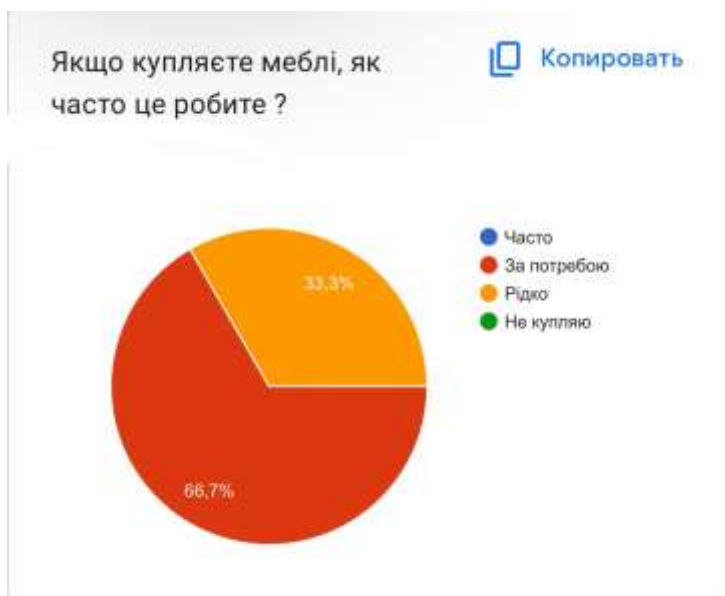


Рис.4 Результати показали, що 66% респондентів купляють меблі за потреби, інші інколи купують.

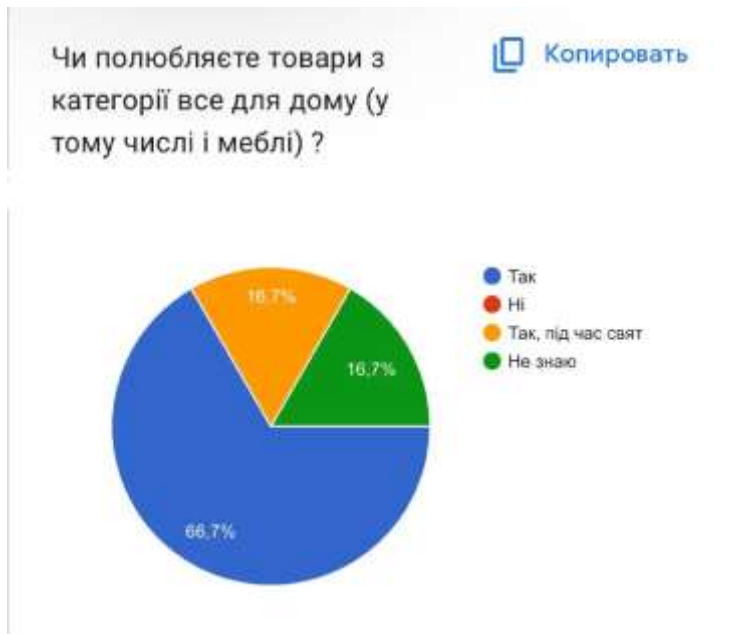


Рис.5 Результати показали, що 66% респондентів любляють товари з категорії все для дому, 16 % цікавляться товарами з категорії все для дому під час свят, інші вагаються.

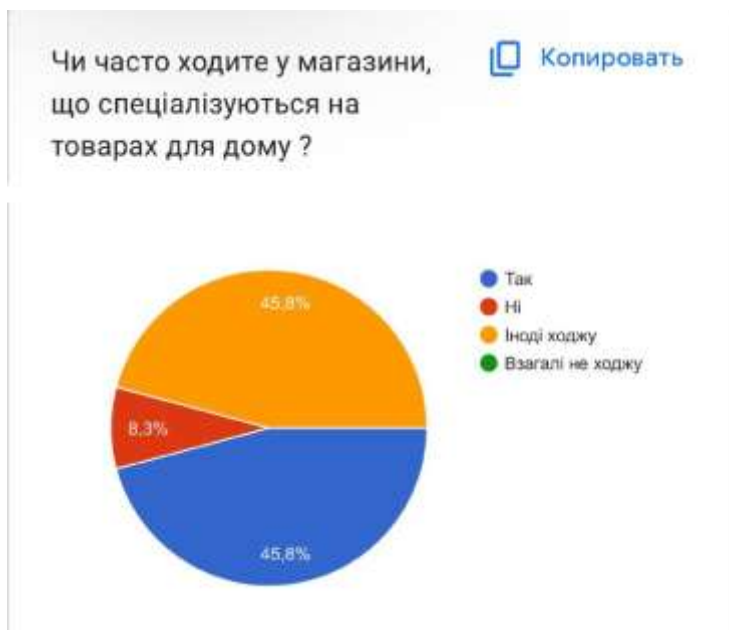


Рис.6 Результати показали, що 45% респондентів часто ходять у магазини, що спеціалізуються на товарах для дому, 45% ходять іноді, інші ходять не часто.

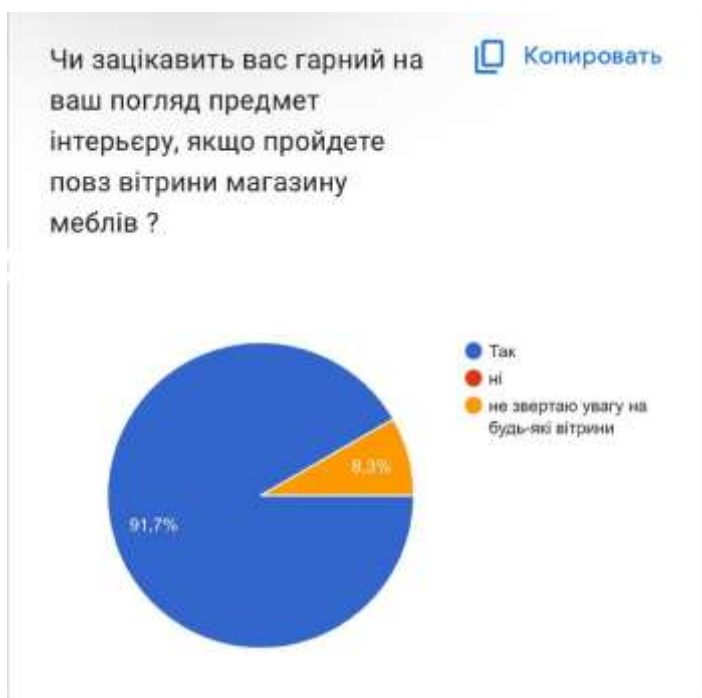


Рис.7 Результати показали, що 92% респондентів зацікавляться гарним предметом інтер'єру, якщо пройде повз вітрини магазину меблів, інші не звертають увагу.

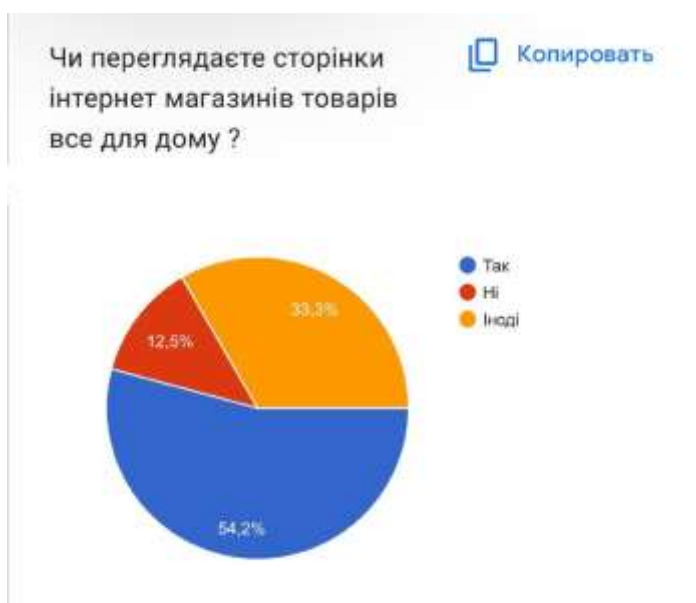


Рис.8 Результати показали, що 54% респондентів переглядають сторінки інтернет магазинів товарів все для дому, 33% іноді переглядають, інші не переглядають.

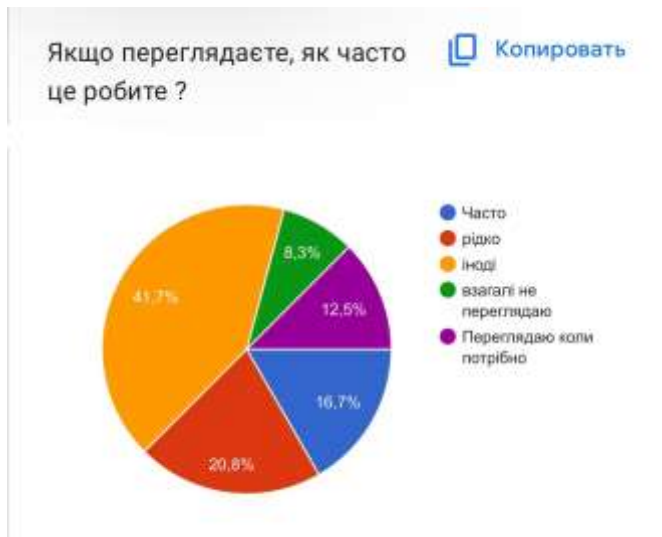


Рис.9 Результати показали, що 41% іноді переглядають сторінки інтернет магазинів, 20% інколи переглядають, 16% часто переглядають, 12% переглядають за потреби, інші взагалі не переглядають.

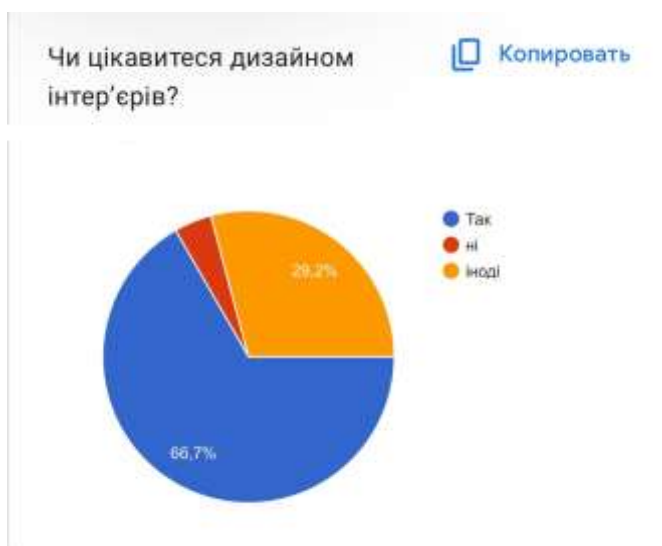


Рис.10 Результати показали, що 67% респондентів цікавляться дизайном інтер'єрів, 29% іноді цікавляться, інші не цікавляться.

