НАЦИОНАЛЬНОЕ РЕЙТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

Содержание

Производство мебели в России

Методика сегментации рынка

Источники информации

Отраслевой обзор по мебельной отрасли по состоянию на 16.06.2015 г.

Производство мебели в России

Производство мебели в России занимает порядка 0,4% среди обрабатывающих производств. По последним доступным данным ФСГС (2013 г.) выпуск мебельной продукции оценивается в 107,1 млрд руб.,[i] что обеспечивает порядка 36,9% объемов отгруженных товаров обрабатывающих производств по обработке древесины или всего 0,4% от общего объема отгруженных товаров обрабатывающих производств.

Однако при оценке мебельного рынка стоит отметить некоторые методологические ограничения. Различные обзоры системы действующей статистической отчётности Росстата и ФТС России на соответствие по номенклатуре мебельной продукции и единицам измерений (стоимостным, количественным и весовым показателям) указывают на наличие несоответствия по отдельным позициям номенклатуры и ассортимента мебельной продукции (в отчетности Росстата отсутствуют определенные товарные группы мебельной продукции в денежном выражении, составляющие свыше 30-65 % объемов мебельной продукции). В результате оценка внутреннего рынка мебели производится с определенной долей погрешности, обусловленной указанными ограничениями.[ii]

Динамика развития мебельного производства в целом сопоставима с данными группами экономической деятельности, но с определенным лагом (рис.). С 2012 года наблюдается замедление возрастающего тренда.

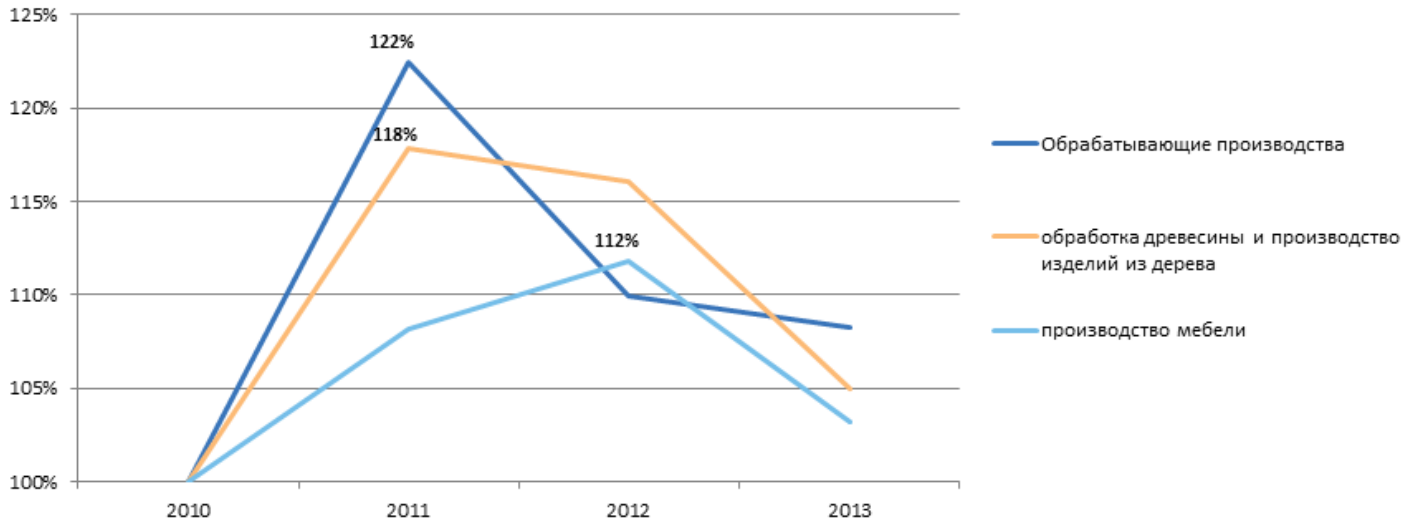


Рис. Объем отгруженных товаров собственного производства по видам экономической деятельности, % к предыдущему периоду.

Источник: ФСГС.[iii]

Среднесписочная численность работников по предприятиям мебельной промышленности зафиксирована в 2013 году на уровне 155, 4 тыс. человек[iv], что составляет порядка 2,1% среднегодовой численности предприятий обрабатывающих производств.[v] Подавляющее большинство работников приходится на Центральный ФО - 35,7%. В Приволжском ФО доля среднесписочной численности работников оценивается на уровне 22,9%.

Производительность труда (выработка мебельной продукции на одного работника) в РФ по данным за 2013 год составляла порядка 800 тыс. рублей. Показатели выработки выше среднеотраслевых достигнуты в Центральном ФО - более 860 тыс.руб. и в Приволжском ФО - более 1100 тыс. руб.

