МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления	Кафедра «Социология, экономическая теория и международные процессы»
Направление подготовки	41.03.05 «Международные отношения»
Профиль	Мировая политика и международный бизнес

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

Состояние и перспективы развития мебельного рынка России и Китая в современных условиях

Студент	_____ подпись, дата	Бокарева Екатерина Вячеславовна
Руководитель	_____ подпись, дата	Кафтулина Ю. А.
Нормоконтролер	_____ подпись, дата	Влазнева С. А.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ №_____)

Заведующий кафедрой	_____ подпись, дата	Рожкова Л. В.

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ №____)

Секретарь ГЭК	_____ подпись, дата	Рассказова Н. В.

Пенза 2024

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 41.03.05 «Международные отношения», профиль Мировая политика и международный бизнес

«УТВЕРЖДАЮ»:
Зав. кафедрой
д.с.н., профессор Рожкова Л.В.
_____
«_____»_____20___г.

ЗАДАНИЕ

НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

студенту Бокаревой Е. В., группа 20ЭА1, обучение очное

1 Тема бакалаврской работы: Состояние и перспективы развития мебельного рынка России и Китая в современных условиях

утверждена приказом по университету

от «___»_____20__г . №_____

2 Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы: 5.06.2024.

3 Исходные данные к бакалаврской работе: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: теоретические аспекты исследования мебельного рынка; современное состояние мебельного рынка в России и Китае; перспективы развития мебельного рынка в России и Китае.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 25.11.2023.

График подготовки бакалаврской работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
1	Составление плана ВКР	25.11.2023 – 10.12.2023	
2	Изучение исходных данных к бакалаврской работе	11.12.2023 – 8.01.2024	
3	Написание Главы 1	9.01.2024 – 18.02.2024	
4	Написание Главы 2	19.02.2024 – 24.03.2024	
5	Написание Главы 3	25.03.2024 – 2.05.2024	
6	Написание введения и заключения	3.05.2024 – 12.05.2024	
7	Оформление ВКР	13.05.2024 – 23.05.2024	
8	Сдача ВКР нормоконтролю, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	24.05.24 – 3.06.2024	
9	Ознакомление с отзывом руководителя	4.06.2024	
10	Представление законченной бакалаврской работы, передача в ГЭК	5.06.2024	

Руководитель _____ / Ю. А. Кафтулина /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____ / Е. В. Бокарева /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Реферат

Бакалаврская работа 55 с., 3 ч., 9 рис., 7 табл., 51 источник, 2 прил.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС, МЕБЕЛЬНАЯ ИНДУСТРИЯ, МЕБЕЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА, КИТАЙСКИЙ МЕБЕЛЬНОГО БИЗНЕС, РОССИЙСКИЙ МЕБЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС, ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Объект исследования – мебельный рынок России и Китая.

Цель работы состоит в исследовании состояния и анализ перспектив развития мебельного рынка в России и Китае в современных условиях.

Методологическую основу работы составили системный подход, методы анализа и синтеза, единство исторического и логического, компаративный анализ.

Результаты работы: рассмотрены сущность и основная характеристика мебельного бизнеса; определены тенденции развития мебельного рынка, проанализировано текущее состояние мебельного рынка в Китае и России; выявлены факторы, влияющие на развитие мебельного бизнеса; охарактеризованы тренды и прогнозы мебельного рынка России и Китая; рассмотрены проблемы развития мебельного рынка России и Китая.

Рекомендации по внедрению. Изучение состояния и перспектив развития мебельного рынка России и Китая может использоваться для выработки стратегий, способствующих эффективному долгосрочному партнерству между странами с учетом региональной специфики, в частности – Пензенской области и провинции Шэньси.

Теоретическая значимость работы состоит в расширении знаний о факторах, влияющих на развитие мебельной индустрии в современных внешнеполитических, геоэкономических и социокультурных реалиях обеих стран.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования. В связи с усилением внешнеполитических рисков в условиях формирования многополярного мира прогнозируется увеличение объемов внешнеэкономических контрактов с китайскими партнерами, особенно в сфере мебельного производства.

Summary

Bachelor's thesis 55 p., 3 ch., 9 fig., 7 tab., 51 sources, 2 appendixes.