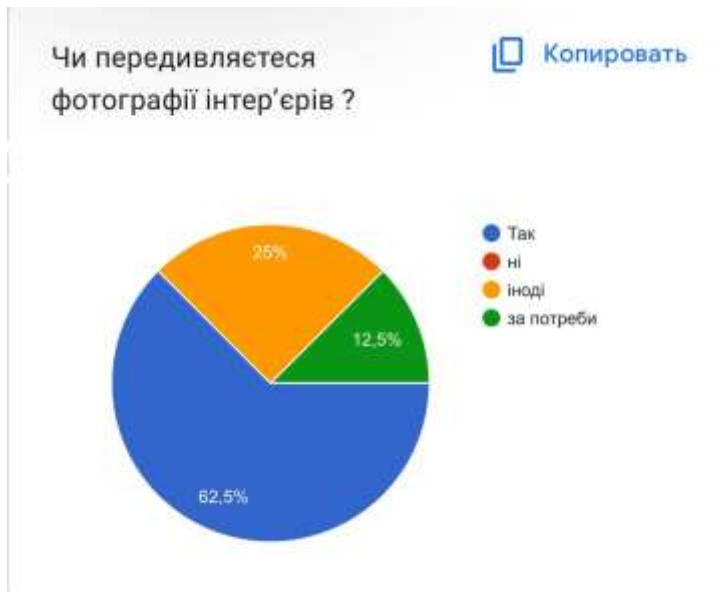


Рис.11 Результати показали, що 62% респондентів передивляються фотографії інтер'єрів, 25% іноді передивляються, інші передивляються за потреби.

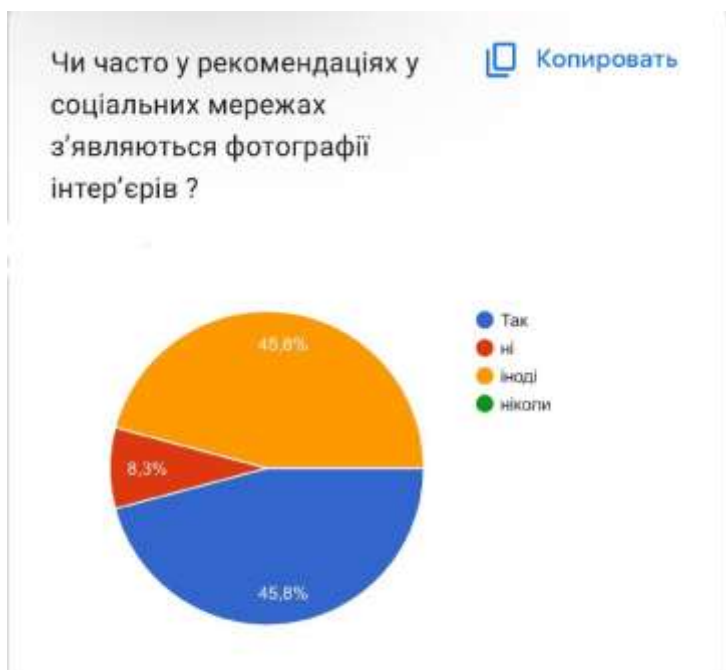


Рис.12 Результати показали, що у 45% респондентів часто з'являються фотографії інтер'єрів, у 45% іноді з'являються, у інших з'являються не часто.

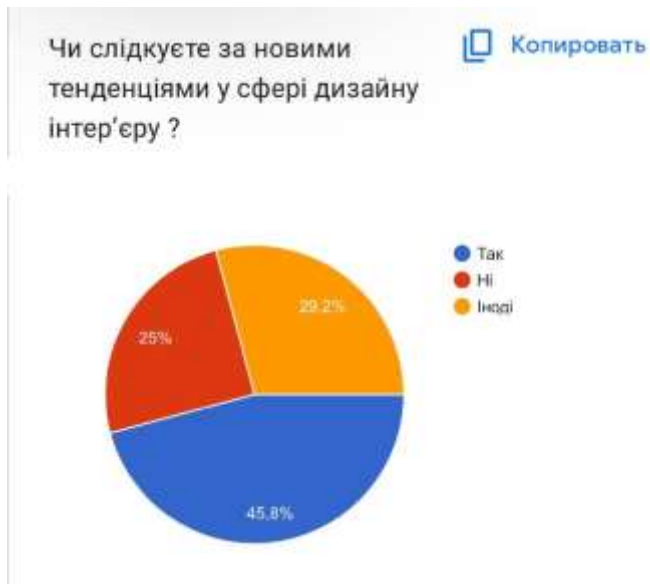


Рис.13 Результати показали, що 45% слідкують за новими тенденціями у сфері дизайну інтер'єрів, 29% іноді слідкують, інші не слідкують.

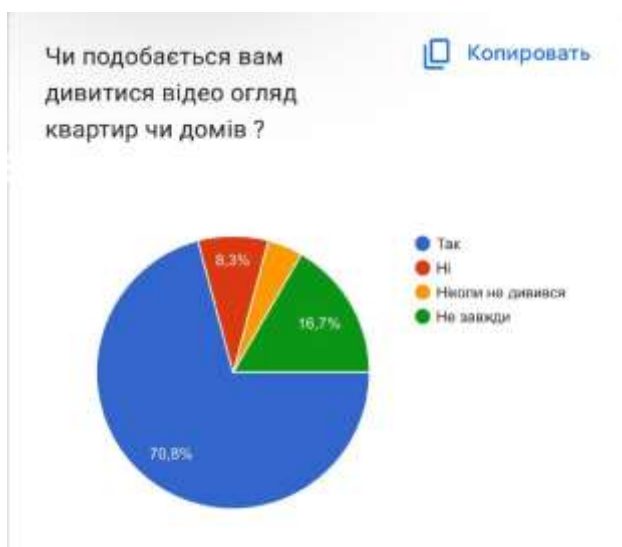


Рис.14 Результати показали, що 70% респондентам подобається дивитися відео огляд квартир та домів, 16% не завжди подобається, 8% не подобається дивитися, іншим ніколи не дивилися.

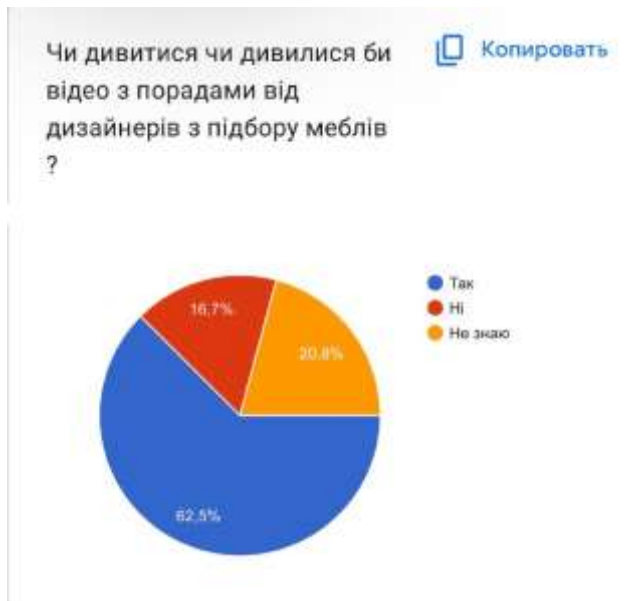


Рис.15 Результати показали, що 62% респондентів дивилися чи дивилися би відео з порадами від дизайнерів з підбору меблів, 20% вагаються, інші не дивилися би.

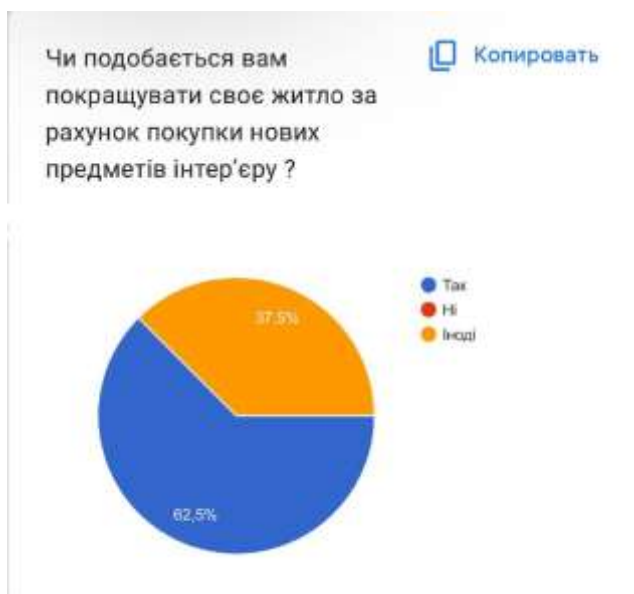


Рис. 16 Результати показали, що 62% респондентам подобається покращувати своє житло за рахунок покупки нових предметів інтер'єру, іншим іноді подобається.

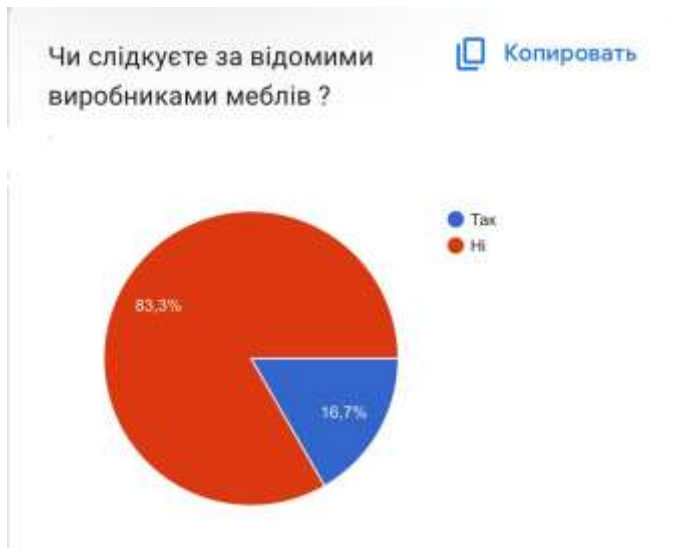


Рис. 17 Результати показали, що 83% не слідкують за відомими виробниками меблів, інші слідкують.