Рейтинг субъектов РФ с выработкой мебельной продукции на одного работника свыше 1 млн. руб. в год выглядит следующим образом: Пензенская область- 2035,0 тыс. руб, Новгородская область - 2005,0 тыс. руб., Владимирская область - 1740,0 тыс. руб., Саратовская область - 1540,0тыс. руб., Кировская область - 1400,0 тыс. руб., Воронежская область - 1300,0 тыс. руб., Ульяновская область - 1250,0 тыс. руб., Костромская область - 1130,0 тыс. руб., Хабаровский край - 1150,0 тыс. руб.[vi]

По данным Росстата в производстве мебели рентабельность в среднем составляет 9,0%. Наибольшая рентабельность зафиксирована в Приволжском ФО - 13,4%. В пятерку регионов-лидеров по уровню рентабельности входят: Владимирская область (45,3%), Воронежская область (31,4%), Нижегородская область (26,9%), Саратовская область (24,3%), Калининградская область (10,8%).[vii]

Объем импорта мебели (ОКВЭД 31 «Производство мебели») в Россию в 2014 году составил 2501,4 млн долл. США,[viii] что менее 1% (0,94%) российского импорта. Порядка 8% импорта приходится на страны СНГ.[ix] По итогам года импорт в Россию снизился на 7,7 п.п. по сравнению с 2013 годом. В то же время на Россию приходится основная часть (85,7%) всего импорта мебели, поступающего на территорию Таможенного союза.

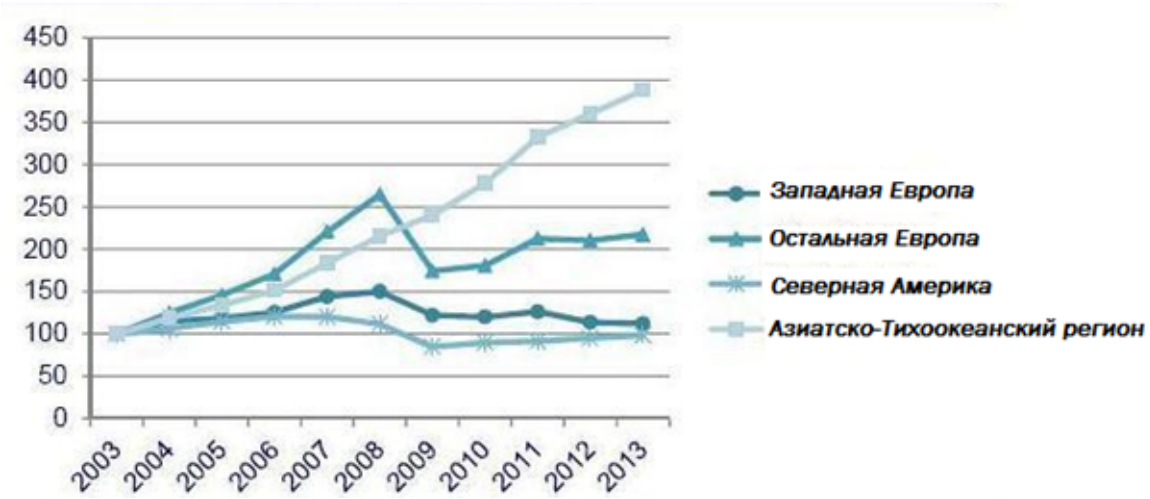
В отличие от импорта объем российского экспорта вырос на 10,9 п.п. по сравнению с 2013 годом и составил 133,2 млн долл. США, однако остается крайне малой статьей доходов внешней торговли (всего 0,03% российского экспорта), что хуже, например, показателей Республики Беларусь (доля экспорта мебели в структуре белорусского экспорта - 0,33%).[x] Основная часть российского экспорта мебели поступает в дальнее зарубежье. На страны СНГ приходится 11,6% или 15,5 млн долл. США.[xi]

С 1 июля 2014 года вступил в силу Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 025/2012 «О безопасности мебельной продукции», который устанавливает на единой таможенной территории Таможенного союза единые обязательные для применения и исполнения требования к мебельной продукции.[1] Данный технический регламент (с окончанием переходного периода 01.03.2016 года) обеспечит свободное перемещение выпускаемой на территории Таможенного союза мебельной продукции, что с одной стороны предоставит определенные возможности по увеличению российского экспорта, а с другой стороны создает риск потери доли национального рынка. Также определенную угрозу развития российской мебельной промышленности создает вступление Казахстана в ВТО, что в худшем варианте развития событий откроет свободный доступ третьих стран к российскому рынку через ЕАЭС.

[1] Принят 15.06.2012 г.

В сравнении с российской динамикой мировая мебельная промышленность демонстрирует устойчивую возрастающую динамику и по итогам 2014 года мировой объем производства оценивается в 480 млрд долл. США (оценка специализированного исследовательского центра CSIL, Милан).[xii] Однако мировой рост был обусловлен преимущественно спросом из Азиатско-Тихоокеанского региона и Европы (кроме Западной). Драйверами роста стали основные составляющие спроса: рост урбанизации, ВВП на душу населения и инвестиции в строительной отрасли.