INTERNATIONAL BUSINESS, FURNITURE INDUSTRY, FURNITURE INDUSTRY, TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE FURNITURE MARKET, CHINESE FURNITURE BUSINESS, RUSSIAN FURNITURE BUSINESS, PROSPECTS FOR INTERNATIONAL COOPERATION

The object of research is the furniture market of Russia and China.

The purpose of the work is to study the state and analyse the prospects of development of the furniture market in Russia and China in modern conditions.

The methodological basis of the work was a systematic approach, methods of analysis and synthesis, the unity of historical and logical, cooperative analysis.

Results of the work: the essence and the main characteristics of the furniture business are considered; the tendencies of development of the furniture market are defined, the current state of the furniture market in China and Russia is analysed; the factors influencing the development of the furniture business are revealed; the trends and forecasts of the furniture market in Russia and China are characterized; the problems of development of the furniture market in Russia and China are considered.

Recommendations for implementation. The study of the state and prospects of the furniture market in Russia and China can be used to develop strategies that promote effective long–term partnership between the countries, taking into account regional specifics, in particular, the Penza region and Shaanxi Province.

The theoretical significance of the work is to expand knowledge about the factors influencing the development of the furniture industry in the modern foreign policy, geo-economic and socio-cultural realities of both countries.

Forward-looking assumptions about the development of the research object. Due to the increased foreign policy risks in the context of the formation of a multipolar world, an increase in the volume of foreign economic contracts with Chinese partners is predicted, especially in the field of furniture production.

Résumé

Mémoire de licence 55 p., 3 p., 9 fig., 7 tab., 51 sources, 2 annexes.

COMMERCE INTERNATIONAL, INDUSTRIE DU MEUBLE, INDUSTRIE DU MEUBLE, TENDANCES DE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ DU MEUBLE, MARCHÉ CHINOIS DU MEUBLE, ENTREPRISE DE MEUBLES RUSSE, PERSPECTIVES DE COOPÉRATION INTERNATIONALE

L'objet de la recherche est le marché de l'ameublement en Russie et en Chine.

L'objectif de ce travail est d'étudier la situation et d'analyser les perspectives de développement du marché de l'ameublement en Russie et en Chine dans les conditions actuelles.

La base méthodologique du travail est une approche systématique, des méthodes d'analyse et de synthèse, l'unité de l'analyse historique et logique, l'analyse coopérative.

Résultats du travail : l'essence et les principales caractéristiques du secteur de l'ameublement sont examinées ; les tendances du développement du marché de l'ameublement sont définies, l'état actuel du marché de l'ameublement en Chine et en Russie est analysé ; les facteurs influençant le développement du secteur de l'ameublement sont révélés ; les tendances et les prévisions du marché de l'ameublement en Russie et en Chine sont caractérisées ; les problèmes du développement du marché de l'ameublement en Russie et en Chine sont examinés.

Recommandations pour la mise en œuvre. L'étude de l'état et des perspectives du développement du marché du meuble en Russie et en Chine peut être utilisée pour élaborer des stratégies qui favorisent un partenariat efficace à long terme entre les pays, en tenant compte des spécificités régionales, en particulier – la région de Penza et la province du Shaanxi.

L'importance théorique du travail est d'élargir la connaissance des facteurs qui influent sur le développement de l'industrie du meuble dans la politique étrangère moderne, les réalités géoéconomiques et socioculturelles des deux pays.

Hypothèses prospectives sur le développement de l'objet d'étude. En raison de l'augmentation des risques de politique étrangère dans le contexte de la formation d'un monde multipolaire, on prévoit une augmentation du volume des contrats économiques étrangers avec des partenaires chinois, en particulier dans le domaine de la production de meubles.