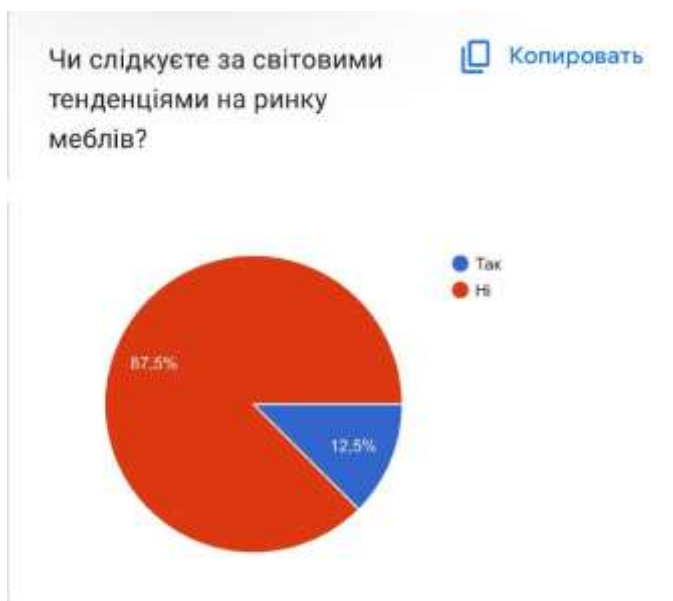


Рис.18 Результати показали, що 87% респондентів не слідкують за світовими тенденціями на ринку меблів, інші слідкують.

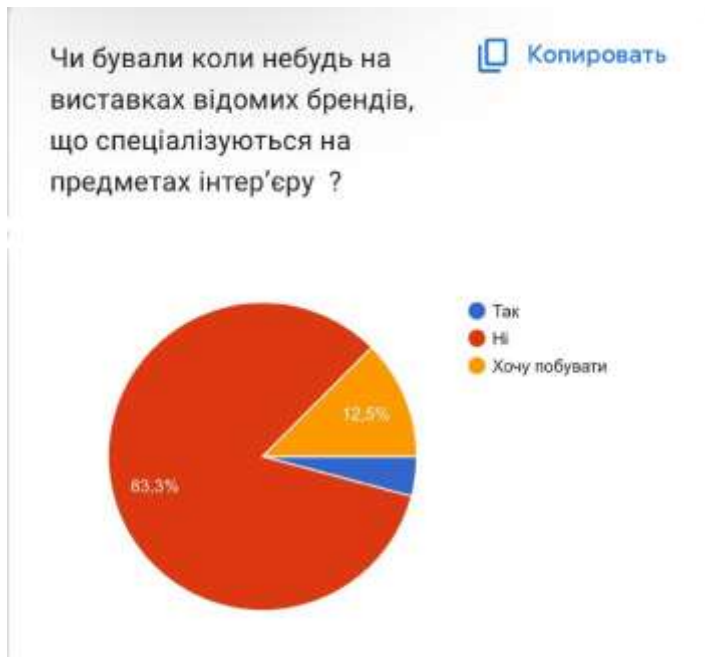


Рис.19 Результати показали, що 83% респондентів не бували на виставках відомих брендів, що спеціалізуються на предметах інтер'єру, 12% хотіли би побувати, інші бували.

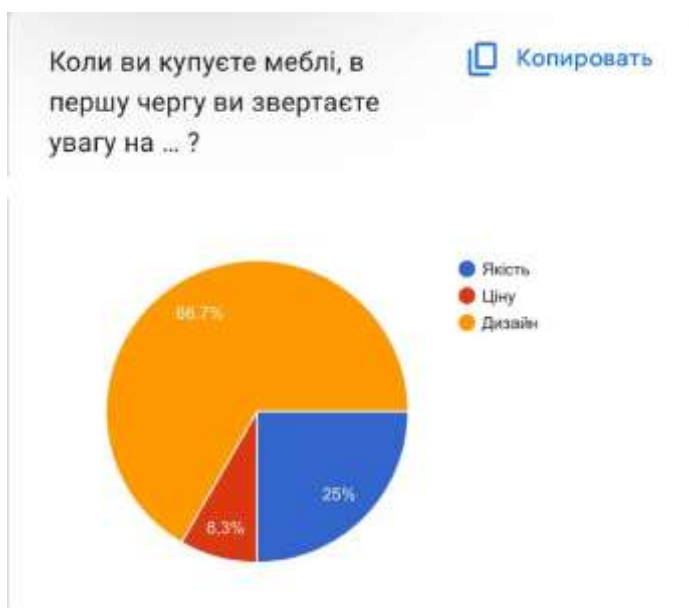


Рис.20 Результати показали, що 66% респондентів у першу чергу звертають увагу на дизайн, 25% на якість, інші на ціну.

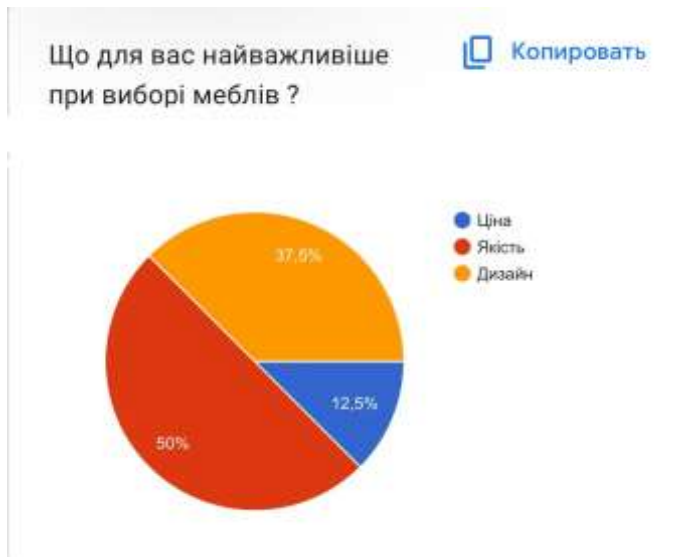


Рис.21 Результати показали, що для 50% респондентів найважливіше при виборі меблів якість, для 37% найважливіше дизайн, для інших найважливіша ціна.

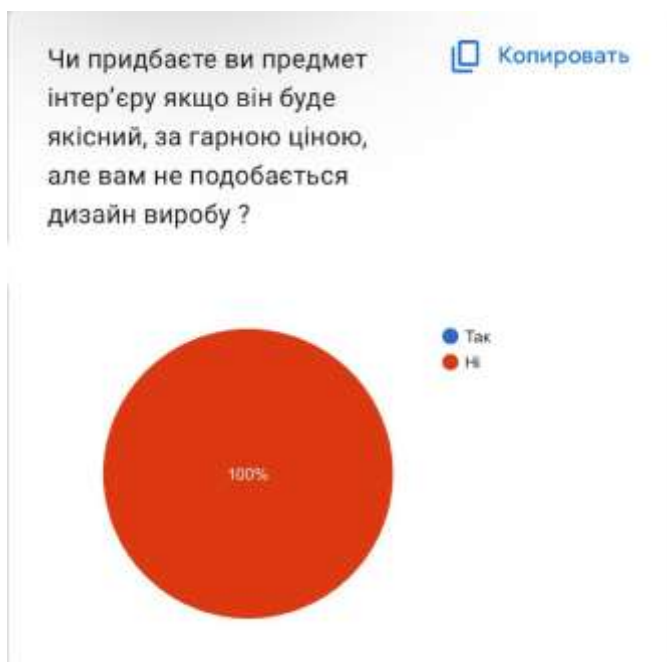


Рис.22 Результати показали, що всі респонденти не придбали би предмет інтер'єру якщо він був би якісний, за гарною ціною, але не подобався би дизайн виробу.

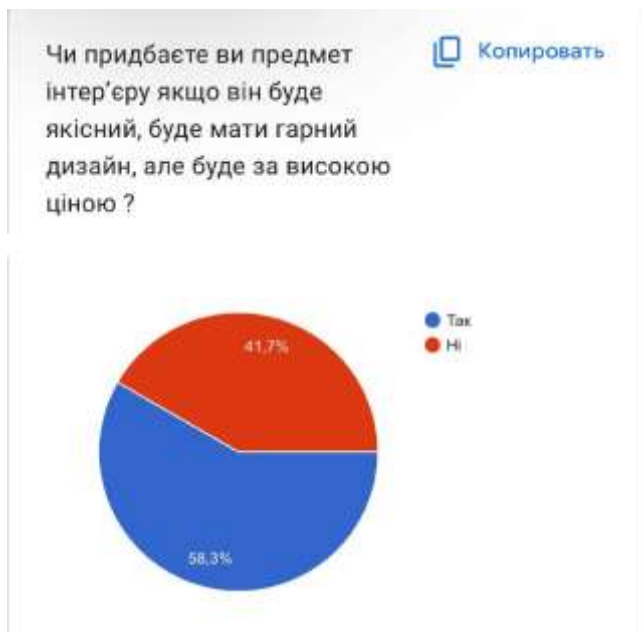


Рис.23 Результати показали, що 58% респондентів придбали би предмет інтер'єру якщо він був би якісний, мав би гарний дизайн, але був би за високою ціною, інші не придбали би.

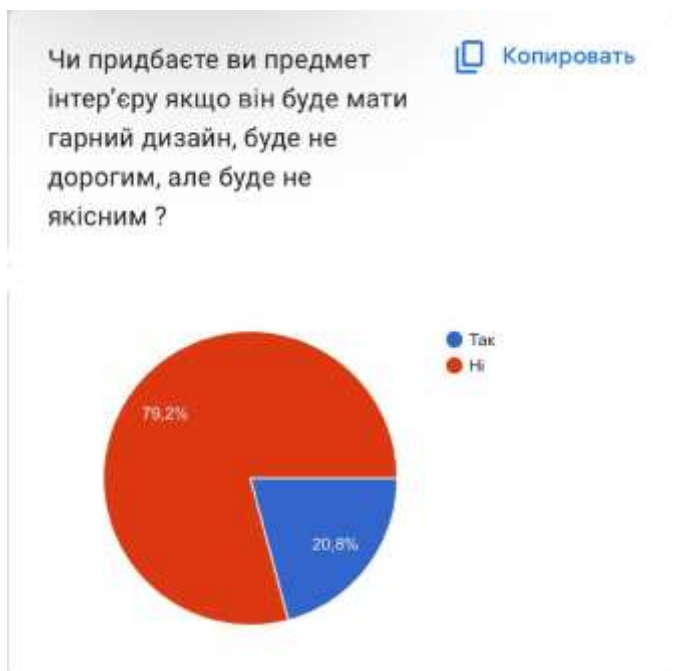


Рис.24 Результати показали, що 79% не придбали би предмет інтер'єру якщо він мав би гарний дизайн, був би не дорогим, але був би не якісним, інші придбали би.