Потребление мебельной продукции по основным регионам в 2003-2013 гг. (2003 г. = 100%)



Источник: CSIL

Говоря о развитии российской мебельной промышленности, важно отметить ряд положительных тенденций в смежных отраслях.

Так, жилищное строительство после устойчивого роста 2002-2008 гг. и последующего спада в 2009-2010 гг., обусловленного финансово-экономическим кризисом, продемонстрировало уверенное восстановление уже в 2012 г., превысив докризисные объемы ввода жилья.

В 2014 г. конъюнктура в строительном секторе ухудшилась: индекс предпринимательской уверенности в строительстве снизился до -6% (-3 п.п. к 2013 г.).[xiii] Однако по итогам года сектор показал отличный результат – общая площадь зданий жилого назначения в России выросла на 16,7 млн кв. м до 103,8 млн кв. м – рекордный за последние 15 лет показатель прироста жилого фонда в натуральном выражении.[xiv]

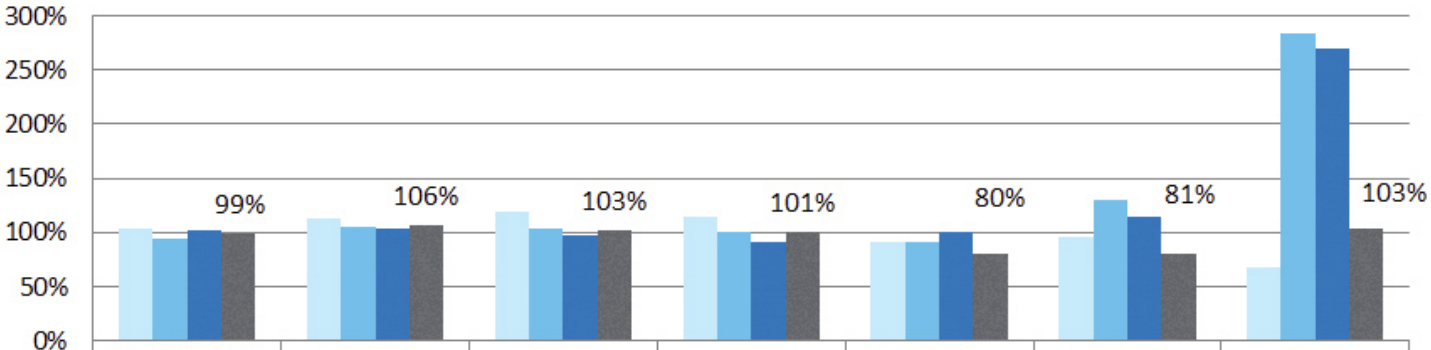
В I-м квартале 2015 г. также отмечен рост по сравнению с предыдущим периодом: введено в эксплуатацию 235,4 тыс. квартир общей площадью 18,5 млн кв. метров, что составило 132,8% к уровню 2014 г. (в I-м квартале 2014 г. было введено 13,9 млн. кв. метров жилья, 130,6% к I-му кварталу 2013 г.).[xv]

Ввод нового жилья, как известно, в конечном итоге стимулирует спрос населения на строительные материалы, мебель и товары для дома.

Соответствующим образом реагировала промышленность строительных материа-

лов. Отечественные производители в целом обеспечивали возрастающие потребности строительного комплекса и экономики в своей продукции. За последние 10-15 лет практически все производства строительных материалов подверглись той или иной степени модернизации. Были созданы новые мощности по выпуску эффективных конкурентоспособных строительных материалов с использованием современных технологий и оборудования, в первую очередь импортного производства. Положительное влияние на развитие ряда предприятий отрасли оказали известные транснациональные зарубежные фирмы и компании, которые пришли работать на российский рынок.[2]

В производстве основных видов продукции деревообработки наблюдается разнонаправленная динамика (рис.). По итогам 2014 года несколько увеличился выпуск фанеры, древесностружечных и древесноволокнистых плит. Сократился выпуск дверных и оконных блоков.



	Лесоматериалы, продольно распиленные или расколотые, разделенные на слои или лущеные, толщиной более 6 мм; шпалы железнодорожные или трамвайные деревянные, непропитанные, млн. м3	Фанера клееная, состоящая только из листов древесины, тыс. м3	Плиты древесностружечные и аналогичные плиты из древесины и других одревесневших материалов, тыс. условных м3	Плиты древесноволокнистые из древесины или других одревесневших материалов, млн. условных м2	Оконные блоки, млн. м2	Дверные блоки, млн. м2	Домики садовые и постройки хозяйственные приусадебные и детали и изделия деревянные для них, тыс. шт.
2011	103%	114%	119%	115%	92%	96%	69%
2012	94%	105%	104%	101%	91%	131%	283%
2013	102%	104%	98%	91%	100%	114%	269%
2014	99%	106%	103%	101%	80%	81%	103%

Рис. Производство основных видов продукции деревообработки, % к предыдущему году. Источник: ФСГС (2014 г. – данные предварительные).