Оглавление

Введение…….. 3
Глава 1 Теоретические аспекты исследования мебельного рынка……..……. 5
1.1 Сущность и основные характеристики мебельного рынка……... 5
1.2 Тенденции развития мебельного рынка современного мира……..…. 13
Глава 2 Современное состояние мебельного рынка в России и Китае…….... 18
2.1 Сравнительный анализ текущего состояния мебельного рынка в России и Китае……..…….. 18
2.2 Факторы, влияющие на развитие мебельного рынка в России и Китае…….. 29
Глава 3 Перспективы развития мебельного рынка в России и Китае……..…… 33
3.1 Тренды и прогнозы в развитии мебельного рынка в России и Китае... 33
3.2 Проблемы развития мебельного рынка в России и Китае…….…. 39
Заключение…….…….. 46
Список использованных источников…….…… 49
Приложение А…….……. 54
Приложение Б…….. 55

Введение

Сегодня мебельный рынок играет важную роль в формировании и развитии социальных и экономических структур. Россия и Китай, выступая в роли значимых игроков на мировом рынке, существенно влияют на глобальную экономику и непосредственно на сферу производства мебели. Вместе с тем, перед этими странами стоят и серьезные вызовы, такие как экономические санкции, нестабильность валютных курсов, изменения в потребительских предпочтениях и усиление экологических стандартов.

Мебельный рынок – одна из важных отраслей в развитии строительной и потребительской сфер, напрямую связанной с рядом других, включая лесо- и лесопильный комплексы, логистику, дизайн и розничные продажи.

Актуальность выбранной темы продиктована поиском новых рынков и международных отношений в современных условиях наличия геоэкономических и геополитических вызовов для России, ограничений экспорта и импорта продукции. нарушения торговых связей и отношений с рядом западных стран и усилением партнерских отношений с Китайской Народной Республикой. В этой связи мебельная промышленность является важной составляющей экономики как России, так и Китая. Она вносит значительный вклад в валовой внутренний продукт, обеспечивает занятость большого количества людей. А также, в условиях глобализации и усиления международной конкуренции российские и китайские производители мебели адаптируются к быстро меняющимся условиям рынка.

Понимание динамики развития мебельного рынка в этих двух странах необходима, так как мебельная промышленность России и Китая имеет значительные масштабы производства. Китай является одним из крупнейших экспортеров мебели в мире, в то время как Россия – крупный импортер и все чаще становиться производитем. Взаимодействие между этими рынками влияет на глобальные торговые схемы и экономические отношения между двумя странами.

Целью данной работы является исследование состояния и анализ перспектив развития мебельного рынка в России и Китае в современных условиях.

Для достижения поставленных целей предполагается решение следующих задач:

– рассмотреть сущность и основную характеристику мебельного рынка;

– определить тенденции развития мебельного рынка современного мира;

– изучить сравнительный анализ текущего состояния мебельного рынка в России и Китае;

– выявить факторы, влияющие на развитие мебельного рынка в России и Китае;

– охарактеризовать тренды и прогнозы в развитие мебельного рынка в России и Китае;

– выделить проблемы развития мебельного рынка в России и Китае.

Объект исследования – мебельный рынок России и Китая.

Предмет исследования – международное сотрудничество России и Китая в области производства мебели.

Методологической основой в работе является системный подход, методы анализа и синтеза, единство исторического и логического, компаративный анализ.

При написании работы были использованы монографическая литература, научные статьи, данные сети Интеренет, СМИ.

Теоретическая значимость исследования современного состояния мебельного рынка России и Китая в современных условиях заключается в развитии концепции современных международных отншений, направленных на взаимовыгодный учет национальных итересов при выстраивании долгосрочных партнерских отношениц, что в последнее время в ряде западных стран существенно нарушается.

Практическая значимость изучения данной темы обусловленная взаимодействием экономической, политической и дипломатической сфер Роосии и Китая, формирует новый этап международных отношений в условиях становления новго миропорядка.

Работа состоит из введения, трех глав, шести параграфов, заключения, списка литературы и приложений.

Глава 1 Теоретические аспекты исследования мебельного рынка

1.1 Сущность и основные характеристики мебельного рынка

Современные процессы глобализации вызвали массу геополитических и геоэкономических проблем, что существенным образом увеличило риски для высраивания долгосрочных партнерских отношений как в целом между странами, так и для компаний – участников международного бизнеса. Обострение политической напряженности в 2022 г. привело к определенной смене вектора внешнеэкономической деятельности данных компаний. Многие международные компании ушли с российского рынка в связи с указанными выше событиями, другие перепродали свой бизнес. Это дало толчок для развития отечественных компаний и пересмотра в выборе внешних партнеров. Следует отметить, что мебельный рынок как динамичный и многогранный сектор, играет жизненно важную роль в мировой экономике. Он включает в себя широкий спектр продукции, предназначенной для различных целей, в том числе для жилых, коммерческих и промышленных помещений.

