ЗВІТ: АНАЛІЗ РИНКУ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

Меблі з натуральної деревини та меблі на замовлення – перспективи розвитку експорту

Серпень 2019 р.

Джон Мюррей
Growth Clusters UK Ltd.
Oswaldthwistle Mills,
Accrington,
Lancashire, UK
j.murray@growthclusters.com

ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

Зміст

РОЗДІЛ 1: Вступ 2
РОЗДІЛ 2: Опис ринку меблів з масиву дерева та меблів на замовлення та його сегментів 5
2.1 Деревообробка та оптові постачальники виробів з деревини 9
2.2 Виробництво товарів для ринку житлових приміщень 9
2.3 Меблі на замовлення 9
РОЗДІЛ 4: Динаміка розвитку ринку меблів під замовлення 12
РОЗДІЛ 5: Технічні та нетехнічні перешкоди для експорту з України у Великобританію 14
РОЗДІЛ 6: Вплив BREXIT 15
РОЗДІЛ 7: Тенденції дизайну меблів з масиву дерева 16
7.1 Окислений дуб 17
7.2 Розкішні узголів'я 18
7.3 Сміливі рішення 19
7.4 Багатофункціональні меблі 19
7.5 Автентичність ручної роботи 20
7.6 Рожеві тони 20
7.7 Затишні ліжка 21
7.8 Геометричні малюнки 21
7.9 Природні матеріали 22
7.10 Заокруглені форми 22
7.11 Новаторське використання металу 23
7.12 Предмети ручної роботи 23
7.13 Дрібні деталі 24
7.14 Натуральний камінь з сучасними лініями 24
7.15 Art Deco 25
7.16 Антикваріат 26
РОЗДІЛ 8: Ключові гравці на британському ринку 27
РОЗДІЛ 11: Канали дистрибуції та збуту на ринку Великобританії у різних сегментах 33
РОЗДІЛ 12: Закупівельні практики, прийняті комерційними покупцями меблів на замовлення, та умови торгівлі 34
ДОДАТКИ 36

РОЗДІЛ 1: Вступ

В центрі уваги цього Звіту – ринок меблів з масиву дерева у Великобританії. В фокус звіту також попадають деякі інші види меблів, що виробляються з інших матеріалів або з комбінацій матеріалів. Метою Звіту є заохочення українських компаній до успішного виходу на ринок Великобританії та допомога їм у цьому.

Поняття «меблі» включає широкий спектр товарів: побутові інтер'єрні стільці, столи та меблі для сидіння; тумби та вбудовані меблі для зберігання; ліжка та матраси; м'які меблі та обивочні матеріали; меблі для вулиці та відпочинку; а також дизайн комерційних, офісних та житлових приміщень.

Більшість компаній-виробників спеціалізуються лише в кількох з вищенаведених категорій. Якщо компанія займається постачанням меблів під замовлення, вона створює систему поставок від виробників, з якими укладаються субпідряди на виконання конкретних проектів та завдань.

Ця галузь економіки у Великобританії велика та швидко зростає. У 2016 році її обсяг становив близько 17.6 млрд. фунтів (в Німеччині – 25 млрд. фунтів). Цей сегмент ринку складний та різноманітний, представлений житловими будинками, офісами, готелями, школами та коледжами, круїзними лайнерами, лікарнями, ресторанами, житловими приміщеннями, стадіонами, аеропортами та іншими громадськими приміщеннями. Зазвичай усі закупівлі, окрім роздрібних, здійснюються через посередників, які купують товар для головного підрядника.

Обсяг ринку у 17.6 млрд. фунтів забезпечує підтримку 327 000 робочих місць у 50 000 зареєстрованих компаніях, що працюють в ширшому секторі меблів та фурнітури, включно з посередниками та спеціалізованими роздрібними продавцями. У 2016 році обсяг меблевого виробництва у Великій Британії досяг 11.3 млрд. фунтів в 8 390 компаніях з 118 000 працівників. Отже, обсяг імпорту перевищував 6 млрд. фунтів, або 35% від загального виробництва. Доля Китаю становила 2 млрд. фунтів.

За період з 2015 по 2016 рік виробництво меблів на експорт у Великобританії зросло на 13% до 1.13 млрд. фунтів, в основному до країн ЄС. Тобто, як у більшості секторів виробництва товарів, в цій галузі має місце негативний торгівельний баланс, а обсяг імпорту товарів перевищує обсяг експорту приблизно на 5 млрд. фунтів на рік.

Великобританія – це не лише витончений ринок меблів, а й світовий лідер у розвитку електронної торгівлі та виробництві програм для ЗМІ на теми дизайну інтер'єру а загальних побажань до організації побуту. Це створює додаткові виклики для іноземних компаній в оцінці ринкових тенденцій та сучасних модних товарів на динамічному ринку. Нижче у цьому Звіті розглядаються сучасні тенденції (Розділ 7), однак, з метою кращого розуміння ринку необхідно постійно аналізувати та відвідувати його.

РОЗДІЛ 2: Опис ринку меблів з масиву дерева та меблів на замовлення та його сегментів

Огляд ринку ЄС (зі Звіту BlueWeave)

Схема 1: Сегментація ринку меблів з масиву дерева в Європі

За допомогою цієї схеми (з кольоровим кодуванням вище) можна отримати резюме останніх тенденцій та прогнозів щодо зростання ринку. Графіки 2, 4 демонструє зростання обсягів виробництва протягом 10 років та панівну долю Німеччини та Великобританії у виробництві меблів. Як не парадоксально, ці дві країни водночас є і найпотужнішими імпортерами завершеної меблевої продукції з найбільшою кількістю джерел імпорту (зокрема, з Китаю).

Натуральна деревина означає березу або сосну (переважно), хоча меблі з сосни та світлих порід зараз не в моді. Див. Розділ 7.

Схема 2 Обсяг ринку дерев'яних меблів ЄС, млрд. дол. США (Джерело: BlueWeave Consulting, 2019)

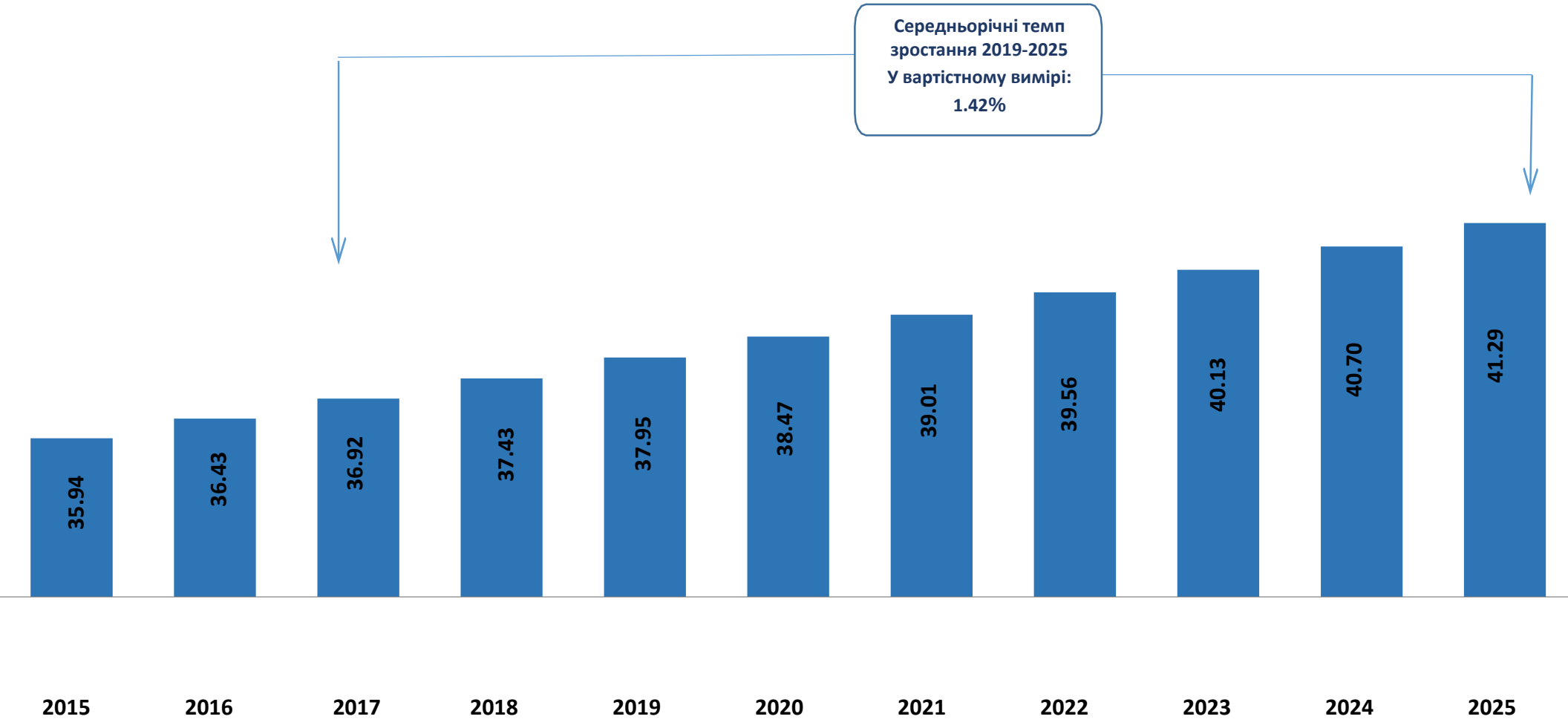


Схема 3: Структура ринку дерев'яних меблів ЄС (%), за типом продукту, у вартісному вимірі