В розничной торговле 2014 г. оказался благоприятным и для сегмента DIY, Household & Furniture. Размер сегмента можно оценить в 7% непродовольственного товарооборота или 2,3 трлн руб. в денежном выражении. Несмотря на негативную макроэко-

[2] Knauf, Lafarge, Kerama Marazzi и другие

номическую конъюнктуру и санкционное давление в связи с украинским кризисом, лидеры сегмента (Leroy Merlin, IKEA, OBI[3]) не намерены сокращать инвестиции в увеличение торговых площадей в России. Так, Leroy Merlin планирует открывать по десять магазинов в год, вкладывая в открытие одного объекта по 1 млрд руб. Компания OBI рассчитывает открывать по 5-6 магазинов в год. На ближайшие 3 года запланировано открытие 18 магазинов в России с общим объемом инвестиций 250 млн евро (~13,6 млрд руб.).[xvi]

Компания ИКЕА планирует развивать все направления своего бизнеса на территории России, в т.ч. производство и логистику. В прошедшем году было анонсировано строительство новой мебельной фабрики в Великом Новгороде, которую планируется открыть в 2017-ом году. Начаты работы по модернизации дистрибьюторского центра в Есипово, в который компания собирается инвестировать 6 млрд рублей. После расширения он станет одним из крупнейших автоматизированных дистрибьюторских центров на территории Европы и самым большим в России.[xvii]

В долгосрочном плане данные инвестиции оправданы – рынок имеет хороший потенциал, обусловленный тенденциями устаревания жилого фонда в России и рядом современных вызовов, стоящих перед отечественным строительным комплексом: обеспечение высоких темпов ввода жилья (в 2020 г. – 100 млн кв. м); снижение средней стоимости 1 кв. м жилья без снижения качественных характеристик (на 20% к уровню 2012 г.); достижение уровня соответствия жилого фонда современным условиям энергоэффективности, экологическим требованиям, потребностям отдельных групп граждан; повышение удовлетворенности населения уровнем жилищно-коммунального обслуживания.[4]

С другой стороны, резкое изменение макроэкономических факторов в 2014 г. привело к сокращению доли прибыльных организаций в розничной торговле. По итогам года сокращение на 2,4 п.п. (до 80,1%), что хуже результата по экономике в целом (-1,3 п.п.). Нестабильная макроэкономическая обстановка заставила участников рынка скорректировать стратегии своего развития путем оптимизации розничных сетей, сокращения издержек, изменения ассортимента.

На фоне общего сокращения числа прибыльных организаций розничной торговли компании первого эшелона продемонстрировали хорошие результаты во всех секторах розничной торговли, что говорит о выбытии наиболее слабых участников рынка.

Положительным моментом в целом для розничной торговли является рост онлайн-торговли. По итогам 2014 г. объем продаж через Интернет вырос до 713 млрд

[3] ООО «ЛЕРУА МЕРЛЕН ВОСТОК» (французская Leroy Merlin - Groupe Adeo SA), ООО «ИКЕА ДОМ» (нидерландская IKEA International Group) и группа компаний: ООО «ОБИ ФЦ», ООО «СДЕЛАЙ СВОИМИ РУКАМИ СЕВЕРО-ЗАПАД» и ООО «СДЕЛАЙ СВОИМИ РУКАМИ» (немецкая OBI - Tengelmann Warenhandel). На данные компании суммарно приходится 214,1 млрд руб. выручки (без НДС) или порядка четверти товарооборота по сегменту в России.

[4] В соответствии с государственной программой «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации»

руб. (+31% к 2013 г.), из которых 65% приходится на материальные товары и 35% - нематериальные товары. Поддержку сегменту оказывает общий рост уровня проникновения интернета в России (рост до 67,5% (+10,4 п.п. к 2013 г.)) и рост числа пользователей сетью Интернет на портативных устройствах: смартфонах и планшетах (число пользователей Интернетом на смартфонах выросло до 21 млн человек (+5,7 п.п. к 2013 г.). Число пользователей Интернетом на планшетах – до 10 млн человек (+4,9 п.п. к 2013 г.)). Учитывая данные тенденции, можно отметить, что канал сбыта мебельной продукции через Интернет имеет высокий потенциал. Однако в данном случае важно учитывать фактор логистики: покупки крупногабаритных предметов через Интернет совершаются преимущественно в регионе присутствия.