Суть мебельного рынка можно определить как его способность удовлетворять потребности человека и улучшать условия жизни и работы. Мебель не только обеспечивает функциональность и комфорт, но и служит средством выражения личного стиля и культурной идентичности. Рынок процветает благодаря инновациям, дизайну и взаимодействию между традиционными ремеслами и современными технологиями.

Особенно ценной для потребителя является мебель из массива дерева. В этой связи интересены данные о распределении лесных массивов. Как основного сыья для производства данной мебельной продукции. Согласно данным на 2023 г., распределение лесных массивов показывает, что наибольший процент лесных площадей сосредоточен в России, Бразилии и Канаде (рисунок 1).

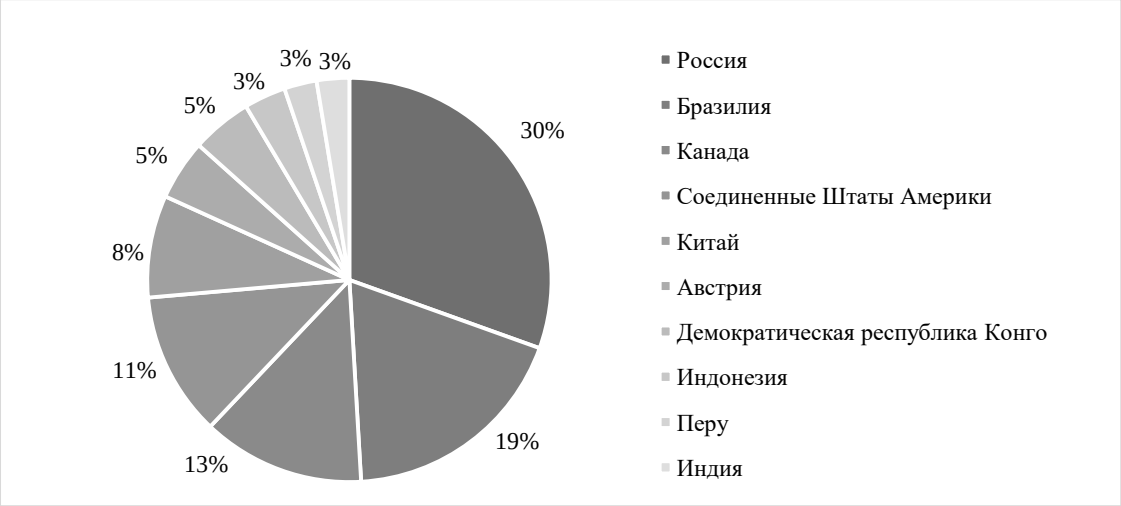

Рисунок 1 – Страны с наибольшим процентом лесных запасов, % [составлено автором по: 31]

В настоящее время Российская Федерация (далее – РФ) является одним из обладателей крупнейших в мире запасов возобновляемых лесосырьевых ресурсов. Мебельная промышленность, которая производит товары для повседневного потребления, играет важную роль в лесопромышленном комплексе РФ, что отражено в таблице 1.

Таблица 1 – Состав лесопромышленного комплекса в России [составлено автором по: 43]

	Сектор	Описание
1	2	3
Лесопромышленный комплекс	Лесозагатовки	Этот сектор включает в себя деятельность по заготовке древесины из леса. Это может включать в себя рубку деревьев, их транспортировку и обработку для последующего использования в других отраслях лесопромышленного комплекса.
	Производство целлюлозы, древесной массы, бумаги и картона, и изделий из них	Этот сектор включает в себя процесс преобразования древесины в различные виды бумажной продукции, начиная от целлюлозы и древесной массы, и заканчивая производством бумаги, картона и изделий из них, таких как книги, упаковочные материалы и т. д.
	Производство лесохимической продукции	Этот сектор включает в себя производство различных химических продуктов, получаемых из древесины, таких как лаки, клеи, смолы, красители и прочие химические соединения.