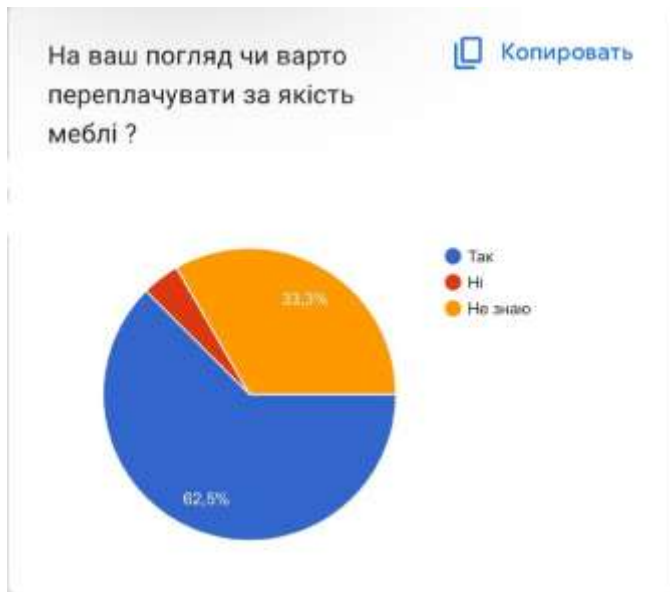


Рис.25 Результати показали, що 62% вважають, що варто переплачувати за якість меблів, 33% вагаються, інші вважають, що не варто.

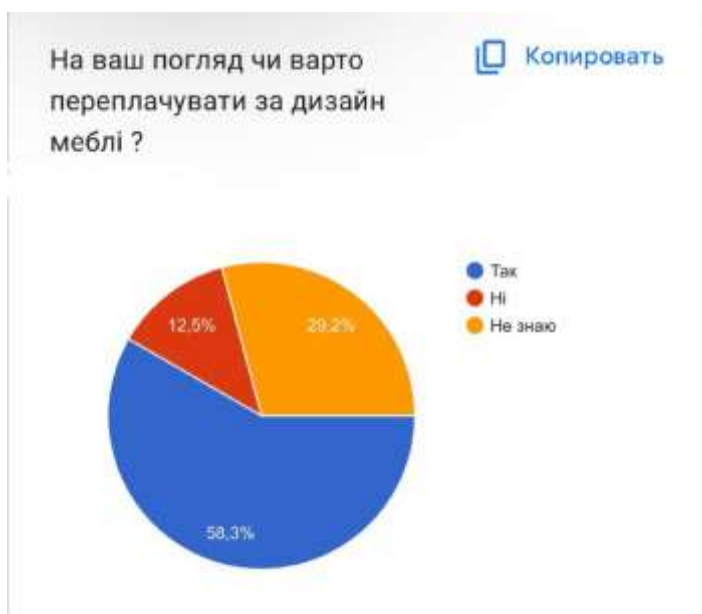


Рис.26 Результати показали, що 58% вважають, що варто переплачувати за дизайн меблі, 29% вагаються, інші вважають, що переплачувати не варто.

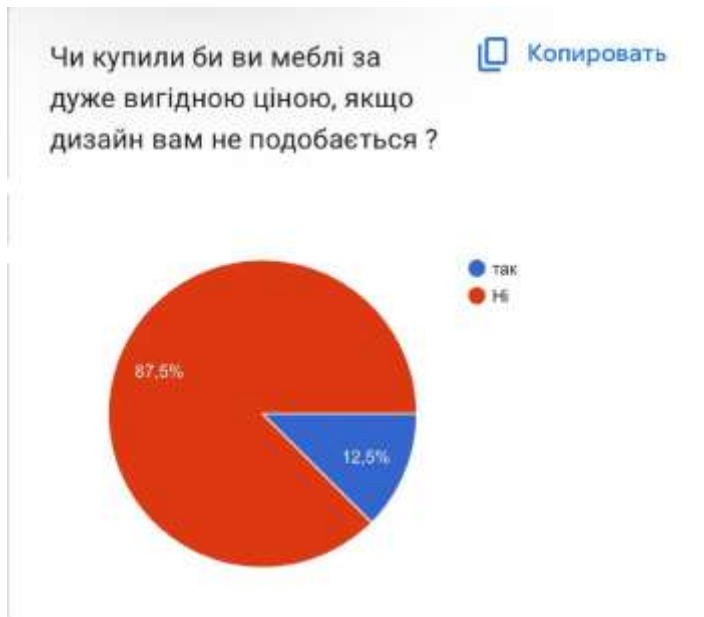


Рис.27 Результати показали, що 87% респондентів не купили би меблі за дуже вигідною ціною, якщо дизайн не подобається, інші купили би.

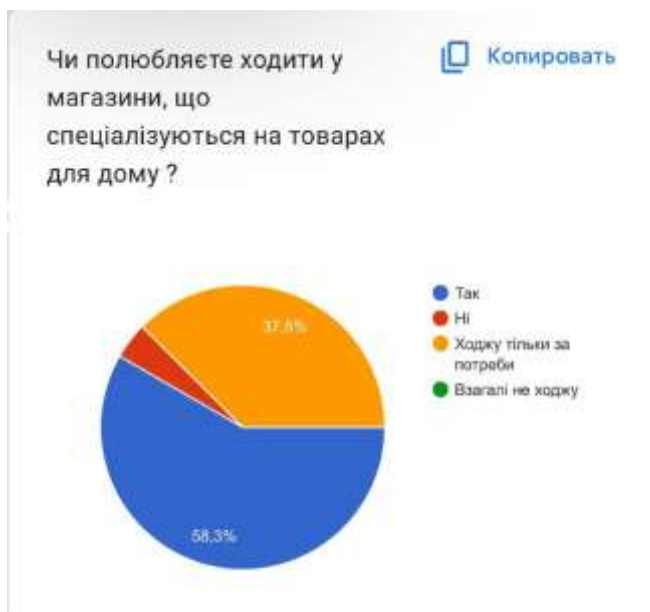


Рис.28 Результати показали, що 58% респондентів любляють ходити у магазини, що спеціалізуються на товарах для дому, 37% ходять за потреби, інші не любляють.

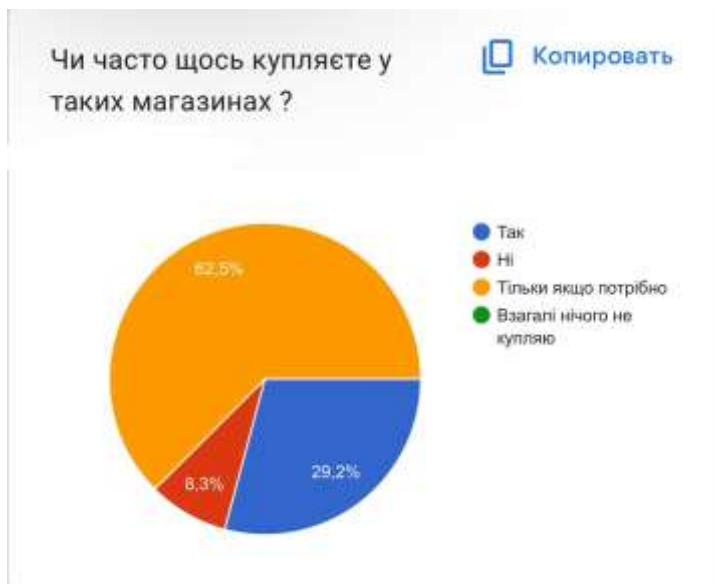


Рис.29 Результати показали, що 62% респондентів купляють щось у таких магазинах виключно за потреби, 29% часто щось купляють, інші купляють щось не так часто.

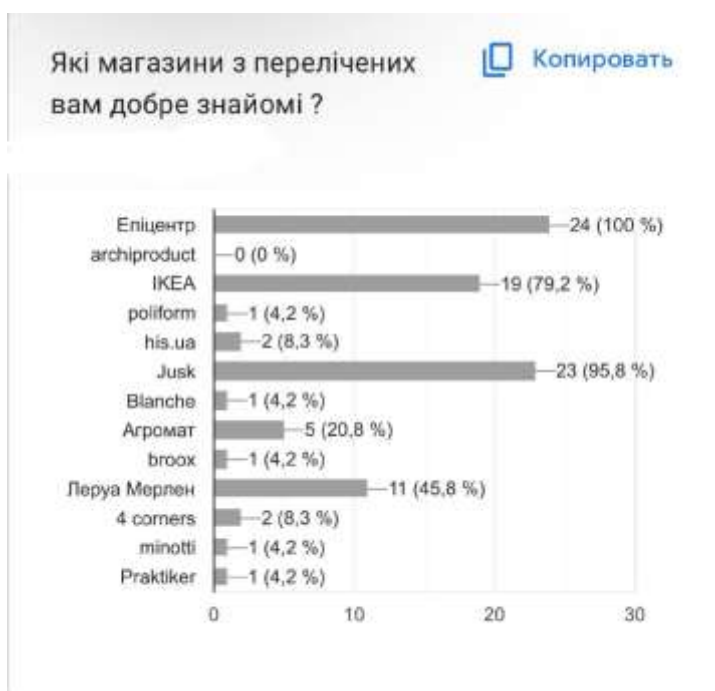


Рис.30 Результати показали, що найпопулярніші та найвідомішими магазинами серед респондентів є Епіцентр, Jusk та ІКЕА.

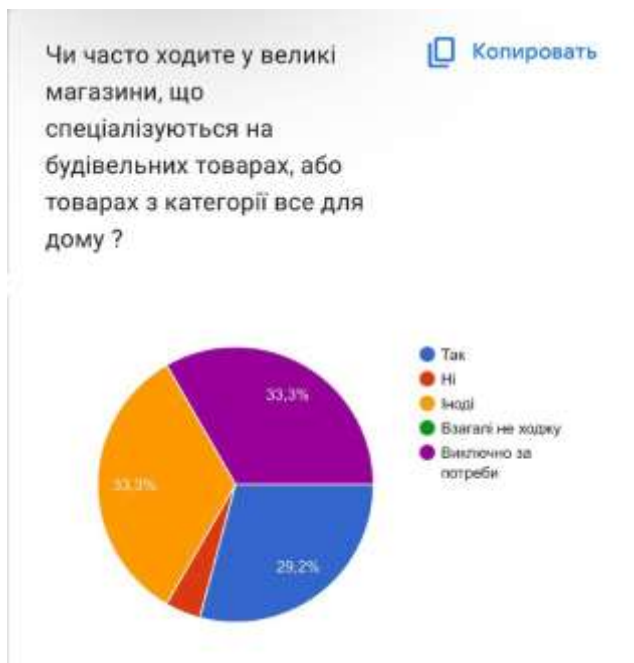


Рис.31 Результати показали, що 33% іноді ходять у великі магазини, що спеціалізуються на будівельних товарах, або товарах з категорії все для дому, 33% ходять виключно за потреби, 29% часто ходять, інші ходять інколи.