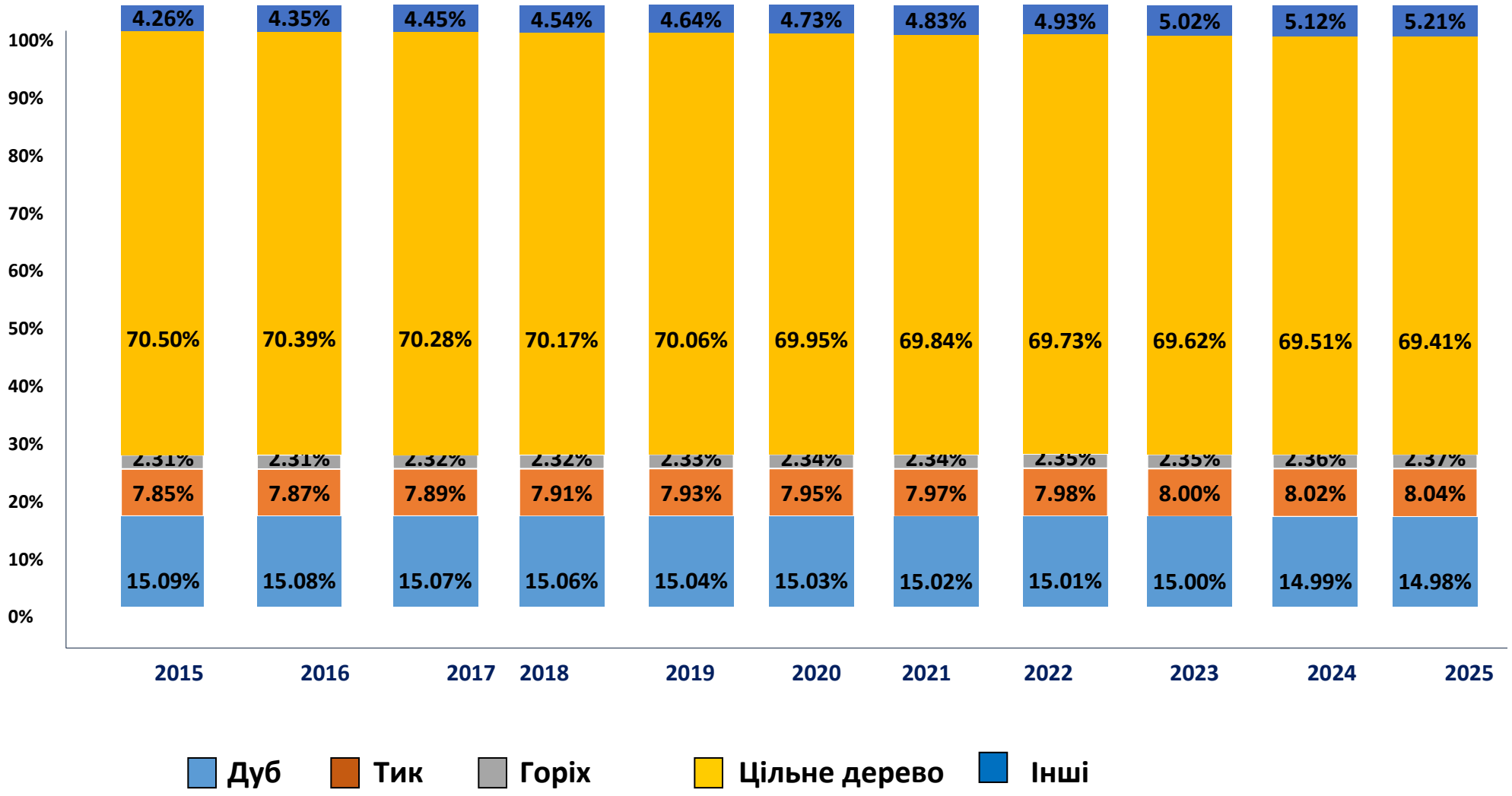
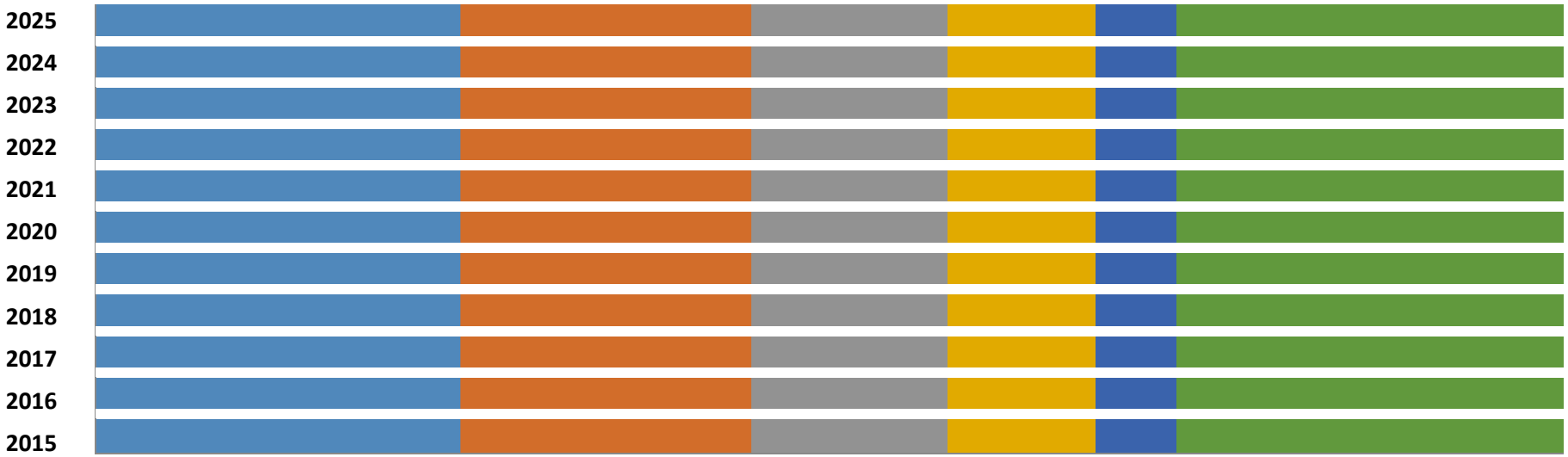


Схема 4: Структура ринку дерев'яних меблів ЄС (%), за країною, у вартісному вимірі



	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Німеччина	24.88%	24.81%	24.74%	24.66%	24.59%	24.52%	24.44%	24.37%	24.30%	24.22%	24.15%
Великобританія	19.82%	19.76%	19.69%	19.63%	19.57%	19.51%	19.45%	19.39%	19.33%	19.27%	19.21%
Італія	13.36%	13.41%	13.45%	13.49%	13.54%	13.58%	13.62%	13.67%	13.71%	13.75%	13.80%
Франція	10.14%	10.17%	10.20%	10.23%	10.26%	10.29%	10.32%	10.35%	10.38%	10.42%	10.45%
Іспанія	5.45%	5.47%	5.49%	5.51%	5.53%	5.55%	5.57%	5.59%	5.61%	5.63%	5.66%
Решта країн ЄС	26.35%	26.39%	26.43%	26.47%	26.51%	26.54%	26.58%	26.62%	26.66%	26.70%	26.74%

Далі наведено аналіз сегментів в рамках сектору. За 15 років автор звіту здійснював глобальний аналіз сектору за трьома основними сегментами.

2.1 Деревообробка та оптові постачальники виробів з деревини

До цього сегменту можуть відноситися третина усіх компаній, що працюють у секторі (наприклад, у Грузії - 160 компаній з 620). Сегмент включає загальні послуги, наприклад, постачання ламінованих матеріалів; виготовлення металевої фурнітури; скляні та інші недерев'яні вироби; а також, зокрема, обробку деревини для компаній, що збирають меблі.

Серед постачальників деревини та інших матеріалів у Великобританії виділяються декілька ключових гравців, зокрема, компанії Jewsons, Travis Perkins, Wickes, Selco Builders Warehouse, а також місцеві постачальники фанери, натурального дерева, ламінованих матеріалів тощо. В усіх містах Великобританії та регіональних ринкових центрах також є місцеві постачальники або гуртові продавці. 80% усієї деревини імпортується здебільшого з скандинавських країн; також є продукти місцевих лісогосподарств, зазвичай з Північної Англії, Вельса та Шотландії, які проходять обробку поруч з лісогосподарствами, а після цього доставляються місцевим постачальникам.

2.2 Виробництво товарів для ринку житлових приміщень

Ці виробники постачають товари, які зазвичай можна купити в магазинах меблів, центрах інтер'єрного дизайну та подарункових магазинах, а також на інтернет-сайтах. На подив велика кількість виробників і досі групуються довкола High Wycombe (північна частина Лондона), у Ланкаширі та Західному Йоркширі. На ринку є значна кількість виробників диванів та кухонних меблів, незважаючи на те, що 80% ринку імпортується. Також дуже конкурентоспроможними є виробники ліжок та матраців у Північному Ланкаширі.