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Лесопромышленный комплекс	Обработка древесины и производство изделий из дерева	Этот сектор включает в себя обработку древесины для производства различных изделий из дерева, таких как мебель, строительные материалы, декоративные элементы и т. д.
	Лесное хозяйство	Этот сектор включает в себя управление и эксплуатацию лесных ресурсов, включая выращивание леса, охрану и защиту лесных массивов, а также контроль за их использованием с целью сохранения экологического баланса.
	Производство мебели	Этот сектор включает в себя изготовление мебели из различных материалов, включая древесину. Это может включать в себя производство мебели для дома, офиса, общественных помещений и т. д.

Сектор «Производство мебели», как и остальные, указанные в таблице 1, вместе составляют лесопромышленный комплекс, который играет важную роль в мировой экономике, обеспечивая различные виды продукции и создавая рабочие места для многих людей.

Современная индустрия производства мебели предлагает разнообразие изделий из различных материалов с учетом различных технологий. Востребованность мебели определяется ее функциональностью, внешним видом и качеством.

История мебели связана с развитием цивилизации и исскуства. Так, в XIX в. в Российской Империи появились собственные образцы мебели в стиле классицизма и ампира [34]. В Европе развилось массовое производство мебели, появились новые стили и конструкции. В СССР промышленное производство мебели началось в конце 1950-х гг., с постоянным ростом.

В настоящее время развитие мебельных предприятий отвечает стратегии модернизации национальной экономики. Материалы для мебели разнообразны, среди них дерево, алюминий, пластмасса и другие синтетические материалы. После распада СССР в России произошел рост частных мебельных предприятий, что привело к разнообразию продукции.

В 1990-х гг. в России начался рост мебельной промышленности с производства мягкой мебели, что требовало меньших затрат. В настоящее время на рынке мебели России присутствует много местных и зарубежных компаний.

На сегодняшний момент, мебель принято классифицировать по следующим параметрам:

– по назначению (для жилых помещений, общественных зданий и детскую);

– по виду исходного материала (из древесных или полимерных материалов, металла и комбинированную);

– по функциональному признаку (корпусная мебель, мебель для сидения и лежания, для работы и приема пищи, прочая);

– по комплектности (набор мебели, гарнитур мебели);

– по характеру производства;

– по конструктивно-технологическому признаку (встроенная, передвижная, трансформируемая, корпусная, складная, разборная, неразборная, секционная и т.д.);

– по наличию мягкого элемента (мягкая и жесткая) [16].

Если рассматривать классификацию мебели по функциональному назначению более подробно, то следует выделить следующие секции:

– мебель для хранения;

– мебель для сидения и лежания;

– мебель для работы и приема пищи;

– мебель прочая [16].

По характеру производства мебель делится на серийную, массовую и экспериментальную.

Экспериментальная мебель – это прототип разрабатываемого изделия, который используется для оценки соответствия функциональным требованиям и проведения испытаний.

Серийная мебель – это изделие, выпускаемое партиями (сериями), причем возможность повторения серии планируется заранее.

Мебель массового производства – изготавливается в больших количествах, непрерывно, в течение длительного периода времени и без изменений в конструкции. Производство серийной мебели возможно при широкой предметной и технологической специализации предприятия [4].

Более подробная классификация мебели предоставлена в приложении А.

Для систематизации и каталогизации мебельной продукции используется классификация согласно Общероссийскому классификатору продукции (ОКП). Эта форма помогает в управлении ассортиментом товаров, сертификации, анализе производства и маркетинговых исследованиях.

Каждая категория в ОКП имеет шестизначный код, состоящий из цифр, который позволяет точно идентифицировать и классифицировать продукцию. Например, мебель относится к 56 классу данной классификации [16].

Пример шестизначного кода для мебельной продукции в соответствии с ОКП может выглядеть следующим образом:

– класс (первые две цифры): 56 (классификация мебели);

– подкласс (следующие две цифры): например, 01 – мебель для офиса, 02 – мягкая мебель и т. д.;

– группа (последние две цифры): более конкретная спецификация продукции внутри подкласса, например, 01 для офисных столов, 02 для кресел и т. д.

Таким образом, шестизначный код помогает однозначно определить вид и категорию продукции, что облегчает ее идентификацию и анализ.

Мебельный бизнес как сфера изготовления, так и в сфере продаж регулируется рядом законодательных актов. Все изготавливаемые предметы мебели должны соответствовать стандартам, установленным в соответствующих законодательных актах. Подлинная мебель должна быть подвергнута декларированию или сертификации, снабжена фирменным паспортом с уникальным идентификационным номером, а также иметь соответствующую маркировку и бирку с логотипом.