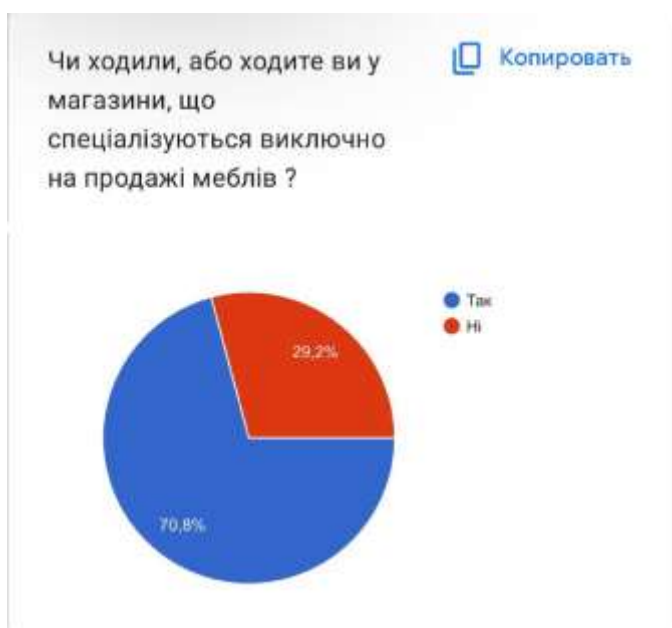


Рис.32 Результати показали, що 70% респондентів ходили, або ходять у магазини, що спеціалізуються виключно на продажі меблів, інші не ходили.

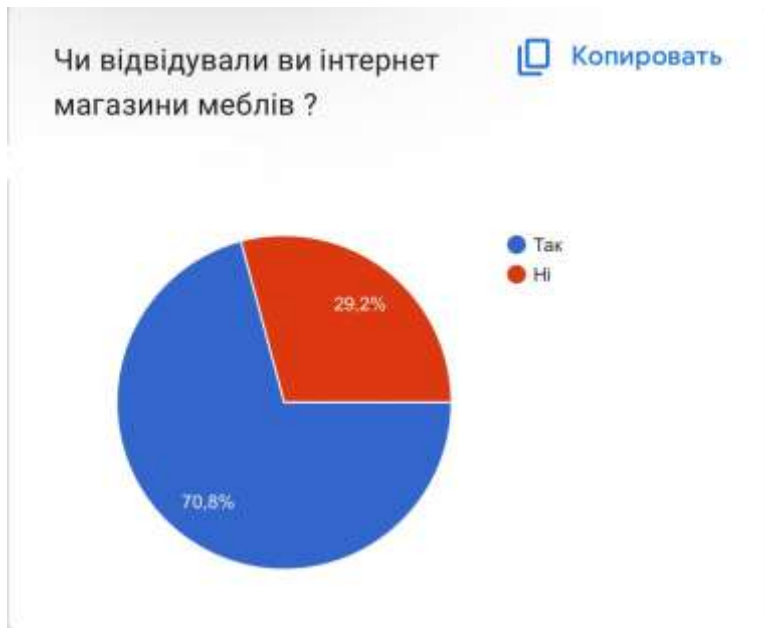


Рис.33 Результати показали, що 70% респондентів відвідували інтернет магазини меблів, інші ні.

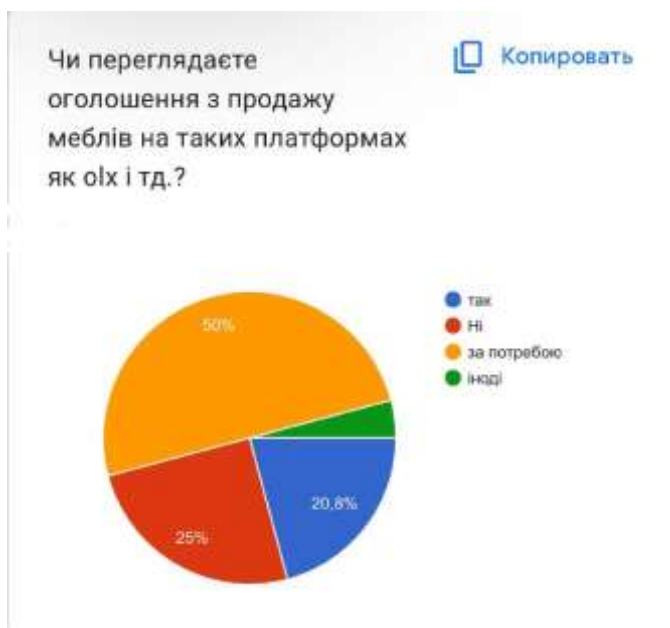


Рис.34 Результати показали, що 50% респондентів переглядають оголошення з продажу меблів на таких платформах як olx та інші. За потребою, 25% не переглядає оголошення, 20% переглядають, інші іноді переглядають.



Рис.35 Результати показали, що 41% респондентів найчастіше купують меблі у магазинах, що спеціалізуються на товарах для дому (IKEA, JUSK), 33% у спеціалізованих магазинах, 12% в інтернет магазинах.

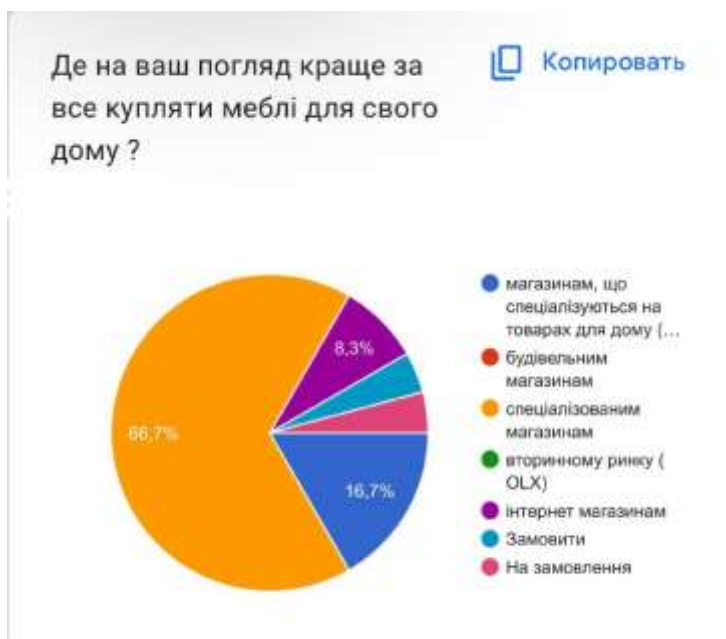


Рис.36 Результати показали, що 66% респондентів вважають, що краще за все купляти меблі для свого дому у спеціалізованих магазинах, 16% у магазинах, що спеціалізуються на товарах для дому, 8% в інтернет магазинах.

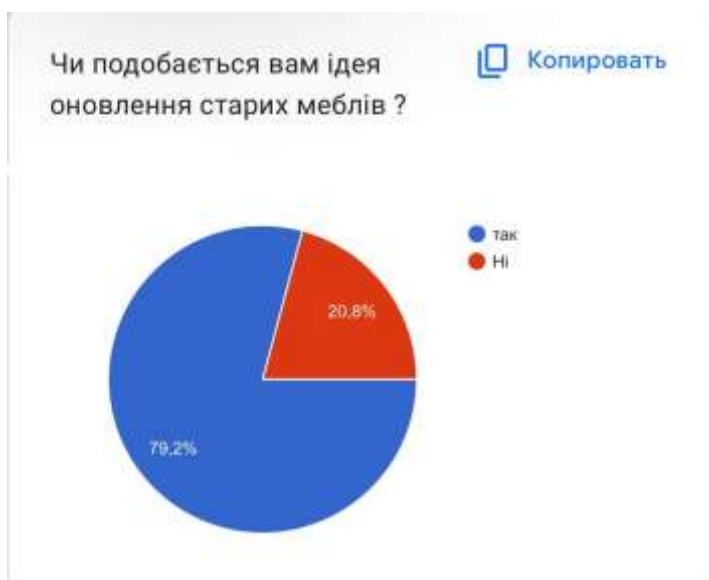


Рис.37 Результати показали, що 79% респондентам подобається ідея оновлення старих меблів, іншим не подобається.

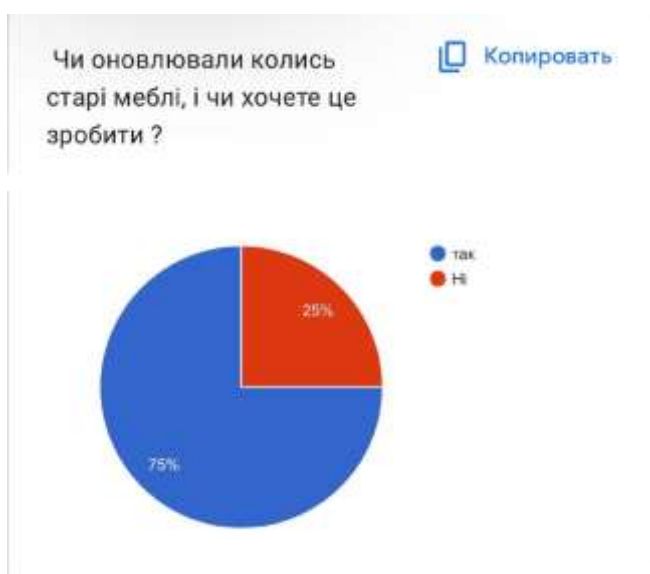


Рис.38 Результати показали, що 75% респондентів оновлювали колись старі меблі, або хотіли це зробити, інші ні.