Типи виробників та спеціалізації:

- Меблі для вітальнь – Спальні – Меблі для столових кімнат – Меблі для дітей та підлітків
- Матраци та бази – Кухонні меблі (а також столи та стільці) – Домашній текстиль
- Меблі для вулиці – Килими – Аксесуари (а також інші предмети з дерева)

Роздрібні продавці орієнтуються на типи продукції, які є у продажу, та шукають товари через відділи закупівель. Ключові роздрібні продавці, які задають ринкові тенденції (такі як Heals, Habitat та IKEA), активно шукають виробників, які пропонують їм нові товари та новий дизайн. Виставка дизайну 100% Design у Лондоні, а також торгівельні виставки у Мілані та Кельні часто задають модні тренди, яким слідують відділи закупівель роздрібних продавців.

2.3 Меблі на замовлення

Наявність у Великобританії 52 000 готелів (3 600 з них - у Лондоні) та найбільш інноваційного та розвинутого ринку першокласних, модних меблів та меблів у стилі кантрі, а також готельних меблів високого дизайну призвели до утворення складного ланцюжка постачання для компаній та інвесторів, які працюють в готельному бізнесі. В більшості міст Великобританії є готелі французьких та американських мереж. Британська готельна група Inter-Continental разом з Premier Inn та Whitbread's Travellodges налічують більше 1000 готелів. Ця кількість росте з розширенням бізнесу групи у Німеччині та країнах поза межами ЄС.

Цей ринок утворює значна кількість основних підрядників, архітекторів, компаній, що надають послуги дизайну інтер'єрів, компаній, які займаються закупівлею меблів, комплектуючих та обладнання, які виконують здебільшого індивідуальні замовлення та замовлення готельних груп. Група компаній Ligna

замовляла різні проекти у шести постачальників меблів, фурнітури та обладнання у Великобританії та може виступати основним підрядником компанії “Interiors”.

Уявіть собі зйомки фільму за участю різних акторів, технічних спеціалістів та обслуговуючого персоналу, і ви матимете фотографію реальної картини.

Також на ринку Великобританії є крупні компанії, які спеціалізуються на офісних меблях. Вони постачають офісні меблі, стільці та аксесуари. Компанія Senator International у Північному Ланкаширі входить в першу десятку світових фірм. Серед інших крупних компаній - Elite Office Furniture у Східному Йоркширі, Tangent Furniture з Оксфордширу та Gresham Office Furniture з Болтону, регіон Манчестер. Основна маса товарів виконується не з масиву дерева, а з комбінації пластику, металу та ламінованих матеріалів. Велика кількість дизайнерів та архітекторів спеціалізуються на дизайні офісних приміщень. Відвідування Тижня дизайну Клеркенвел, що проводиться щороку в березні у Лондоні, є обов’язковим для більш детального вивчення ринку. Найбільш витонченим є дизайн офісів в скандинавському стилі, який представлений на Виставці меблів у Стокгольмі, яка проводиться у середині січня.

Отже, можна зробити такі підсумки аналізу РИНКУ меблів з натуральної деревини:

1. Дуже сегментований, з наявністю нішевих виробників з вузькою спеціалізацією, які зробили собі ім’я на товарах їхнього виробництва. Eg Heal’s, Ram Kitchens, OakFurnitureLand
2. Ряд крупних компаній – лідерів ринку, наприклад, Furniture Village, IKEA
3. В основному фокусі - Лондон, хоча деякі виробники побутових меблів знаходяться на півночі Англії.
4. Орієнтований на торгівельні марки, що їх визначають архітектори, наприклад, ліжка Hypnos; типи крісел; дивани-ліжка тощо.
5. Ряд крупних гуртових продавців для роздрібних магазинів (2 або 3 у кожному місці).
6. Основні підрядники готелів, наприклад, Benjamin West, укладають субпідряди з постачальниками меблів, фурнітури та обладнання.
7. Велика «піраміда» дизайнерів інтер’єру виконує замовлення для малих готелів / кафе / ресторанів.
8. Як і у п. 1 вище, велика група виробників меблів займають нішеві сегменти виробництва, наприклад, офіси; заклади інтернатного типу; меблі з вторсировини; art deco тощо.
9. Загальна нестача кваліфікованої робочої сили у Великобританії та готовність наймати іноземців або укладати угоди субідряду з іноземними компаніями.

10. 2019 рік – період хаосу в закупках та контрактуванні через BREXIT та ослаблення британського фунту до інших валют.
11. Ринок будівництва все ще переживає бум, особливо за межами Лондона, у регіональних центрах – Брістолі, Ноттінгемі, Лейстері, Манчестері, Лідсі, Глазго.

РОЗДІЛ 3: Динаміка ринку меблів з масиву деревини у Великобританії

Виробників та ринок меблів з «масиву дерева» важко відокремити від загального ринку меблів. Кількість точок продажу вражає, і, попри традиційні канали збуту, тепер включає і канали інтернет-продажів, що динамічно розвиваються. Обсяги продажів та витончений дизайн правлять світом, як і у випадку Amazon, E-Bay та інших каналів інтернет-торгівлі одягом. Сьогодні компанії диверсифікують канали збуту та використовують комбінацію продажів в точках продажу, зі складів та через інтернет-сайти, наприклад, Dunelm, JYSK, Amazon, DFS та такі «старожили», як John Lewis, Marks and Spencer та IKEA!

Впливові компанії, такі як Habitat, DFS та Ram Kitchens, все ще існують у своїх цінових сегментах, але сьогодні до них приєдналися інші компанії, наприклад, IKEA, а також JYSK, Sofology, OakFurnitureLand, Furniture Village та Dunelm. Учасники торгівельної місії в липні 2019 року відвідали декілька подібних закладів, а також торгівельний центр RedBrickMill поблизу Лідсу, де розташовані торгівельні майданчики 11 дизайнерських компаній, які водночас є і вітриною, і торгівельним залом з пропозиціями знижок, як в стоковому магазині. Найпрестижніші компанії, що здійснюють роздрібну торгівлю меблями з масиву дерева – це Heal's з Лондона, Habitat та велика кількість середніх підприємств, які знаходяться в районі лондонської вулиці Tottenham Court Road. Хоча компанії працюють у верхньому сегменті ринку, вони впливають на інші компанії, а також тренди дизайну інтер'єру у секторі. Роздрібна торгівля йде за грошима, тому домінуючими регіонами в цьому секторі у Великобританії є Лондон та південно-східна Англія, де 20 мільйонів осіб проживають в 50-кілометровій зоні від центру Лондона.

В секторі меблів з масиву дерева сегмент ринку, на який орієнтується компанія (верхній / середній / мас маркет) залежить від бізнес-моделі, за якою функціонує компанія.

ПРИКЛАДИ КОМПАНІЙ

OakFurnitureLand

Компанія, що базується у Свіндоні неподалік від Брістоля, відносно нова на ринку (з 2006 р.). Ця компанія ефективно рекламує свої товари по телебаченню та продає через стокові магазини. Компанія імпортує більшість предметів меблів з Мексики та Індонезії. Це один з небагатьох стокових магазинів, які не розширили свій асортимент до товарів для дому. Зараз вони почали імпортувати з Малайзії широкий асортимент меблів з дерева манго.

Dunelm

Компанія, яка продає в роздріб різні товари для дому, але є лідером на ринку меблів та предметів для дому. Компанія має філії та є активною на ринку електронної комерції. Більшість продаж відбувається в стокових центрах, розташованих «за містом», але доля інтернет-продажів зростає.

Natuzzi

Ця компанія базується в Барі, Італія, в регіоні, де сконцентрована більшість виробників диванів. Продаж продукції здійснюється через франшизи, яким дозволяється також продавати інші предмети меблів (та зазвичай дивани інших стилів та виробників). У Великобританії є значна кількість франшизних підприємств, і вони є бажаною ціллю для інших виробників, оскільки бренд Natuzzi активно рекламується в журналах та на телебаченні.

Slumberland

Продукт компанії Hypnos – це ведучий бренд ліжок та матраців. Компанія базується в Ланкаширі, Північна Англія, та продає свої товари через меблеві магазини з високою репутацією, які, в свою чергу, збільшують рух клієнтів та продажі завдяки тому, що в їхньому асортименті є товари цього бренду. Варто встановити зв'язки з магазином, в якому продаються товари виробництва Slumberland, оскільки в цьому магазині може бути більш високий обсяг збуту, а клієнти цього магазину орієнтуються на дорожчі товари.

DFS

В основному продає дивани та дивани-ліжка. Компанія працює за принципом автосалону – отримує прибуток від продажів в кредит та заохочень за типом «зараз ви нічого не платите». Компанія працює на ринку вже 32 роки (з 1987 р.), має 117 магазинів та пишається написом «Зроблено у Великобританії» на товарах, вироблених на 5 фабриках у Йоркширі та Дербіширі.

Sofology

Компанія базується у Golborne, Warrington, неподалік від Манчестера. Компанія має 42 точки продажів, розташовані в торгових центрах «за містом». Компанію нещодавно купила DFS, від якої Sofology завжди намагалася дистанціюватися. Інтер'єр магазинів компанії дуже стильний high-tech. Офіс Керівника департаменту закупівель знаходиться у Warrington. Компанія відійшла від продукції, зробленої у Великобританії, до імпорту товарів зі Східної Європи та Азії.