Стандарт ГОСТ 16371:2014 «Мебель. Общие технические требования» выступает в качестве международного руководства, устанавливающего основные стандарты качества для мебельной продукции. Он был принят Госстандартом России и охватывает как бытовую, так и общественную мебель. Этот стандарт был разработан для соблюдения основных требований технического регламента Таможенного союза 025/2012 «О безопасности мебельной продукции» [6].

Одним из ключевых аспектов является нанесение маркировки на мебель. После создания Евразийского экономического союза (ЕАЭС) стало необходимым разработать единое законодательство, включая требования безопасности для товаров. Важной задачей маркировки является обеспечение передачи полной и достоверной информации о товаре потребителю. Это требование распространяется не только на продавцов в странах ЕАЭС, но также предусмотрено законодательством Российской Федерации, в частности, в законе «О защите прав потребителей» [1].

В документе о безопасности мебельных изделий Таможенного союза указывается, что в информационных документах и на маркировке изделий должны быть представлены определенные сведения. Кроме того, на маркировке могут быть изображены следующие обозначения: знак РОСтест, удостоверяющий сертификацию и соответствие товара стандартам качества с выданным соответствующим сертификатом, а также маркировка CE, позволяющая перемещать товар по всей территории Европейского союза и гарантирующая его соответствие требованиям безопасности для людей и окружающей среды [20].

В международном бизнесе мебельный рынок занимает важное положение, являясь одной из ключевых отраслей мировой экономики. Мебель играет роль не только в повседневной жизни, обеспечивая комфорт и функциональность в жилищах и рабочих пространствах, но также является объектом глобальной торговли и инноваций. Мебельный рынок играет значительную роль в международном бизнесе по ряду причин, данные представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Роль мебельного рынка в международном бизнесе [составлено автором]

Причина	Описание
1	2
Мировая торговля	Мебель является одним из основных товаров в мировой торговле. Компании в разных странах активно торгуют мебелью, импортируя и экспортируя её, чтобы удовлетворить потребности национальных и международных рынков.

Продолжение таблицы 2

1	2
Глобализация производства	Многие компании переносят производство мебели в страны с низкими затратами на рабочую силу, чтобы снизить издержки и оставаться конкурентоспособными на мировом рынке. Это приводит к формированию сложных международных цепочек поставок и производства.
Технологические инновации и дизайн	Мировой мебельный рынок подвержен быстрым изменениям в дизайне и технологиях производства. Компании постоянно стремятся предлагать новые и инновационные продукты, чтобы привлечь клиентов, и это стимулирует развитие технологий и дизайнерских решений.
Культурные и региональные различия	Потребности и предпочтения в мебели могут сильно отличаться в зависимости от культурных и региональных особенностей. Международные компании должны учитывать эти различия при разработке продуктов и стратегий маркетинга.
Торговля услугами	Помимо продажи физических товаров, мебельный рынок также включает в себя торговлю услугами, такими как дизайн интерьера, консультации по выбору мебели и монтаж.
Экономическое воздействие	Мебельный рынок оказывает значительное экономическое воздействие на страны, стимулируя рост производства, занятость и экспорт.

Ряд стран, в том числе Китай, Вьетнам, Малайзия и Индонезия, имеют низкую себестоимость производства мебели благодаря доступной рабочей силе [25]. Компании из развитых стран, таких как США, Германия и Франция, активно импортируют мебель из этих стран, чтобы удовлетворить потребительский спрос. Например, IKEA поставляет значительную часть своей мебели из Азии [50].

Италия, Дания, Швеция и Финляндия известны своими высококачественными мебельными брендами и инновационным дизайном, и они активно экспортируют свою продукцию на международные рынки. Известные итальянские бренды, такие как *Natuzzi*, *Poltrona Frau* и *Cassina*, получили мировое признание и экспортируют свою мебель по всему миру [11]. Антикварная мебель играет важную роль в мировой торговле: коллекционеры, аукционные дома и антиквары из разных стран участвуют в международной торговле антикварной мебелью. Например, английские компании по производству антикварной мебели часто экспортируют свои товары в США и Европу [30]. Многие мебельные компании переносят производство в страны с более низкой стоимостью рабочей силы, чтобы сократить расходы и сохранить конкурентоспособность. Это приводит к созданию сложных международных цепочек поставок, в которых разные этапы производства находятся в разных

странах. Например, американская компания может заниматься дизайном и разработкой продукции внутри страны, но производить мебель в Китае или Вьетнаме [35].