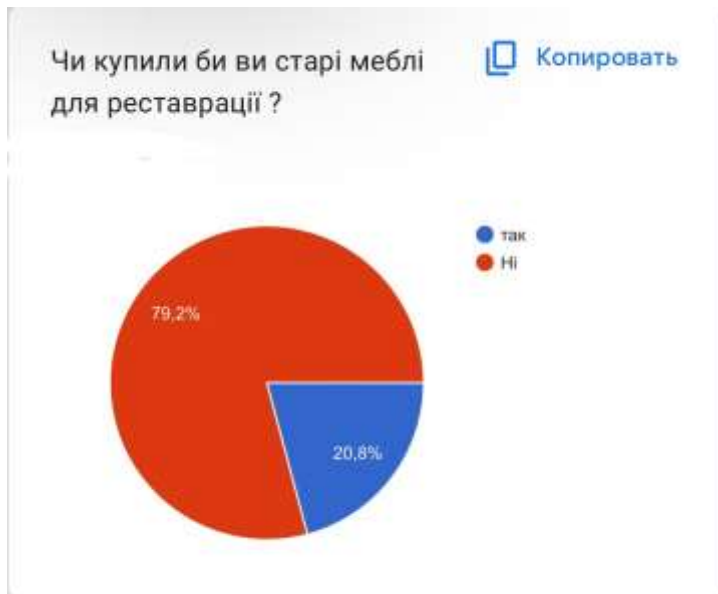


Рис.39 Результати показали, що 79% респондентів не купили би старі меблі для реставрації, інші купили би.

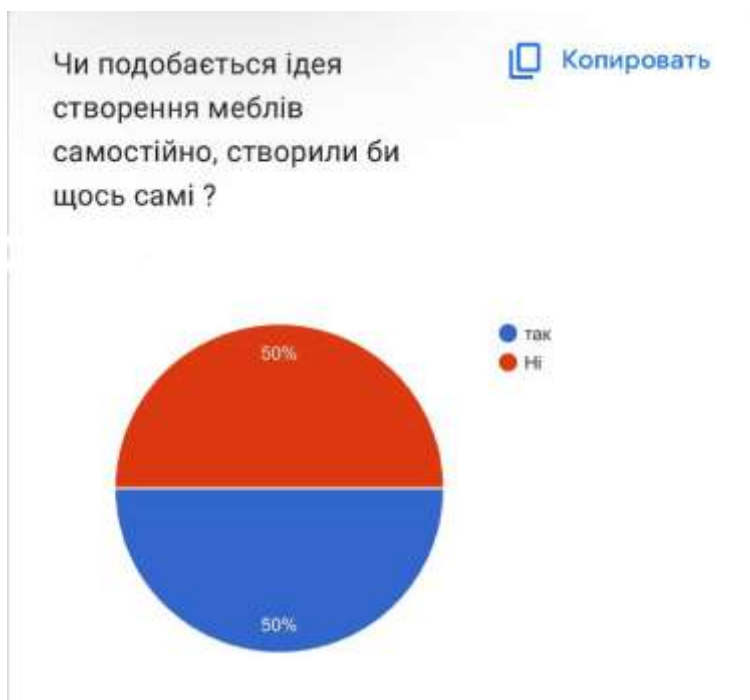


Рис.40 Результати показали, що 50% респондентам подобається ідея створення меблів самостійно, іншим ні.

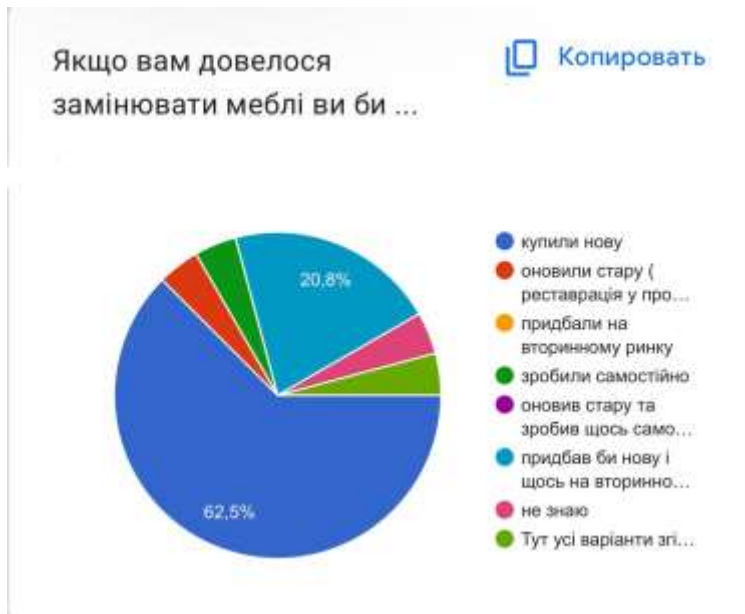


Рис.41 Результати показали, що 62% респондентів при необхідності замінювати меблі купили би нову, 20% придбали би нову і щось на вторинному ринку.

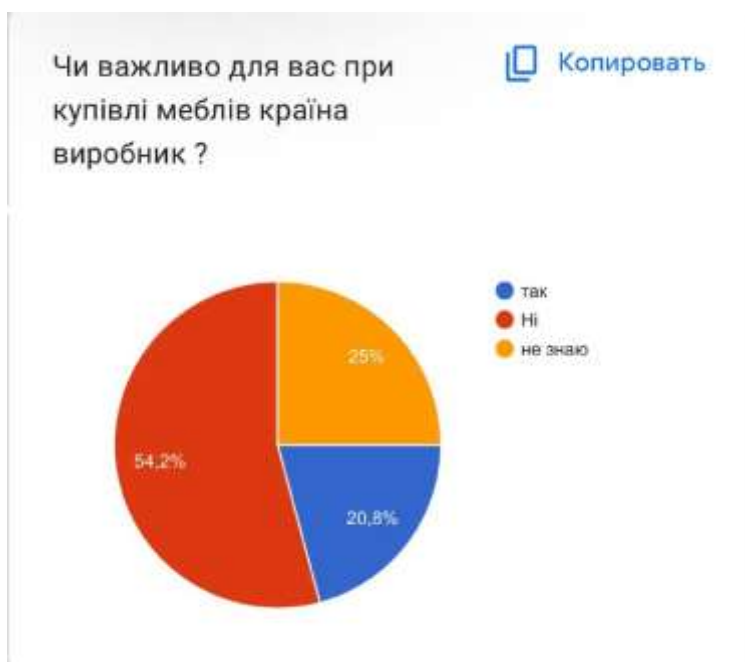


Рис.42 Результати показали, що 54% респондентам не важлива при купівлі меблів країна виробник, 25% вагається, іншим важливо.

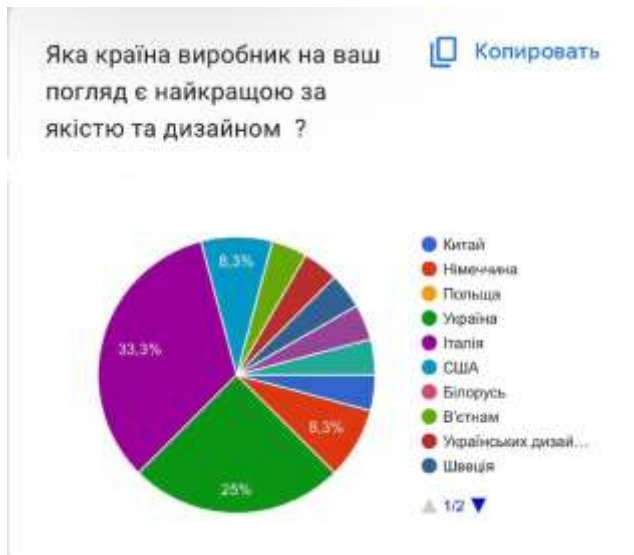


Рис.43 Результати показали, що на погляд 33% респондентів Італія є найкращою за якістю та дизайном країною виробником, 25% вважають найкращою Україну, 8% Німеччину, 8% - США.

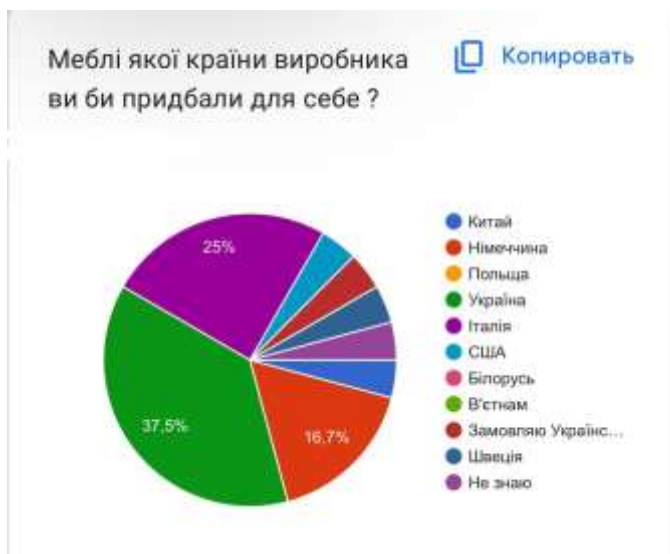


Рис.44 Результати показали, що 37% придбали для себе меблі українського походження, 25% італійського походження, 16% німецького походження.

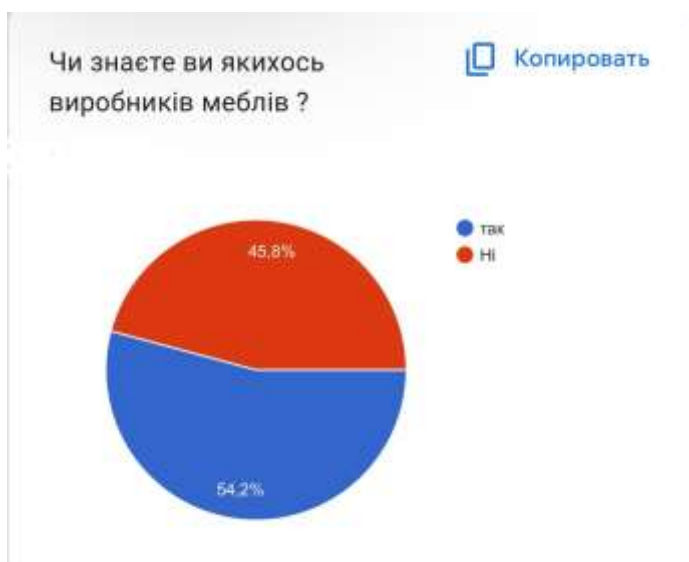


Рис.45 Результати показали, що 54% респондентів знають деяких виробників меблів, інші ні.