В розничном товарообороте доля бытовой мебели составляет 1,6% (по имеющимся данным за 2013 год) или порядка 3% в обороте непродовольственных товаров. Концентрация торговых сетей относительно невысокая: на долю крупнейших 10 торговых сетей мебельных салонов приходится чуть менее 50% общего количества сетевых мебельных салонов России (в т.ч. Шатура Мебель (5,9%), Askona, Цвет Диванов, Много мебели, Лазурит, Роникон, KOMANDOR, Орматек, Торис, DMI/ Дятьково (3,7%)).[xviii]

Товарные запасы бытовой мебели по итогам 2014 года сократились с 1,9% до 1,8% в общей структуре товарных запасов организаций розничной торговли. При этом тенденция устойчивая и прослеживается с докризисных 2008-2009 годов.[xix]

Один из ключевых рисков для развития отрасли - падение покупательной способности населения. По итогам 2014 года цены на продовольственные товары росли опережающими темпами (115,4%) по отношению к индексу потребительских цен (111,4%). При этом при продовольственной инфляции 15,4% среднедушевые доходы населения по итогам 4 кв. 2014 г. выросли только на 6% до 33017 руб. в месяц. Это говорит о том, что доходы населения растут медленнее, чем цены на продовольствие, что сокращает покупательную способность населения и изменяет структуру потребления в сторону товаров первой необходимости.

Наблюдается негативная тенденция по росту просроченной задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам с 4,4% в начале 2014 года до 5,9% в начале 2015 года и 6,9% по результатам 1 квартала 2015 года.[xx] [5]

Ухудшаются условия кредитования физических лиц. Средневзвешенная рублевая ставка по жилищным кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам выросла с 12,37% в конце 2014 года до 14,41% в 2015 году (на 01.05.2015 г.).[xxi] При этом сократился средневзвешенный срок кредитования со 178,1 месяца до 171,6 месяцев за аналогичный период. Данная тенденция негативно влияет на рынок недвижимости и, как следствие на потребительском спросе на мебельном рынке.

Высокие девальвационные и инфляционные ожидания в России в конце 2014 года

[5] Доля просроченной задолженности в объеме кредитов и прочих средств, предоставленных кредитными организациями физическим лицам

привели к резкому всплеску потребительского спроса в последние месяцы года на товары длительного пользования. Такой всплеск мобилизовал имеющиеся у населения сбережения и стал, по сути, инвестиционным спросом. Ввиду этого формируются риски отсутствия дальнейших источников роста мебельной отрасли, основанных на устойчивом потребительском спросе.

Другой негативной тенденцией является падение инвестиционной активности предприятий, связанная в первую очередь, с ухудшением конъюнктуры и удорожанием кредитных ресурсов.

Так, индекс PMI[6] обрабатывающих отраслей России банка HSBC остался ниже критической отметки 50.0 балла шестой месяц подряд в мае. Более того, значение 47.6 балла, после апрельских 48.9 балла, стало минимальным за четыре месяца.[xxii]