Інші сегменти ринку меблів з масиву дерева Великобританії представлені в розділах, які стосуються меблів на замовлення у цьому Звіті. Для цілей даного Звіту поняття «меблі на замовлення» означає виконання фізичного проекту-замовлення із залученням різних субпідрядників та постачання не лише меблів, а й фурнітури та обладнання.

РОЗДІЛ 4: Динаміка розвитку ринку меблів під замовлення

Як згадувалося у Розділі 2, це складний сегмент ринку, який налічує ряд ключових гравців.

Серед постачальників товарів групи F,F&E (меблі, фурнітура та обладнання) такі компанії, як Benjamin West; Principals; SpaceZero; CastleBrook; SKH; Project F,F & E та PickEverard.

Усі вони змагаються за отримання замовлень на виконання проектів для готелів та студентських гуртожитків. Інша група компаній конкурує за отримання субпідрядів від кафе, ресторанів та розважальних закладів.

ДИЗАЙНЕРИ ІНТЕР'ЄРУ /АРХІТЕКТУРНІ БЮРО працюють як професійні закупівельники для невеличких проектів, наприклад, DexterMoren, ParlaDesign, AreenDesign, Aedas, Joie Design, Conran&Partners тощо.

Вони мають мультидисциплінарні команди, які можуть ефективно виконувати невеличкі, але складні проекти. Часто компанія має три відділи – відділ архітекторів, відділ дизайну та відділ закупівель.

ОСНОВНІ ПІДРЯДНИКИ, в складі яких є компанія або відділ дизайну інтер'єру, наприклад, Willmott Dixon, укладають майже 100% субпідрядів з попередньо відібраними постачальниками.

ГОТЕЛЬНІ ГРУПИ, такі як Hilton, Marriott, Inter-Continental Hotel Group (ICHG), Accor Hotels (Novotel, Ibis), мають відділи закупок та 'списки бажаних постачальників'. Зазвичай вони також наймають компанії, що постачають товари групи F,F&E з метою збільшення конкурентоспроможності та відповідності дизайну бренду. Усі готельні групи мають розгалужене керівництво, якому підпорядковані різні готельні бренди (в рамках одної готельної групи може бути до 10 готелей з різними назвами, які відрізняються стилями).

АРХІТЕКТУРНІ БЮРО/ДИЗАЙНЕРИ ІНТЕР'ЄРУ, які працюють з девелоперськими компаніями та їхніми клієнтами та надають послуги покупцям квартир та будинків. Ця модель дуже схожа на українську – професіонали, найняті за індивідуальними контрактами, рекомендують дизайн та здійснюють закупки і супровід проекту з повним залученням клієнта.

Група компаній Ligna, яка виступає координатором Меблевого кластеру Болгарії, вже понад 10 років працює над виконанням проектів для готелів. Серед їхніх клієнтів та субпідрядників – усі згадані вище готельні групи та багато компаній – постачальників F,F&E. В Україні жоден індивідуальний виробник меблів, навіть крупний, не зможе охопити усі питання ціноутворення, контроль за виконанням проекту та дотриманням часових вимог.

Наприклад, в Грузії лише один конгломерат займається поставками готельних меблів як основний субпідрядник; в Болгарії лише 5 компаній постачали або встановлювали готельні меблі за кордоном. Група компаній Ligna, для порівняння, з 2010 року постачає меблі одній німецькій готельній групі з щорічним приростом від 6 до 10 готелів на рік (148 готелів та 13 500 номерів загалом), користуючись послугами більш ніж 30 різних виробників меблів.

В групі Ligna працює 40 працівників – менеджери проектів, дизайнери, технологи меблевого виробництва та спеціалісти з логістики. Крім цього, є ще відділ, який займається монтажем, та дві команди, з якими укладено угоди субпідряду. Вони працюють більш ніж з 30 компаніями-виробниками меблів, більшість з яких базуються в Болгарії. Всі ці компанії є членами кластеру (або Експортного Консорціуму). Компанії беруть участь у тендерах, і група Ligna укладає з ними контракти на виробництво меблів та підготовку їх до транспортування. Персонал групи Ligna перевіряє якість та забезпечує вчасну доставку. Група Ligna бере на себе комунікацію з клієнтами, але, як правило, клієнт наполягає на тому, щоб відвідати виробництво компаній, які виконуватимуть контракт.

РОЗДІЛ 5: Технічні та нетехнічні перешкоди для експорту з України у Великобританію

Після аналізу 30 виробників меблів в Україні, виконаного у травні – червні 2019 р., Радник з питань ринкових зв'язків не бачить жодних технічних перешкод для українських компаній:

- Меблеві фабрики добре організовані, клієнти були би задоволені
- Вражаюча ефективність управління процесом
- Високі стандарти виконання, дотримання стандартів якості

Українська деревина та показники радіоактивності ще досі викликають запитання (це не дивує, оскільки в деяких радіоактивних матеріалів період напіврозпаду складає 20 000 років). Радник не знає, як можна уникнути цих питань або дати на них задовільну відповідь.

Також виникатимуть питання про те, чи використовує виробник сертифіковану деревину, тому це слід включити у будь-яку пропозицію для тендера на виконання робіт, а також в підхід до збуту та маркетингу продукції.

Слід перевірити нетехнічні перешкоди експорту продукції:

- Більшість імпортерів мають досвід роботи з болгарськими, польськими, румунськими та литовськими виробниками
- Підрядники завжди шукають субпірядників, яким вони можуть довіряти та з якими легко спілкуватися. Рівень знань англійської мови українських виробників ще недостатній, а процес електронних комунікацій недостатньо організований.
- Найважливіше, що тендери для групи Ligna (до липня 2019 р.) вказали на проблему ціноутворення. Одним з уроків торгівельної місії стала необхідність перегляду виробничих технологій з метою зниження собівартості. Це вимагає детального підходу.
- Слід перевірити маржу. Чи можна закласти маржу 10% для ринку Великобританії? Чи буде краще укласти субпідряд з польськими постачальниками та набути більше досвіду? Як консорціум експортерів оплачуватиме свої видатки, особливо якщо групі потрібно оплатити послуги менеджера проекту?

Українська асоціація виробників меблів має амбітні плани експортувати товари у Великобританію. Для цього потрібне терпіння, стійкість, а також підхід «проб та помилок». Додатковою перевагою використання досвіду Групи Ligna була пробна участь в кількох тендерах на поставку різних меблів. Аналіз участі в тендерах з точки зору цінової конкурентоспроможності та процедурних питань ще триває.

Консорціум членів Української асоціації виробників меблів має невеликі шанси отримати велике замовлення на тендері, в якому конкурують принаймні 9 постачальників (пояснюється нижче). Тому треба зберігати оптимізм для досягнення мети і продовжувати брати участь в інших тендерах.

РОЗДІЛ 6: Вплив BREXIT

BREXIT внесе серйозну плутанину в економіку Великобританії, вплинувши на інвестиційні, операційні, кадрові та маркетингові рішення.

Однак для українських виробників це може означати незначні зміни! В рамках Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС будь-яке рішення про вихід з ЄС не зможе скасувати наявні домовленості та погіршити існуючі тарифи. BREXIT матиме більший вплив на торгівлю агропродуктами, політику гуртування ЄС, освітні та міжрегіональні питання, з яких у двох країн на сьогодні мало спільного. Оскільки Україна – це велика держава за межами ЄС, вона може стати центром динамічного розвитку двосторонніх торгівельних відносин.

На сьогодні слід готуватися до наступного:

- Імпортна, експортна та транспортна логістика за сценарієм 'No-deal' (виходу без угоди) Великобританія має намір застосувати такий самий або навіть кращий митний режим та процедури, як діють під час членства в ЄС.
  Можуть бути затримки з ввезенням товарів у Великобританію, але це стосуватиметься усього імпорту.
  Весь імпорт обкладатиметься ПДВ з можливістю його повернення. На сьогодні товари з ЄС, які імпортуються в інші країни в межах Євросоюзу, не обкладаються ПДВ.
  Може мати місце економічна стагнація через відкладання прийняття різних інвестиційних рішень. Це матиме вплив на сегмент меблів під замовлення та на державні проекти, а також на загальну довіру покупців.
  Небезпека загрожує контрактам з фіксованою вартістю, в залежності від валюти контракту. Нестабільність обмінного курсу може вимагати прив'язки в контрактах ціни до певних дат поставки.

- Нормативні документи та стандарти .
  Сучасні стандарти навряд чи буде змінено, наприклад, стандарт маркування CE, який вказує на відповідність продукту усім юридичним вимогам та дозволяє продаж продукту на ширших ринках.
  Узгоджені стандарти допомагають досягти відповідності товарів директивам ЄС. Більшість таких стандартів походить від британських стандартів, глобалізованих за стандартами ISO.
  Більшість стандартів у Великобританії є жорсткішими, наприклад, стандарти пожежної безпеки, отже, про це треба знати під час організації візиту на виробництво. Особливо важливими є вимоги щодо охорони здоров'я та безпеки, використання рабської праці та практик найму.
  Сьогодні існують дуже суворі регуляції щодо товарів для дітей. Ці стандарти почали застосовувати до всіх типів товарів, наприклад, стандарти щодо наявності формальдегідів, технічної якості, а також безпеки для довкілля. Сертифікація від Лісової Наглядової Ради (FSC) вже сприймається як даність, а невідповідність їй розцінюється як невиконання договору.
  В майбутньому будуть застосовуватися більш суворі стандарти по відношенню до пакування відходів, використання пластику та управління відходами. Буде застосовуватися показник «Впливу товару на довкілля», який охоплюватиме весь життєвий цикл продукту, а також його майбутню переробку або повторне використання з метою уникнення завантаження сміттєзвалищ.