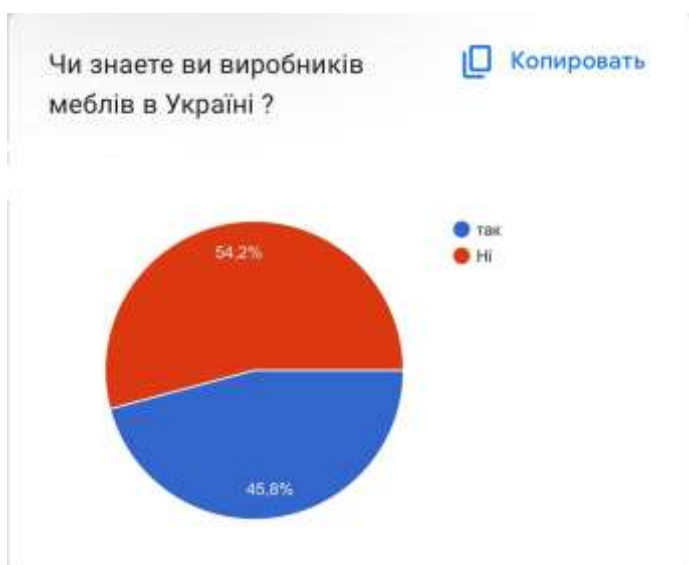


Рис.46 Результати показали, що 54% респондентів не знають виробників меблів в Україні, інші знають.



Рис.47 Результати показали, що частина опитаних знають виробників меблів в Україні.

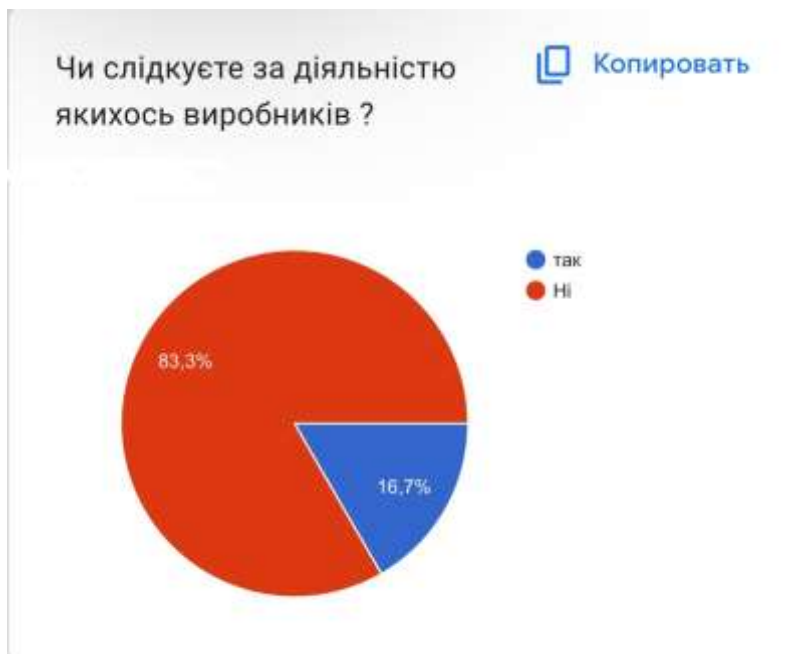


Рис.48 Результати показали, що 83% респондентів не слідкують за діяльністю якихось виробників, інші слідкують.

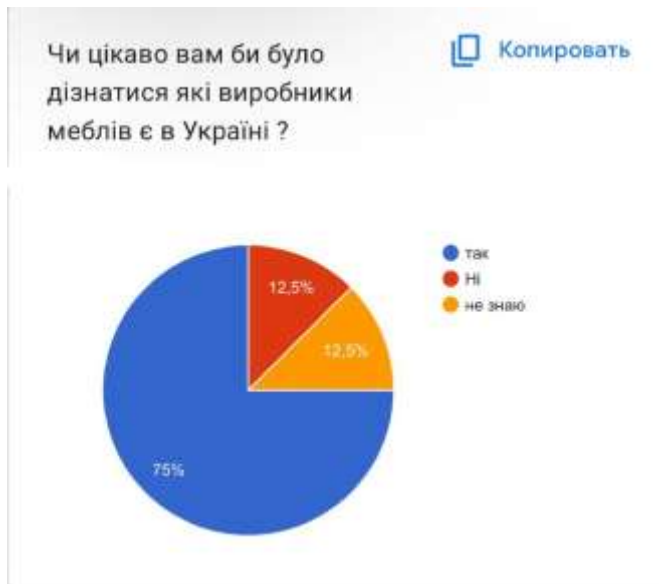


Рис. 49 Результати показали, що 75% респондентам цікаво було би дізнатися які виробники меблів є в Україні, 12% не знають, іншим не цікаво.

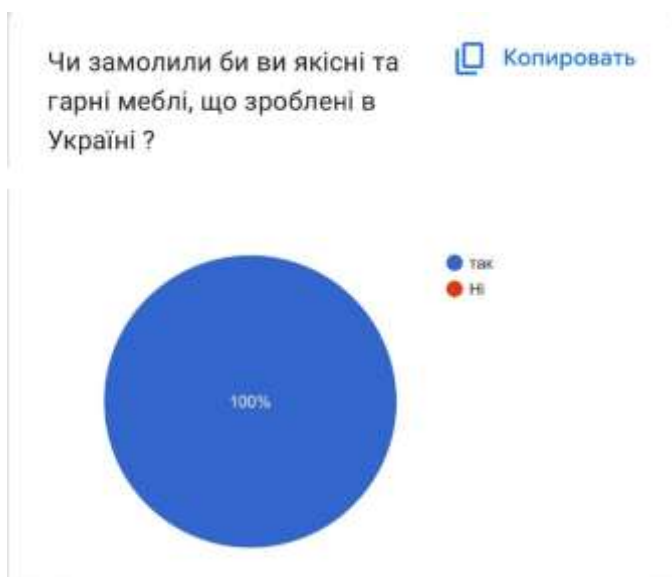


Рис.50 Результати показали, що усі респонденти замолили би ви якісні та гарні меблі, що зроблені в Україні.

У першому блоку питань респонденти відповідали на загальні питання завдяки яким ми визначили стать, вік та фінансову спроможність респондентів. Серед опитуваних 88% жінок, 12% чоловіків, з них 30% тих, кому від 30 до 40 років, 20% тих, кому 20-25 років, 20% тих, кому 40-50 років, 16% віком від 30-

40 років та 12% опитаних віком від 50-60 років . 75% опитаних працюють, 12 % навчаються та працюють, 8% тимчасово не мають роботи, інші навчаються в університеті.

Проаналізувавши другий блок питань, задача якого полягала у визначенні зацікавленості споживачів у сфері предметного дизайну, було з'ясовано, що аудиторія зацікавлена у змінах та покращенні свого житла, часто відвідує спеціалізовані магазини, але утримуються від імпульсивних покупок.

Проаналізувавши третій блок питань, задача якого полягала у визначенні зацікавленості споживачів у дизайні інтер'єру, було з'ясовано, що більшість респондентів цікавляться дизайном інтер'єрів, але майже не цікавляться предметним дизайном.

Проаналізувавши четвертий блок питань, задача якого полягала у визначенні переваг споживачів у співвідношенні ціни, якості та дизайну, ми з'ясували, що для респондентів найважливішим при виборі меблів є дизайн виробу та його якість. Дизайн є майже найголовнішим критерієм вибору, тому що всі респонденти не готові купляти меблі гарної якості за привабливою ціною з поганим дизайном та більше 50% готові витратити більше у разі задоволення дизайном виробу.

Проаналізувавши п'ятий блок питань, задача якого полягала у визначенні найпопулярнішого місця покупки меблів серед опитуваних споживачів, було визначено, що найпопулярнішими місцями для покупки є магазини, що спеціалізуються на товарах для дому та будівельні магазини. Але аудиторія в більшості вважає, що краще купляти меблі у спеціалізованих магазинах.

Проаналізувавши шостий блок питань, задача якого полягала у визначенні зацікавленості споживачів у темі оновлювання, або створення меблів, як альтернативи покупки нової, було з'ясовано, що більшості респондентів подобається ідея оновлення старих меблів, але за потреби

замінити меблі, майже всі респонденти віддають перевагу покупці нових меблів.

Проаналізувавши сьомий блок питань, задача якого полягала у визначенні споживацьких переваг у виборі меблів орієнтуючись на виробника, було визначено, що більшості респондентам не важлива країна походження виробу, але опитані досить зацікавлені у підтримці українських виробників меблів.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РИНКУ МЕБЛІВ ПІСЛЯ ВІЙНИ

3.1 Внесок ринку меблів в економіку України

Так як зазначалось вище, ринок меблів має значний внесок в економіку України. Згідно з даними в 2022 році експорт українських меблів становив 806,6 млн доларів США. Це свідчить про те, що українські меблі знайшли попит на зовнішніх ринках, що є важливим джерелом валютних надходжень для країни.

Крім того, розвиток меблевої промисловості сприяє створенню робочих місць та забезпеченню економічного зростання. За даними українська меблева промисловість виробляє широкий спектр меблів для дому, офісів, готелів та інших приміщень, що відповідає світовим стандартам та потребам ринку.[4]

Крім того, розвиток меблевої галузі може сприяти розвитку суміжних галузей, таких як лісова, деревообробна та лакофарбова промисловості, що також мають значний внесок у економіку країни.

Незважаючи на те, що виробники меблів зупинили експорт до Росії та Білорусі, вони продовжують експортувати до 120 інших країн. Найбільшим партнером України в експорті меблів є Польща з понад 34%, за нею йде Німеччина з близько 16%. [4] Згідно з даними ІТС, Німеччина, США та Польща є ринками з найбільшим потенціалом для експорту виробів з дерева з України. США показують найбільшу різницю між потенційним та фактичним експортом у вартісному виразі, що залишає простір для додаткового експорту на суму у 32 мільйони доларів.

Однак, відкрилися нові можливості для деревообробної промисловості та виробництва меблів, які пов'язані з проектами, які реалізуються для потреб воєнного часу, зокрема:

1. Проект RE: UKRAINE для будівництва тимчасового житла для біженців та переміщених осіб, який пропонує використовувати дерев'яно-каркасну модульну систему. Автори проекту шукають меблеві компанії, які можуть долучитися до проекту як підрядники.
2. Проект «Укриття 22» конструкторського бюро «Nochu Rayu» — це довгостроковий варіант тимчасового житла для сімей з чотирьох осіб, який включає персональний житловий модуль та підвал-укриття в разі обстрілів чи бомбардувань.
3. Проект LIM Capsule конструкторського бюро «Nochu Rayu» передбачає використання існуючих будівель, які переплановуються за допомогою внутрішнього житлового простору капсульних модулів для створення тимчасового житла.