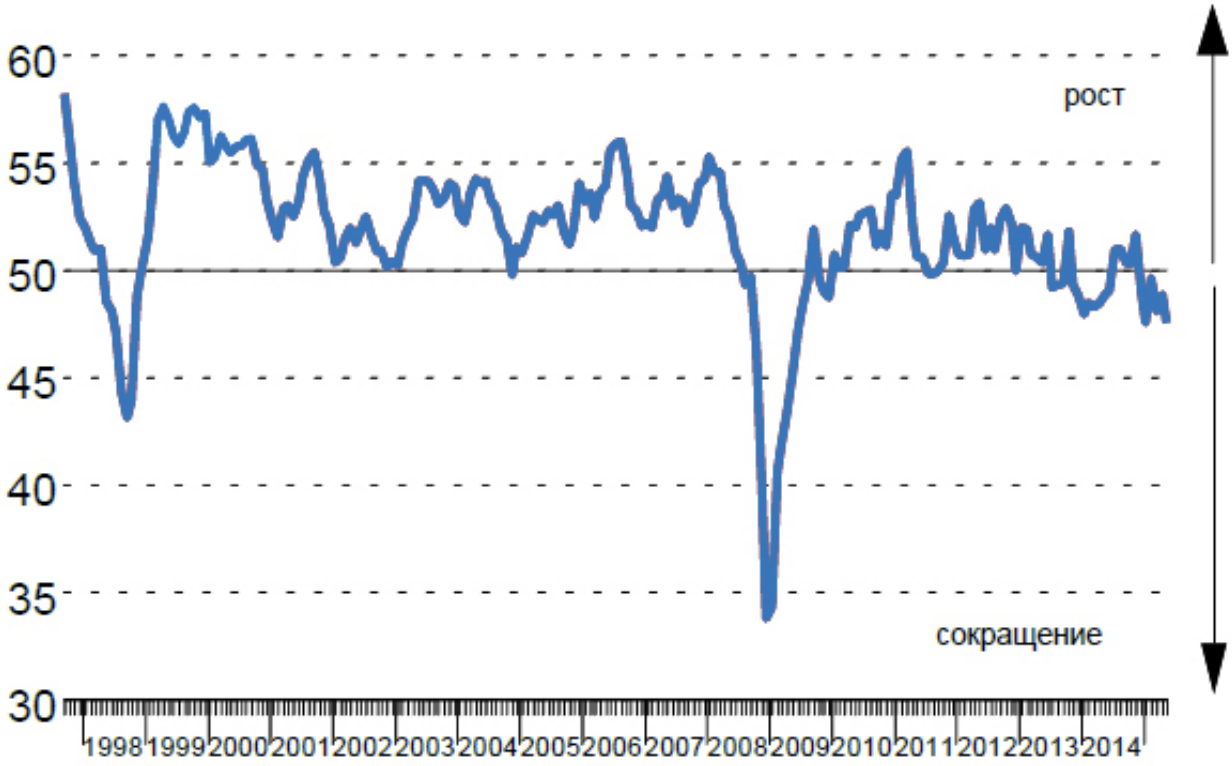


Рис. Исторические данные по индексу PMI обрабатывающих отраслей России банка HSBC (50=нет перемен по сравнению с прошлым месяцем, сез.корр.).

Источник: Markit, HSBC.

В результате по итогам первых четырех месяцев 2015 года рост выпуска наблюдался только в химическом комплексе. Остальные отрасли, в том числе деревообработка (см. рис.) демонстрируют стагнацию или слабое снижение.

[6] PMI (Purchasing Managers' Index) отслеживает общую конъюнктуру рынка, составляется на основе опросов менеджеров по закупкам, состоит из 5 компонентов: новые заказы, объёмы производства, занятость, сроки поставок сырья и материалов и запасы сырья и материалов.

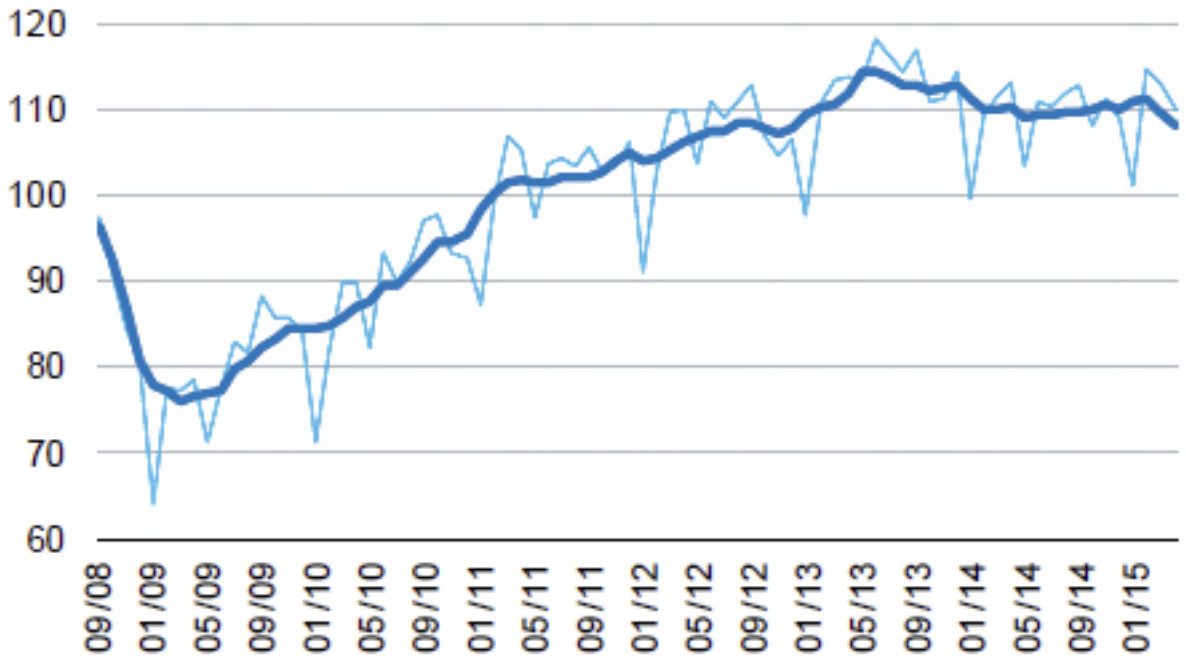


Рис. Динамика производства по виду деятельности деревообработка (2007 год = 100%). Источник: ФСГС, ЦМАКП

Долговая нагрузка (ND/EBITDA) среди предприятий по обработке древесины и производству изделий из дерева по итогам 1 квартала 2015 года снизилась с 5,0х до 4,4х в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года.[xxiii] Также снизилась просроченная кредиторская задолженность с 19,1% до 13,6% по сравнению с 1-м кварталом 2014 года.[7] Несмотря на то, что данная динамика лучше экономики в целом (рост просроченной задолженности на 1,6 п.п.), показатель существенно превышает значения в среднем по экономике, равный 6%. Частично это объясняется снижением доступности кредитных ресурсов (средневзвешенная ставка по рублевым кредитам выросла на 7,4% п.п. по сравнению со среднегодовым значением за 2014 год и составила 18,5% по итогам 1 квартала 2015 года).