Вихід Великобританії з ЄС «без домовленостей» означатиме для компаній, що експортують товари в країну, повторне введення експортної документації, а для клієнтів та основних підрядників – створення імпортної документації. Оскільки цього не траплялося в ЄС протягом останніх 45 років (у випадку Великобританії), скоріш за все, будуть мати місце збої, особливо на морських кордонах.

Згідно умов BREXIT, після виходу Великобританії з ЄС настане трирічний перехідний період, за який необхідно буде досягнути домовленостей щодо подальших торгівельних стосунків (другий етап виходу). Отже, нові домовленості стануть актуальними не раніше 2022 року.

За сценарієм жорсткого BREXIT та виплати 39 млрд. фунтів компенсації за вихід, а також втрати трьох свобод, перехідного періоду не буде, а Великобританія (та Північна Ірландія) слідуватимуть умовам СОТ. Оскільки у більшості країн, таких як Індонезія, є домовленість про нульовий тариф на поставку меблів у Великобританію, не варто очікувати зміни ситуації. За межами ЄС усі продажі в усіх напрямках обкладаються ПДВ, який підлягає поверненню, хоч це і пов'язано з додатковими адміністративними видатками.

Громадяни будь-якої країни все ще зможуть працювати у Великобританії, а туристи – відвідувати країну за безвізовим режимом. Однак, робочі візи видаватимуться з огляду на «виявлену нестачу кваліфікованого персоналу».

Період літо-осінь 2019 року вимагає вичікувальної тактики. Виробникам слід звертатися до Британо-Української торгової палати (www.bucc.com.ua), в рамках якої утворено активну робочу групу по питаннях BREXIT.

РОЗДІЛ 7: Тенденції дизайну меблів з масиву дерева

У Вступі ми відмітили декілька основних соціоекономічних змін на ринку Великобританії, які чинять значущий вплив на тенденції дизайну меблів:

- Збільшення ринку орендованого житла та потреба у менших та більш портативних меблях
- Проживання на самоті, в результаті чого більше 8.5 млн. осіб проживатимуть окремо та здебільшого вестимуть розважальний спосіб життя з прийомами гостей
- Тенденція до харчування поза домом або купівлі готової їжі зростає
- Стиль життя «навиворіт» - зони відпочинку об'єднуються з подвір'ям завдяки інноваційним рішенням у дизайні дверей та канапам
- Перевага меблям з масиву дерева, але не з сосни
- В моді матові відтінки кухонних меблів, а не блискучі поверхні
- Кухні поєднуються з вітальнями / зонами відпочинку
- Менше килимів (особливість Великобританії!)
- Дитячі меблі з популярними мотивами, такими як Гаррі Поттер, Бетмен, Ферарі, Месники

За таких стилів життя зростає кількість людей, що працюють з дому хоча б кілька днів на тиждень, що призводить до збільшення продажів простих меблів для домашнього офісу та зручних стільців.

Зростання кількості людей, що проживають на самоті – з 4 млн. з 20.2 млн. домогосподарств у 1981 р. до 8.5 млн. з 27 млн. домогосподарств у 2016 р. Значно збільшилася кількість орендованого житла, особливо в Лондоні та в Південно-Східній Англії, за останні 5 років приріст становив 23.8%. Це призвело до того, що люди менше затримуються на одному місці та потребують меблів, які проходять у дверний отвір, придатні для невеличких квартир та які легко тимчасово сховати на зберігання.

ТЕНДЕНЦІЇ НА 2020-ті можна описати так:

7.1 Окислений дуб

Чорнений дуб.

Надає приміщенням та декору комфорту та солідності.

7.2 Розкішні узголів’я

Обивка узголів’я тканинами, схожими на бархат, в м’яких тонах.

7.3 Сміливі рішення

Від білосніжного до живих, контрастних кольорів та малюнків, комбінацій матеріалів та масштабів.

Оформлення виставкових салонів повинне бути живим і щороку мінятися.

7.4 Багатофункціональні меблі

Спрощення житла та інтер’єрів.

Меблі повинні бути такими, які легко переносяться, щоб можна було зробити перестановку за потреби.

7.5 Автентичність ручної роботи

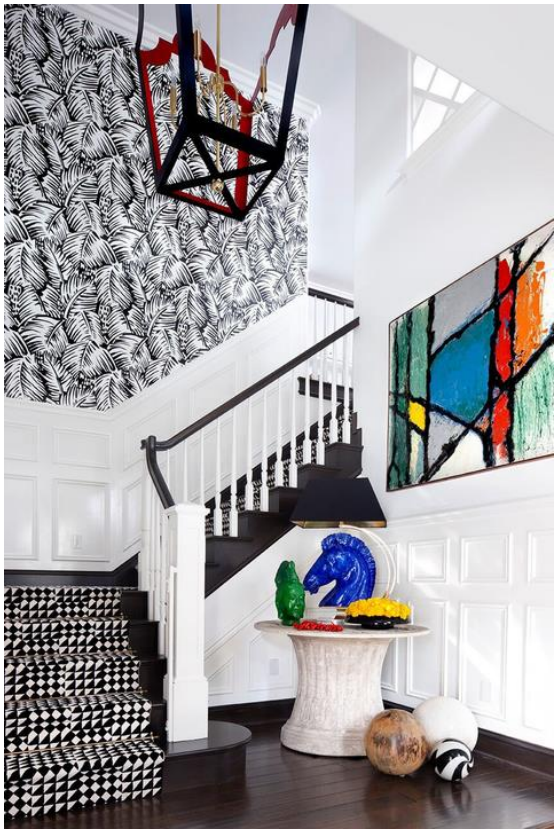
Меблі та декорації мають особливі деталі та картинки. Люди діють як дизайнери-любителі – шукають натхнення в різних місцях та потім роблять здебільшого імпульсні покупки в магазинах товарів для дому та меблів або онлайн через Made.com чи Wayfair тощо. В IKEA найбільш популярним та прибутковим є відділ дрібних речей.

7.6 Рожеві тони

Беж поєднується з природніми кольорами каменю та піску.

7.7 Затишні ліжка

Комфортний текстиль, який робить ліжко схожим на гніздечко. Ліжко – це безпечне місце для розслаблення.



7.8 Геометричні малюнки

Не візерунки, які повторюються, а окремі форми.

7.9 Природні матеріали

Натуральний камінь, кварцит – поєднання розкоші та практичності. Завжди чисті.

7.10 Заокруглені форми

Навіяно 1970-ми: меблі округлої форми, особливо округлі крісла та дивани. Також наслідується стиль Art Deco.

7.11 Новаторське використання металу

Стиль популярніший, ніж раніше.

Більш цікаві скульптурні форми, які претендують на мистецтво. Додає інтер'єру блиску та контрасту.

7.12 Предмети ручної роботи

Більше індивідуальних предметів – зроблених на замовлення або куплених, як унікальні. Викликають питання: «Де ви це взяли?»

7.13 Дрібні деталі

Дрібні деталі мають велику силу. Шви, трубки, контрасти – це все додає особливості та збільшує ціну.

Створює високу уявну вартість. Цю тенденцію активно просуває телереклама сайтів MADE.com та Wayfair.

Це вписується в британську концепцію «імпульсних» покупок та «дім, милий дім». Також надає можливість щороку робити косметичні зміни інтер'єру.

Українським виробникам необхідно застосовувати інноваційний підхід, а не копіювати старі дизайни. Українській асоціації виробників меблів необхідно створювати концепцію колекції товарів різних постачальників, об'єднаних одним дизайном, а не просто одного-двох виробників.

7.14 Натуральний камінь з сучасними лініями

Обідні столи в поєднанні з легшими стільцями, наприклад, з ротангу.

7.15 Art Deco

Надихає дизайн домашнього текстилю та форми меблів. Виробники повинні знати, що стиль та кольори повертаються в моду – в 2019 році в моді оливковий, темно-червоний та темно-синій кольори. Роботи John Rennie McIntosh та Школи мистецтв Глазго, а також Сторіччя руху Баухаус в Німеччині посприяли поширенню цієї моди.

Членам Української асоціації виробників меблів варто вивчити ці два стилі, оскільки вони дуже витончені та складні – стильний дизайн та гарна якість роботи. Поїздка в Німеччину, а саме у Веймар та Берлін, в період до 2023 року буде дуже пізнавальною.

7.16 Антикваріат

Приміщення зі своїм характером – кожне має свою історію, див. www.chairish.com

Також приклади можна пошукати серед фото з Тижнів дизайну в Мілані та Клеркенвеллі.

РОЗДІЛ 8: Ключові гравці на британському ринку

В Додатках А, В, С наведено обширний (але не повний) список ключових компаній, які працюють на ринку Великобританії в секторі меблів на замовлення та предметів меблів.