Українські виробники меблів мають можливості для експорту. Тому що країни, які зазвичай імпортують меблі з Росії та Білорусі, такі як Литва, Польща, Німеччина, Швеція, Франція, Великобританія та США, змушені будуть знайти нових постачальників. Це відкриває Україні можливість зайняти нові експортні ніші на світовому ринку меблів.[4 – 5]

Так, ринок меблів є значною складовою економіки України, оскільки він є важливим джерелом створення робочих місць, особливо у сферах виробництва, дизайну, реклами та продажу меблів. Крім того, цей ринок забезпечує значний обсяг внутрішнього споживання, а також експортує свою продукцію за кордон. Це сприяє економічному зростанню країни, збільшенню її ВВП та розширенню міжнародних ринків збуту. Тому можна стверджувати, що розвиток ринку меблів є важливою складовою економічного розвитку України та має значний внесок у забезпечення стабільності та процвітання країни.

3.2 Ключові спостереження

На основі даних про економіку та розвиток меблевої галузі, можна зробити перспективи розвитку на подальші роки. Якщо стан економіки країни

покращиться, це може привести до зростання попиту на меблі, оскільки люди зможуть дозволити собі більш комфортне життя та інтер'єр. Це може сприяти розвитку ринку меблів, збільшенню обсягів продажів та виробництва, а також розвитку нових напрямків дизайну та технологій. [7]

Підтримка малого та середнього бізнесу може призвести до збільшення конкуренції на ринку меблів, що зумовить зниження цін на продукцію, покращення якості та розширення асортименту. [7] Крім того, малі та середні підприємства можуть стати джерелом інновацій та нових ідей для розвитку ринку меблів.

Повернення біженців в країну може привести до збільшення попиту на меблі, оскільки їм потрібне облаштування житла. Це може сприяти зростанню ринку меблів, збільшенню продажів та виробництва, а також появі нових ідей для розвитку ринку.

Якщо буде активно відновлюватися інфраструктура, то це може позитивно вплинути на функціонування ринку меблів в Україні. Зокрема, якщо будуть відновлені і збільшені магістралі та дороги, зменшиться час доставки товарів та послуг, що сприятиме підвищенню ефективності транспортування меблів до клієнтів, а також знизить витрати на доставку та зберігання. Крім того, якщо буде зроблено інвестиції в розвиток міської інфраструктури, то можна очікувати зростання попиту на меблі для офісів, громадських приміщень та інших об'єктів. Також відновлення інфраструктури може привести до збільшення обсягів будівельних робіт, що збільшить попит на меблі для будівництва та ремонту житла.[5]

Якщо держава зможе залучати багато інвестицій, то ринок меблів в Україні може розвиватися досить швидко. Інвестиції можуть допомогти відкривати нові меблеві фабрики та розширювати виробництво вже існуючих. Крім того, інвестиції можуть забезпечити введення новітніх технологій у

виробництво меблів, що дозволить значно збільшити продуктивність та якість продукції.

Залучення інвестицій також може сприяти розвитку експортного напрямку, оскільки можна буде виробляти більше продукції за більш низьку ціну та конкурувати з іншими країнами. Додатково, інвестори можуть зацікавитися відкриттям нових меблевих магазинів та розширенням національної мережі дистрибуції, що дозволить підвищити доступність продукції та збільшити кількість клієнтів.

Проте, важливо зазначити, що залучення інвестицій повинне відбуватися в рамках ефективної системи правового регулювання, яка забезпечить захист прав та інтересів інвесторів. Також важливо мати ефективну систему контролю та нагляду за використанням інвестицій та їх ефективністю. В ідеалі, інвестиції повинні бути спрямовані на створення високоякісної продукції, підвищення її конкурентоспроможності та збільшення експортної потужності України.

ВИСНОВОК

У першому розділі ми проаналізували різні аспекти ринку меблів в Україні, а також вплив різних факторів на його функціонування. Відповідно до наших обговорень, можна стверджувати, що ринок меблів є важливою складовою економіки України, яка сприяє створенню робочих місць та забезпеченню економічного зростання країни.

На сьогоднішній час Ринок меблів є досить великим і динамічним ринком, що постійно змінюється і адаптується до нових тенденцій та вимог споживачів. Світовий ринок меблів на 2021 рік оцінюється в \$ 600 млрд і очікується, що до 2025 року він зросте до \$ 750 млрд. Ринок меблевої індустрії в Україні розвивається швидким темпами. На це впливають певні фактори, що призводять до збільшення пропозиції та попиту, збільшенню спеціалістів, тощо.

Основними факторами впливу на функціонування ринку меблів в Україні є стан економіки країни, менталітет та зацікавленість населення у покращенні умов свого проживання, сфера дизайну інтер'єру, конкуренція та технологічний прогрес.

Для розвитку та прогресу ринку меблів в Україні необхідно проводити маркетингові дослідження. Ці дослідження дозволяють визначити потреби та попит споживачів на ринку меблів, а також знайти шляхи для їх задоволення.

Одним з основних завдань маркетингових досліджень на ринку меблів є вивчення потреб споживачів та їх вимог до якості та функціональності меблів. Крім того, важливим завданням є вивчення конкурентного середовища, тенденцій на ринку, аналіз поточних тенденцій та прогнозування майбутніх змін.

У зв'язку зі зростанням конкуренції на ринку меблів в Україні, важливим елементом маркетингових досліджень є також пошук нових ринкових можливостей, які дозволять виробникам та продавцям збільшити свою частку на ринку та отримувати більше прибутку.

Таким чином, можна стверджувати, що маркетингові дослідження ринку меблів є важливою складовою для ефективного функціонування підприємств даної галузі в Україні.

У другому розділі було проведено дослідження споживацьких переваг на ринку меблів в Україні. Для цього було створено анкетування, яке містило декілька блоків питань на певні теми, для створення цього анкетування був використаний онлайн – текстовий процесор Google docs.

Після проведення опитування відповіді респондентів були систематизовані та проаналізовані, було з'ясовано, що аудиторія зацікавлена у змінах та покращенні свого житла, часто відвідує спеціалізовані магазини, але утримуються від імпульсивних покупок, більшість респондентів цікавляться дизайном інтер'єрів, але майже не цікавляться предметним дизайном, для респондентів найважливішим при виборі меблів є дизайн виробу та його якість, найпопулярнішими місцями для покупки є магазини, що спеціалізуються на товарах для дому та будівельні магазини, більшості респондентів подобається ідея оновлення старих меблів, але за потреби замінити меблі, майже всі респонденти віддають перевагу покупці нових меблів, більшості респондентам не важлива країна походження виробу, але опитані досить зацікавлені у підтримці українських виробників меблів.

У третьому розділі було розглянуто внесок ринку меблів в економіку України де було зазначено, що ринок меблів є значною складовою економіки України, оскільки він є важливим джерелом створення робочих місць, особливо у сферах виробництва, дизайну, реклами та продажу меблів. Крім того, цей ринок забезпечує значний обсяг внутрішнього споживання, а також експортує свою продукцію за кордон. Це сприяє економічному зростанню країни, збільшенню її ВВП та розширенню міжнародних ринків збуту. Тому можна стверджувати, що розвиток ринку меблів є важливою складовою економічного розвитку України та має значний внесок у забезпечення стабільності та процвітання країни.

Також було визначені ключові фактори впливу на розвиток ринку меблів в Україні після закінчення війни, від яких буде залежати перспектива та стан ринку у майбутньому.

Було зазначено, що ринок меблів в Україні має перспективи розвитку, якщо стан економіки країни стане краще у найближчі 5-10 років, якщо в країні будуть підтримувати малий та середній бізнес, якщо в країну повернеться велика частина біженців, якщо буде активно відновлюватися інфраструктура та якщо держава зможе залучати багато інвестицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійченко С.В. Ринок комфорту // Інтер'єр. – 2004. – №11.
2. Гайда С.В. Основи формування класифікатора вторинних деревинних ресурсів / С.В. Гайда // Наукові праці Лісівничої академії наук України. – 2013. – Вип. 11. – с. 209-216.
3. Діагностика сектору меблів України// Деревообробник. — 2007, № 3 (165) 6-19 лютого. — С. 4-5.
4. Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент”: Збірник наукових праць. Луцький Національний Технічний Університет. – Випуск 8 (30). – Луцьк, 2011.
5. Коваленко В.І. Ринок меблів в Україні // Економіка. – 2003. – №5.
6. Кійко О. А. Проблеми інноваційної діяльності у меблевій промисловості України / Орест Антонович Кійко. // журнал «Про меблі». –№4 (29). – 2007.
7. Кійко О. А. Вибір шляху розвитку меблевої промисловості України / Орест Антонович Кійко. // журнал для виробників меблів «Меблеві технології». – №3 (34). – 2007.
8. Саганюк І.П. «Підсумки роботи підприємств деревообробної та меблевої промисловості України»/ БІЗНЕС № 4 від 24.01.05 р.
9. *Тенденція українського ринку // Маркетинг в Україні. - 2008. - №4.*
10. Усик С.П. Особливості розвитку меблевої промисловості України // Вісн. Київ. нац. ун-ту технологій та дизайну. — 2007. — № 5, т. 1. — С. 28-32.
11. Усик С.П. Розвиток сектору меблів: проблеми та перспективи // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 7(85). — С. 58-65.
12. *Шумський Орест Васильович, Беднарчук Микола Степанович, Полікарпов Іван Степанович. Товарознавство непродовольчих товарів: Опорний конспект лекцій / Укоопспілка; Львівська комерційна академія / І.С. Полікарпов (уклад.). – Л. : Видавництво ЛКА.*

13. <https://rubarbs.com/ua/article/oglyad-rinku-mebliv-v-ukraini-tendentsii-rozvitku>
14. <https://derevynnyk.com/ne-dyvlyachys-na-vijnu-eksport-ukrayinskyh-mebliv-za-2022-rik-stanovyv-8066-mln/>
15. <https://jak.koshachek.com/articles/vidi-i-klasifikacija-mebliv.html>
16. <https://ukraineinvest.gov.ua/uk/news/%d0%bd%d0%be%d0%b2%d1%96-%d0%bc%d0%be%d0%b6%d0%bb%d0%b8%d0%b2%d0%be%d1%81%d1%82%d1%96-%d0%b4%d0%bb%d1%8f-%d0%bc%d0%b5%d0%b1%d0%bb%d0%b5%d0%b2%d0%be%d1%97-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%bc%d0%b8%d1%81%d0%bb/>
17. <http://dprojekt.com.ua>
18. <http://roda.ua/> - *Офіційний сайт компанії „Рода”*.
19. Опис представництва ІКЕА: <https://www.ikea.com/ua/uk/this-is-ikea/work-with-us/ikea-v-ukrayinipub5dbf8e01>
20. <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/Analiz-rynkakurerskoi-ekspress-dostavki-Ukrainy>.
21. <https://uafm.com.ua/wpcontent/uploads/2017/03/statut-uam-nova-redaktsiya.pdf>.
22. <https://sup.org.ua/uk>.