Удорожание кредитных ресурсов для юридических лиц (предприятий) приводит к повышению удельных расходов по обслуживанию кредитов.[8] В результате процентные платежи для лесопромышленного комплекса в 2015 году прогнозируются на уровне 70% от прибыли предприятий (докризисный уровень 2006-2008 гг. составлял 31%), что приводит к падению кредитования лесопромышленного комплекса.

[7] Доля просроченной задолженности по кредитам юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в сфере обработки древесины и производства изделий из дерева (данные ЦБРФ)
[8] Отношение процентных платежей по кредитам к прибыли от продаж по предприятиям, имеющим обязательства перед банками

Методика сегментации рынка

Товарная структура оборота розничной торговли (в фактически действовавших ценах; в процентах к итогу)

№ п/п	Группа товаров	2013 г., %	2013 г., млн руб.	Сегмент
1	Все товары	100	23 685 914	-
1.1	Пищевые продукты, включая напитки, и табачные изделия, в т.ч.:	47,0	11 143 009	FMCG
1.1.1	Свежий картофель	0,5	829 007	FMCG
1.1.2	Свежие овощи	1,4		FMCG
1.1.3	Свежие фрукты	1,6		FMCG
1.1.4	Алкогольные напитки и пиво	7,4	1 752 758	FMCG
1.1.5	Табачные изделия	1,8	426 346	FMCG
1.2	Непродовольственные товары, в т.ч.:	53,0	12 542 905	-
1.2.1	Ткани	0,3	71 058	Одежда и обувь, спорт
1.2.2	Верхняя одежда	6,7	1 586 956	Одежда и обувь, спорт
1.2.3	Одежда из меха	0,5	118 430	Одежда и обувь, спорт
1.2.4	Чулочно-носочные изделия	0,3	71 058	Одежда и обувь, спорт
1.2.5	Обувь кожаная	2,4	568 462	Одежда и обувь, спорт
1.2.6	Синтетические чистящие, моющие и полирующие средства	0,5	118 430	FMCG
1.2.7	Туалетное и хозяйственное мыло	0,2	47 372	FMCG
1.2.8	Косметические и парфюмерные товары	1,7	402 661	Парфюмерия и косметика
1.2.9	Часы	0,1	23 686	Ювелирные изделия и часы
1.2.10	Компьютеры в полной комплектации	0,6	142 115	Электроника, бытовая и компьютерная техника
1.2.11	Мобильные телефоны	0,7	165 801	Электроника, бытовая и компьютерная техника
1.2.12	Аудиоаппаратура	0,1	355 289	Электроника, бытовая и компьютерная техника
1.2.13	Телевизоры	0,6		Электроника, бытовая и компьютерная техника
1.2.14	Видеомагнитофоны	0,1		Электроника, бытовая и компьютерная техника
1.2.15	Холодильники и морозильники	0,4		Электроника, бытовая и компьютерная техника
1.2.16	Стиральные машины	0,3		Электроника, бытовая и компьютерная техника
1.2.17	Велосипеды и мотовелосипеды	0,1	23 686	-
1.2.18	Мотоциклы	0,04	9 474	-
1.2.19	Автомобили легковые	6,1	1 444 841	Автомобили
1.2.20	Бензины автомобильные	6,6	1 563 270	-

1.2.21	Мебель бытовая	1,6	378 975	DIY, Household & Furniture
1.2.22	Напольные покрытия, ковры и ковровые изделия	0,2	47 372	DIY, Household & Furniture
1.2.23	Строительные материалы	2,0	473 718	DIY, Household & Furniture
1.2.24	Ювелирные изделия из драгоценных металлов	0,8	189 487	Ювелирные изделия и часы
1.2.25	Фармацевтические, медицинские и ортопедические товары	3,3	781 635	Аптеки (Drogerie)
1.2.26	Книги, газеты и журналы	0,6	142 115	-
1.2.27	Прочее	16,2	3 827 644	-

Источник: ФСГС

Показатели по сегментам

№ п/п	Сегмент	Доля в товарообороте, %	Оборот, 2013 г. млн руб.
1.	FMCG	47,7	11 298 181
2.	Одежда и обувь, спорт	10,2	2 415 963
3.	Автомобили	6,1	1 444 841
4.	DIY, Household & Furniture	3,8	900 065
4.1	Мебель бытовая	1,6	378 975
5.	Аптеки (Drogerie)	3,3	781 635
6.	Электроника, бытовая и компьютерная техника	2,8	663 206
7.	Парфюмерия и косметика	1,7	402 661
8.	Ювелирные изделия и часы	0,9	213 173
9.	Прочее	23,5	5 566 190
	Всего	**100,0**	**23 685 914**