В Розділах 3 та 4 наведено детальний аналіз основних сегментів роздрібної торгівлі та компаній-агрегаторів меблів на замовлення, які виступають підрядниками для виконання складних проектів.

В Додатку Е наведено список основних готельних груп, які можуть через свої внутрішні відділи укладати субпідряди з постачальниками меблів та фурнітури для обладнання нових або відремонтованих готелів.

На британському ринку меблів можна виділити наступні основні сегменти збуту:

1) 80% збуту на ринку відбувається вроздріб. В цьому сегменті домінують такі компанії, як IKEA, JYSK, Dunelm, Oak Furniture Land та Furniture Villages. Роздрібні продажі відбуваються в торгівельних центрах за містом, звідки покупці можуть забрати товар самостійно або скористатися послугами служби транспортування. На поставку меблів, особливо диванів та диванів-ліжок (продаються в Sofology та DFS), може знадобитися не менше 6 тижнів. Роздрібна мережа складається з близько 7 000 спеціалізованих магазинів, розташованих в містах та центрах великих міст. Гуртові торговці та закупівельні групи продають меблі незалежним точкам роздрібного продажу.
2) Трохи більше 30% ринку приходиться на продажі через інтернет. Цей сегмент частково накладається на попередній, тому що магазини роздрібного продажу користуються комбінацією каналів постачання, наприклад, IKEA; John Lewis; Marks & Spencer. Але компанії WayFair та Made.com працюють винятково через інтернет – MADE.COM постачає меблі напряму від китайської фабрики-виробника! Парадоксально, але Amazon та E-Bay не є ключовими гравцями на ринку крупних меблів і займаються лише 10% сегменту або 3% від усього меблевого ринку.
3) 15% ринку становлять меблі під замовлення, в основному в сегменті HoReCa. В цьому сегменті працюють постачальники F,F&E, виробники меблів (в основному, в ЄС, Туреччині та Китаї) та великі готельні групи. Інвестори будують об’єкти, які згодом передаються на умовах франшизи готельним групам, переліченим в Додатку F. Після цього роботи передаються компаніям-постачальникам F,F&E, крупним архітектурним та дизайнерським бюро.
4) Останній сегмент, який складає 5% ринку – це офісні меблі. Домінуюча компанія в цьому сегменті - Senator International. Також існує велика кількість нішевих постачальників офісних перегородок, вбудованих меблів та офісних стільців. Велика частка цих товарів – вітчизняного виробництва, хоча більшість столів та стільців постачаються з Китаю через дешевизну товарів.

Як і в інших секторах економіки Великобританії, є ще нішеві постачальники для більшості мікрозакупівель, наприклад, обладнання для барів та ресторанів, диспенсери для пива; постільна білизна та скатертини, постільні приналежності, світло. Архітектори дуже добре розбираються в стилі та специфікаціях товару.

Точки продажу нішевих продуктів, постачальники нішевих послуг та нішеві виробники – це децентралізований ряд виробників товарів з дерева та виробників меблів, які працюють з окремими готелями та ресторанами (як в Україні) у вищому ціновому сегменті. Виробники меблів – це компанії, які орієнтуються на стиль життя, а їхні клієнти більше цікавляться зручністю готелю, аніж ціною.

Населення Великобританії загалом дуже зважає на ціни, особливо в за межами Лондону та південно-східної Англії, регіонів з набагато вищими доходами. Тому купівля меблів зі складу або в стоковому магазині є звичайним явищем. Інвестори та готельні групи встановлюють для себе «ціну продажу», яку вони готові інвестувати у майно. В Центральному Лондоні такі суми можуть досягати нечуваних розмірів.

Виробники навряд чи зможуть дізнатися про такі цінові планки, хіба коли вже буде надто пізно. (див. Розділ 12).

РОЗДІЛ 9: Політика конкуренції між виробниками меблів з масиву дерева, меблів на замовлення та постачальниками

На ринку існує 4 основних канали збуту. Після порівняння продуктів компанії зі стилями та попитом на зовнішньому ринку компанія повинна обрати для себе одну з таких можливостей збуту:

9.1 Виробництво компонентів /напівфабрикатів для іншого виробника, який має укладені контракти. Така форма роботи не обов'язково націлена на британський ринок, але більшість виробників вважають своїми основними ринками Великобританію та Німеччину.

9.2 Виробництво меблів для іншої компанії – виробника або компанії, що займається роздрібною торгівлею. Оскільки товари на ринок Великобританії надходять з усього світу (особливо з Польщі, В'єтнаму, Мексики та Індонезії), завжди є можливість вклинитися в цей ланцюжок постачання – Україна може запропонувати великі обсяги виробництва та конкурентні ціни, а також швидку логістику.

9.3 Виробництво меблів під маркою та з дизайном іншої компанії, наприклад, IKEA, JYSK, але, можливо, не в таких обсягах та без необхідності такого скорочення видатків. У Великобританії є можливості співпраці з такими магазинами роздрібної торгівлі, як OakFurnitureLand, а також імпортерами та компаніями, що здійснюють роздрібну торгівлю через Інтернет, наприклад, WayFair та Made.com.

9.4 Бізнес-модель в сегменті меблів на замовлення полягає у виконанні підрядів та індивідуальних замовлень для житлових приміщень, готелів, громадського сектору та нежитлових приміщень / офісів. Однак, на сьогодні багато українських виробників та сервісних компаній співпрацюють з архітекторами та дизайнерами над виконанням «елітних» проектів в українських містах. Ці проекти мають широку цінову політику та вважатимуться надто дорогими для британського / європейського ринків.

Очевидною є необхідність тестування готовності компаній до експорту, в якому участь в Манчестерській меблевій виставці, інших виставках та інші специфічні способи знайомства з ринком є важливими складовими.

Цей шлях вимагатиме терпіння та наполегливості і час від часу приноситиме позитивні результати. На наступній сторінці подано схему, як Українській асоціації виробників меблів та компаніям-членам протягом наступних двох років слід організувати бізнес-процес з участю у меблевому кластері або консорціумі з експорту.

Українській асоціації виробників-меблів та компаніям-членам може знадобитися не менше 2-3 років для входу на британський ринок, з невеликою частотою успішних прикладів.

Те саме стосується виробників товарів, які конкуруватимуть в основному з китайськими виробниками, оскільки їм потрібно буде запропонувати ринку нові дизайни, а не копіювати старі. Це означає потребу у створенні відділу дизайну (на чолі якого стане власник) в кожній компанії. Це – потенційний проект для Української асоціації виробників меблів, оскільки вона зможе задовольнити потребу одразу кількох компаній-членів асоціації, а також зміцнити зв'язки з університетами та дизайнерськими бюро. Можна скористатися досвідом інших країн у запровадженні Конкурсу дизайнерів та Тижня дизайну. Якщо компанія представляє копії відомих продуктів на торгівельній виставці, це дуже легко з'ясувати. Існує

багато прикладів того, як компанія-учасник виставки закривалася після першого дня її проведення! Лондонська компанія GCL проводить Ярмарок товарів у Midlands щороку у жовтні. Стенд українських компаній на цій виставці у жовтні 2020 року здатний стати переконливим першим кроком.

Схема 5: МЕБЛІ НА ЗАМОВЛЕННЯ: ІЄРАРХІЯ

Сума контракту, дол. США	Типовий приклад	Кількість постачальників	Управляючий проектом
> 100,000	Ресторан / Кафе / Квартира	1 +	Представник підрядника
>250,000	Невеличкий готель	2 / 3	Спеціально призначений менеджер
>500,000	Готель середнього розміру	3 / 4	Команда + гонорар менеджеру проекту
> 1 000 000 (млн)	Великий готель	5 / 6	Консорціум або F.F&E.
Численні контракти (3млн. +)	4-10 готелів на рік	10	Відділ менеджменту проектів або консорціум
Численні контракти (10млн.+)	10-20 готелів на рік	30	Кластер / відділ проектного менеджменту /консорціум

Джерело: Ligna Group, 2019

На цій схемі показано фази розвитку ведучої компанії або зростання експортного консорціуму.

Наступні моменти є критичними:

-Виконання великого контракту несе з собою накладні видатки, і їх слід включити в кошторис;

-Клієнти це зрозуміють, оскільки вони хочуть, щоб контракт був виконаний вчасно, з дотриманням бюджету та з такою ж якістю, як і зразок меблів;

-Великий оборот додає досвіду, репутації та сприяє створенню довіри. Це полегшить маркетинг після важкої та кропіткої праці перших років;

-Часто проект однокімнатної квартири з метушливим власником виконати важче, аніж проект готелю середнього розміру!

-На британському ринку меблів на замовлення ніщо не дається легко, тому що цей ринок дуже вимогливий;

-Важко підтримувати конкурентоспроможність ланцюжка виробництва. Як у випадку гарної футбольної команди, потрібно постійно шукати нових гравців (або виробників);

-Ефективне управління проектом – це ключовий фактор. Українська асоціація виробників меблів може потребувати навчання;

-Необхідно дотримуватися високих стандартів ділової англійської мови та електронного спілкування (не лише телефоном).

РОЗДІЛ 10: Методи маркетингу українських виробників у Великобританії

Наявність плану та порядку дій ефективно полегшує вхід на ринок. При експорті товарів ви можете надіятися лише на себе.

Необхідне терпіння, тому що прогрес рідко буває легким – отже, важливо проявляти наполегливість, зберігати спокій та вчасно отримати хороші підряди.

На британському ринку багато гравців … Щоб почати, вам потрібне лише ОДНЕ успішне замовлення. Після цього ви працюєте на рекомендації та історію. У Групи Ligna за 15 років з'явилося, мабуть, менше 10 клієнтів! Отже, отримання першого замовлення та формування стосунків - це мета перших двох-трьох років.

ОСНОВНІ ПРАВИЛА

A. Виробляти те, чого хоче ринок, краще, ніж продавати те, що ви робите.
B. Гнучкість виправдовує себе. Якщо ви можете зреагувати на зміни дизайну, виробити товар в інший спосіб, оптимізувати вартість, ви матимете успіх
C. Клієнти пропонуватимуть вам зробити «перші спроби участі у тендерах» або навіть пропонуватимуть застарілі специфікації – Великобританія знає багато способів вас позбутися! Але ваша наполегливість допоможе вам отримати замовлення та клієнта на довгий термін.
D. Більшість покупців /клієнтів уже імпортують велику кількість товарів або найменувань. Вони хочуть захистити поставки та збільшити свою маржу. Тому вони будуть вас випробовувати.
E. Перші кроки можуть полягати в укладанні субпідряду з іншою компанією. Тому розпитуйте про те, які компанії вже ведуть бізнес в країнах ЄС. Це – роль Асоціації.
F. Відкритість робить Німеччину та Великобританію найкращими ринками. Знайдіть польську компанію-експортера та запропонуйте стати їхнім субпідрядником. Після цього посилайтеся на цей досвід у перемовинах з британськими клієнтами: «Ми співпрацюємо з польською компанією, яка виробляє кухонні меблі на експорт у Великобританію».

G. Є ряд торговельних виставок, поїздка на які може бути ефективною (і недорогою). Завжди користайтесь нагодою побачити місто та сумістити поїздку на виставку з туризмом.
   E.G Sleep Event: Лондон (кінець листопада); Кельнська меблева виставка (кінець січня); Стокгольмська меблева виставка (початок січня)
   Дешеві авіаквитки, готель 3*, та розслаблена прогулянка виставкою з метою пошуку основних потенційних клієнтів. Часто краще просто відвідати виставку, аніж везти стенд (крім цього, відвідування виставки без стенду дає вам гнучкість)
H. Збирайте візитівки та адреси веб-сайтів щоб знайти компанію або людину, яка відповідає вашому типу виробництва. Часто буває важко визначити, до кого з працівників компанії вам слід звернутися. Візитки зазвичай роздають ті, чия робота полягає в пошуку нових виробників.
I. Запросіть представника компанії відвідати ваше виробництво та запропонуйте свою гостинність (готель, транспорт з аеропорту та в аеропорт). Це означатиме вашу відкритість та ініціативність в намаганнях отримати замовлення.
J. Видумайте якусь дату кілька тижнів наперед і скажіть: «Я зараз в Англії, можна вас відвідати?» Пам'ятайте, що подорожувати Великобританією непросто – в 300 км від Лондона до Манчестера проживає 50 млн. людей (і знаходиться 30 млн. автомобілів).

Запропонований підхід – спосіб вийти на ринок Великобританії хитрим та кружним шляхом. Вам необхідно створити комунікаційні зв'язки для досягнення своєї цілі – від демонстрації своїх товарів до участі у живому тендері, на який ви зможете надіслати цінову пропозицію.

Для виробників СЕРІЙНИХ МЕБЛІВ є лише два шляхи:

1) надіслати ціни та фото товарів власникові компанії-клієнта або особі, відповідальній за закупівлі;
2) надіслати приклади інноваційного дизайну нових товарів працівникові відділу дизайну компанії та попросити дозволу надіслати або привезти зразок.

Вам потрібні довготривалі стосунки, отже, слід проявити терпіння та гнучкість.

Шлях виробників МЕБЛІВ НА ЗАМОВЛЕННЯ більш складний:

-Компанії F,F&E, яким потрібна третя компанія або консорціум для участі в тендері на виробництво набору меблів;

-Дизайнери або архітектори, з якими ви контактували та які нададуть вам шанс взяти участь у тендері на виконання малих замовлень;

-Основні підрядники, коли ви зможете зв'язатися з їхніми відділами дизайну, попросять вас заповнити велику форму з детальною інформацією про компанію, політику, положення по охороні здоров'я та безпеку, реєстрацію в системі оподаткування компаній, які займаються будівництвом тощо;

- Готельні групи, з представниками яких ви знайомитеся тільки неформально, де ви сподіваєтеся, що зможете взяти участь у тендері на поставку меблів в невеличкий готель, але вам відмовляють, тому що ви не входите в список бажаних постачальників.

Це пояснює, чому при виході на британський ринок спрацьовує стратегія «тихше їдеш – далі будеш»:

- Встановити стосунки з одною або двома компаніями, для яких ви можете бути субпідрядником, тому що ви пропонуєте кращі ціни на певні товари, а потім використати ці замовлення та рекомендацію від даного клієнта в своїй історії замовлень. Українські компанії можуть розглянути можливість постачати меблі польським генеральним підрядникам.

І, по-друге, візьміть участь у заході «Зустріньте покупця» («Meet the Buyer»), під час якого ви обираєте, з якими компаніями або готельними групами ви бажаєте зустрітися (не більше 10), і ці зустрічі гарантовано відбудуться. Після того, як ви поспілкуєтеся з 10 менеджерами з питань закупівель, ціна участі в яких від щонайменше £10 тис., у вас з'явиться мотивація невтомно педалювати це питання.

Після досягнення успіху завдяки субсидуванню від ЄБРР на ринку меншої країни, такої як Ізраїль, Українській асоціації виробників меблів варто повторити цей успіх на ринку іншої невеличкої країни, наприклад, Кіпру.

ОТЖЕ, цей звіт рекомендує 2-3 роки вичікування перед отриманням значних замовлень з Великобританії. Протягом цього періоду будуть застосовуватися усі перелічені вище тактики маркетингу, в результаті чого будуть утворені більш успішні та довготривалі стосунки з ключовими гравцями британського ринку. Краще обрати таку тактику, а не ковзнути по краєчку ринку після короткого знайомства з певними сегментами, де велика вірогідність того, що ваша ціна буде надто високою або що відсутність історії замовлень не викликатиме довіри до вашої компанії на даному етапі. Зазвичай, утворення консорціуму зменшує навантаження та ризики; також завдяки консорціуму більше компаній можуть започаткувати робочі стосунки з клієнтом.

РОЗДІЛ 11: Канали дистрибуції та збуту на ринку Великобританії у різних сегментах

Основні шляхи входу на ринок були описані у попередніх розділах даного звіту (особливо у Розділі 10)

Загалом є три основних канали:

11.1 Спільне для виробників серійних меблів та меблів на замовлення:

- Виробляти компоненти або «напівфабрикати» для виробника, який отримав підряд
- Виробляти меблі для іншої компанії (виробника або компанії роздрібної торгівлі)
- Виробляти меблі під маркою та дизайном іншої компанії
- Поступово нарощувати присутність на цільовому ринку протягом 2 років

11.2 Виробники серійних меблів:

- Зібрати колекцію своїх товарів
- Винайняти невеличкий стенд на крупній меблевій виставці у Великобританії
- Найняти дизайнера або студента факультету дизайну та дати йому або їй можливість познайомитися та поспілкуватися з представниками провідних брендів
- Відправити зразки нових дизайнів представникам ключових брендів через мережу IntraNet, з подальшим відслідковуванням результатів
- Поїхати самому або відправити когось більш креативного у «дешеві» поїздки на інші виставки, наприклад, 100% Design, за натхненням та новими ідеями

11.3 Для виробників меблів на замовлення:

- Зв'язатися з компанією F,F&E
- Почати співпрацю з готельними групами середнього масштабу
- Налагодити контакти з архітекторами
- Отримати доступ до списків підрядників для участі в тендерах
- Співпрацювати з досвідченими постачальниками меблів у ролі субпідрядника
- Долучитися до консорціуму або створити консорціум
- Витрачати маркетинговий бюджет на участь у заходах B2B в різних країнах з гарантованим доступом до готельних груп, наприклад, Hotec.

Хоча дії, описані в п. 11.3, складніші та потребують більше часу, після того, як виробник меблів на замовлення налагодить зв'язки, він користатиметься довірою у справах як з компаніями F,F&E, так і з готельними групами. Однак, ви будете потрібні та з вами бажатимуть співпрацювати лише за результатам виконання останнього контракту. Втратити клієнта через погану якість виконання роботи легше, ніж знайти нового клієнта.

Для постачальників товарів постійну загрозу майбутнім замовленням становлять мінливість стилю та трендів. На сьогодні у Великобританії має місце спад роздрібних продажів, багато магазинів в центрах міст зачиняються, що робить зв'язки з групами покупців необхідністю, оскільки вони керуватимуть ринком та дадуть підказки та поради щодо тенденцій у роздрібній торгівлі.