Источники информации

[i] ФСГС, Отдельные показатели работы организаций по видам экономической деятельности, http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_48/IssWWW.exe/Stg/01-08-1.doc
[ii] «Уральский мебельщик» №3 (март), 2015 г. Информация о результатах работы АМДПР по контракту с Минпромторгом РФ – в электронном доступе: http://goo.gl/eyITFW
[iii] ФСГС, http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_48/Main.htm
[iv] «Уральский мебельщик» №3 (март), 2015 г. Информация о результатах работы АМДПР по контракту с Минпромторгом РФ – в электронном доступе: http://goo.gl/eyITFW
[v] ФСГС, Среднегодовая численность работников организаций по видам экономической деятельности, http://www.gks.ru/bgd/regl/b14_48/IssWWW.exe/Stg/04-01.doc
[vi] Уральский мебельщик» №3 (март), 2015 г. Информация о результатах работы АМДПР по контракту с Минпромторгом РФ – в электронном доступе: http://goo.gl/eyITFW
[vii] «Уральский мебельщик» №3 (март), 2015 г. Информация о результатах работы АМДПР по контракту с Минпромторгом РФ – в электронном доступе: http://goo.gl/eyITFW
[viii] Евразийская экономическая комиссия, Внешняя торговля товарами государств – членов Таможенного союза и Единого экономического пространства за 2014 год. Статистический бюллетень. – в электронном доступе: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/publications/Documents/Ext_2014.pdf (таблица 29)
[ix] Там же, http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/publications/Documents/Ext_2014.pdf (таблица 33)
[x] Там же, http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/publications/Documents/Ext_2014.pdf (таблица 32)
[xi] Там же, http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/publications/Documents/Ext_2014.pdf (таблица 33)
[xii] CSIL (Centro Studi Industria Leggera), http://www.worldfurnitureonline.com/PDFres/mag-66/#p=10
[xiii] Деловой климат в строительстве в 4 квартале 2014 года/ НИУ-ВШЭ, Центр конъюнктурных исследований, http://goo.gl/SskjpH
[xiv] Росстат, http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/stroit/stroi111.xls
[xv] Росстат, http://www.gks.ru/bgd/free/B09_03/IssWWW.exe/Stg/d05/82.htm
[xvi] Коммерсантъ со ссылкой на представителей компаний, http://www.kommersant.ru/doc/2625155
[xvii] IKEA, официальный сайт, http://www.ikea.com/ms/ru_RU/about_ikea/press/press_releases/national/nat_104.html
[xviii] Отраслевой журнал «Мебельный бизнес». - №1 (136), февраль 2015 г. – в электронном доступе: http://www.promebel.com/ru/headings/?articleID=13243
[xix] ФСГС, Товарная структура запасов в организациях розничной торговли, http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#
[xx] ЦБ РФ, Обзор банковского сектора Российской Федерации, №151, 2015 год, http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_ex.pdf (таблица 12)
[xxi] ЦБ РФ, http://www.cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?TblID=4-1&pid=ipoteka&sid=ITM_2357
[xxii] Markit, http://www.markiteconomics.com/Survey/PressRelease.mvc/686038439e614245afb461b97e686fcb
[xxiii] ЦМАКП, тенденции развития промышленности
[xxiv] ФСГС, Товарная структура оборота розничной торговли по Российской Федерации, http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/rozn/rozn41.xls

123007, г. Москва, Хорошевское шоссе, д. 32А
тел./факс: +7 (495) 775-59-02, 775-59-01
www.ra-national.ru

Участие в индивидуальных рейтингах
Управление по развитию бизнеса: +7 (495) 775-59-02 #113, 117, 120
info@ra-national.ru

Участие в рэнкингах и дистанционных рейтингах
Аналитическое управление: +7 (495) 775-59-02 #110
info@ra-national.ru

Информационное сотрудничество, участие в конференциях
Управление по связям с общественностью: +7 (495) 775-59-02 #104, 115
pr@ra-national.ru

Настоящий документ подготовлен аналитическим управлением «Национального Рейтингового Агентства» и носит исключительно информационный характер. Все оценки и мнения, высказанные в отчете, представляют собой независимое суждение аналитиков на дату выхода отчета. Вознаграждение авторов отчета ни прямым, ни косвенным образом не увязано с представленными в отчете точками зрения. «Национальное Рейтинговое Агентство» оставляет за собой право изменять высказанные оценки и мнения в любое время без предварительного уведомления. Информация, содержащаяся в отчете, получена из источников, признаваемых нами достоверными, однако не существует никаких гарантий, что указанная информация является полной и точной, и, соответственно, она не должна рассматриваться как полная и точная. Мы оставляем за собой право не обновлять информацию на основе новых данных либо полностью отказаться от ее освещения. «Национальное Рейтинговое Агентство» и его сотрудники не несут ответственности за прямой или косвенный ущерб, наступивший в результате использования настоящей публикации или ее содержания.