РОЗДІЛ 12: Закупівельні практики, прийняті комерційними покупцями меблів на замовлення, та умови торгівлі

Основні підрядники крупних девелоперських проектів за дорученням інвестора роблять пробні замовлення компаніям F,F&E на поставку внутрішньої фурнітури та меблів для готелю або нового об'єкту. Кожна компанія F,F&E повинна буде надати цінові пропозиції на проектну поставку від принаймні трьох бажаних постачальників.

Навіть якщо вас попросили надати цінову пропозицію згідно проекту замовлення, шанси успіху – 1 з 9 (три компанії F,F&E, кожна з яких має пропозиції від трьох підрядників). Тому важливо, щоб ваші ціни були конкурентоспроможними. Для цього потрібно обґрунтовувати ціноутворення, задавати уточнюючі питання щодо специфікації, а також пропонувати варіанти здешевлення позицій, перелічених в специфікації та функціональних вимогах.

Підрядник перевіряє компанію F,F&E більш прискіпливо, ніж компанії, які надсилають їй цінові пропозиції – зрештою, ця компанія отримуватиме гонорар за свій внесок. Тісна та чесна співпраця обов'язкова. На жодному етапі ланцюжка не буде зроблено вибір на користь компанії, ціни якої значно відрізняються від інших в більшу або меншу сторону. Історія виконання замовлень також важлива. Тому укладання договору субпідряду з виробником часто є чудовим способом увійти на ринок меблів на замовлення.

Пізніше принаймні двом компаніям з тих, що надіслали свої цінові пропозиції, запропонують облаштувати своїми меблями зразковий номер в самому об'єкті або в окремій локації. Облаштування цього номеру буде оплачене за собівартістю.

Якщо кінцеве оздоблення та загальна якість будуть визнані найкращими, виробника / постачальника буде обрано для виконання замовлення. На цьому етапі можуть мати місце зміни дизайну або навіть вмісту замовлення, але виробник та компанія F,F&E, яка пропонує його продукцію, вже знаходяться у вигідному положенні.

Скоріш за все, до моменту остаточного підписання контракту ціну буде зменшено, зазвичай на 3-7% за найбільш жорстких переговорів. Лише на цьому етапі ви дізнаєтеся, на які ціни орієнтувався замовник!

ОСТАТОЧНИЙ КОНТРАКТ: Після підписання контракту треба буде надати плани виконання проекту та розробити графік виробництва, а також плани надання інженерних креслень та виїздів клієнта на виробничі потужності підрядника.

Зазвичай 30% суми контракту виплачується відразу, щоб виробник міг закупити матеріали та швидко приступити до виробництва. У випадку нового партнерства необхідно надати банківські гарантії на першу оплату, для гарантії виробництва та поставки першої партії товару. Гарантії банку зазвичай підкріплюються активами компанії – її готівковими коштами та фізичними активами.

Графік виплат зазвичай такий:

- 30% передплата

- 20% після поставки другої партії

- 20% після поставки третьої партії

- 20% після поставки останньої партії

- Від 5% до 10% суми утримується як гарантія якості (5% утримується як трирічна гарантія на поставлений товар)

Звичайно, наприкінці робіт з облаштування будівлі замовник буде дуже ретельно перевіряти якість робіт та заносити усі зауваження до «списку недоліків» (у Великобританії це називається усунення недоліків). Всі ці недоліки слід усунути до останньої оплати. Виробника можуть викликати у будь-який час протягом наступних трьох років. У ваших інтересах та в інтересах вашої репутації уважно поставитися до завершення контрактних відносин, оскільки далі всі сторони розпочнуть нові проекти, до яких можуть долучити і вас. Група Ligna нещодавно завершила проекти облаштування двох готелів у Лестері – на підписання першого контракту пішло 18 місяців, а контракт на облаштування другого готелю просто прив'язали до першого контракту у рекордно швидкий термін!

ВИСНОВКИ:

- Тривалий процес
- Важко пробитися у список постачальників
- Якщо ви попали у список постачальників, треба бути надійним, уважним та готовим співпрацювати партнером
- Немає проблем з оплатою, але необхідно дотримуватися процедур
- У Великобританії діють дещо інші норми будівельних робіт та гарантії працівникам
- Прибутковість залежить від ціноутворення, участі в тендерах та оптимізації вартості
- Персонал компанії-виробника повинен поводитися професійно, бути технічно грамотним та впевненим (ставити правильні запитання)
- Ваш останній проект – це ваша репутація
- Репутація, довіра та чесні комунікації – це найважливіше

Меблі на замовлення – це складний бізнес у Великобританії, де на ринку працює багато досвідчених професіоналів. Як в ситуації з контрактами від німецьких замовників, ви можете завоювати повагу, і можливості будуть вашими, якщо ви зможете прорватися на більш «тісні» ринки.

ДОДАТКИ

Додаток А: **Гуртові продавці меблів з натуральної деревини (Великобританія)**

BLUEBONE IMPORTS	DUKINFIELD, MANCHESTER	daleboal@Blueboneimports.co.uk
ANCIENT MARINER	RIBCHESTER, LANCASHIRE	Michael Ellis. 01254-820600 marinerfurniture@btconnect.com
ANDY THORNTON Ltd.	HALIFAX, YORKSHIRE	www.andythornton.co.uk 01422 – 376000
ROWICO	LONDON	Caroline Henchcliffe, M.D. caroline@rowico.co.uk
MINERVA FURNITURE GROUP	BIRMINGHAM	Roy Beagent, M.D. r.beagent@minervafurnituregroup.uk
G.C.L. FURNITURE	LEICESTER	CHAIR OF BUYING GROUP Vincent Tobin vincent@gclbedrooms.co.uk
BUOYANT UPHOLSTERY	NELSON, LANCASHIRE	Glen Ainsworth, Development Director gainsworth@buoyantupholstery.co.uk
AND SO TO BED	LONDON	Julie Blood, Commercial Manager julie.blood@andostohed.co.uk

Додаток В: **Компанії з постачання меблів на замовлення (Великобританія)**

PROJECT F.F.& E Ltd	LONDON	Jim SHANKS, Business Development Director 07523 196 489 sales@projectffe.com
BENJAMIN WEST	LONDON	Daniel Englander(MD) office@benjaminwest.co.uk
DEXTER MOREN ASSOCIATES	LONDON	Lindsay Bean-Pearce, Director lbp@dextermoren.com
T.K.S UK Ltd.	ASHFOLD, KENT	Tom Lyne, Coordinator tl@tks.net
CHRIS GARROD	LONDON	David Hopkins, Business Development Manager davidhopkins@chrisgarrod.com
MDINA GROUP	LONDON	D.M.Isle david@mdinagroup.co.uk
MKV Interior Group	LONDON	alex.sparrow@mkvdesign.com
BLUEMOON Procurement Ltd.	LONDON	Gordon Anderson, M.D.
SPACE ZERO Ltd.	MANCHESTER	Development Manager, Matt Dunsmore

Додаток С: Компанії роздрібної торгівлі меблів з натуральної деревини (Великобританія)

JOHN LEWIS & PARTNERS	LONDON	John Lewis& Partners Procurement Manager business@johnlewis.co.uk; 03456 037979
SOFOLOGY	WARRINGTON, NR MANCHESTER	Simon Phillips, Head of Supply Chain 0344 481 8181
JYSK (UK & Ireland)	STOCKPORT, MANCHESTER	David Rubens, Country Manager 03300 883818
TIKAMOON Co UK	LONDON	Purchasing Department pro@tikamoon.co.uk
MADE.com	LONDON	kayti.mchugh@made.com
REDBRICK MILL	LEEDS, YORKSHIRE	victoria@redbrickmill.co.uk

Додаток D: **Організації – джерела інформації для дослідження**

BRITISH UKRAINIAN CHAMBER OF COMMERCE	KYIV	buccukraine@bucc.com.ua
BRITISH CONTRACT FURNITURE ASSOCIATION	WYCOMBE	
DESIGN INSIDER		
BRITISH FURNITURE CONFEDERATION		
GREATER MANCHESTER CHAMBER OF COMMERCE	MANCHESTER	CX, Clive Memmott clive.memmott@gmchamber.co.uk
HOSPITALITY INTERIORS	SUSSEX	Nigel Gearing, Chairman nigel@gearingmediagroup.com

Додаток Е: **Готельні групи (Великобританія)**

ACCOR	BREST, FRANCE	Paul-Antoine Mauraisin V.P. Hotel Equipment Service
WYNDHAM HOTELS & RESORTS	LONDON	Philip Halanan, Head of Strategic Sowary, EMEA
HILTON WORLDWIDE	CHICAGO, US	Ahmet Sahin, Director Supply Management, EMEA
MARRIOTT INTERNATIONAL	LONDON Office	AkosBudar, Contracting Manager Europe
RADISSON HOTEL GROUP	LONDON Office	Manuel Gamdo, EMEA Strategic Sovering Manager
N.H. HOTELS	LONDON	Carlos Llorente, Strategic Sovering
CITIZEN M	LONDON	RensBuis, Manager Hotel Procurement
EDWARDIAN HOTELS	LONDON	Rahul Sagar, Purchasing Manager
INTER-CONTINENTAL HOTEL GROUP (ICHG)	LONDON	

Цей звіт було підготовлено завдяки фінансовій підтримці Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках контракту №72012118C00002 на впровадження Програми USAID "Конкурентоспроможна економіка України".