Мировой мебельный рынок характеризуется быстрыми изменениями в дизайне и технологиях производства. Компании постоянно стремятся предлагать новые и инновационные продукты, чтобы привлечь покупателей и сохранить конкурентоспособность. Стремление к инновациям способствует развитию новых технологий и дизайнерских подходов. Появление концепции «умного дома» подтолкнуло мебельные компании к внедрению множества технологических решений в свою продукцию. Среди них – встроенное освещение, станции для зарядки устройств, сенсорные панели управления и механизмы автоматизации. Одним из наглядных примеров является «умная» мебель со встроенными системами освещения и климат-контроля, которыми можно управлять с помощью смартфона [21].

В ответ на растущий спрос на уникальные и индивидуальные решения многие компании предлагают услуги по изготовлению мебели на заказ, позволяя клиентам выбирать материалы, цвета, размеры и дизайн в соответствии с их предпочтениями. Некоторые мебельные бренды предоставляют онлайн-конфигураторы, позволяющие покупателям создавать собственные проекты мебели [14].

Культурные и региональные особенности существенно влияют на предпочтения и потребности потребителей в мебели. Международные компании, стремящиеся добиться успеха на различных рынках, должны учитывать эти различия при разработке продукции и маркетинговых стратегий. В разных культурах предпочтения в отношении стиля и дизайна различны. Например, в западных странах могут быть популярны современные и минималистичные дизайны, в то время как в азиатских странах больше ценятся традиционные и элегантные формы. Следовательно, компании должны адаптировать свою продукцию, предлагая широкий выбор стилей и дизайнов в соответствии с предпочтениями каждого региона.

Аналогичным образом, предпочтения в отношении размеров и функциональности мебели также различаются по всему миру. В густонаселенных городах, таких как Токио и Гонконг, популярны компактные и многофункциональные мебельные решения, позволяющие максимально эффективно использовать пространство [3]. И наоборот, в более просторных регионах, таких как сельские районы или пригороды, предпочитают более крупные и удобные предметы мебели. В некоторых культурах мебель может иметь глубокое символическое значение или ассоциироваться с традициями и обычаями. Например, в китайской культуре красный цвет символизирует счастье и удачу, что делает мебель красных тонов более желанной. Поэтому компании должны учитывать такие культурные нюансы и включать их в маркетинг своей продукции [49].

Мебельный рынок – это сектор экономики, специализирующийся на производстве, продаже и распространении мебели. Этот бизнес играет важную роль в удовлетворении потребностей населения в жилой, офисной и торговой мебели. Рынок мебели можно классифицировать по ряду критериев, включая тип продукции (домашняя мебель, офисная, общественная и т.д.), ценовой сегмент, степень роскоши, материалы изготовления, способы продажи (розничная, оптовая, интернет-продажи) и географическое распределение. Важно отметить, что рынок мебели является конкурентным и динамичным сектором экономики. Конкуренция между производителями стимулирует инновации, повышение качества продукции и сервиса, а также дифференциацию товаров и услуг.

1.2 Тенденции развития мебельного рынка современного мира

В 2022 г. российский рынок мебели пережил значительные изменения и вызовы. Из страны ушли крупные зарубежные ритейлеры, включая *IKEA*, что повлекло за собой нарушение привычных логистических цепочек и прекращение прямых поставок из-за границы. Мебельные предприятия были вынуждены быстро переключиться на других поставщиков, особенно из Турции и Китая.

В настоящее время рынок почти стабилизировался, хотя розничные продажи мебели показывают снижение каждый месяц. Однако бизнес рассматривает текущую ситуацию как время для активных действий. Российские производители мебели получили возможность заменить ушедшие бренды, занять их место на рынке и увеличить объемы продаж внутри страны. Эти изменения позволяют делать предположения о будущем рынке мебели в России и Китае.

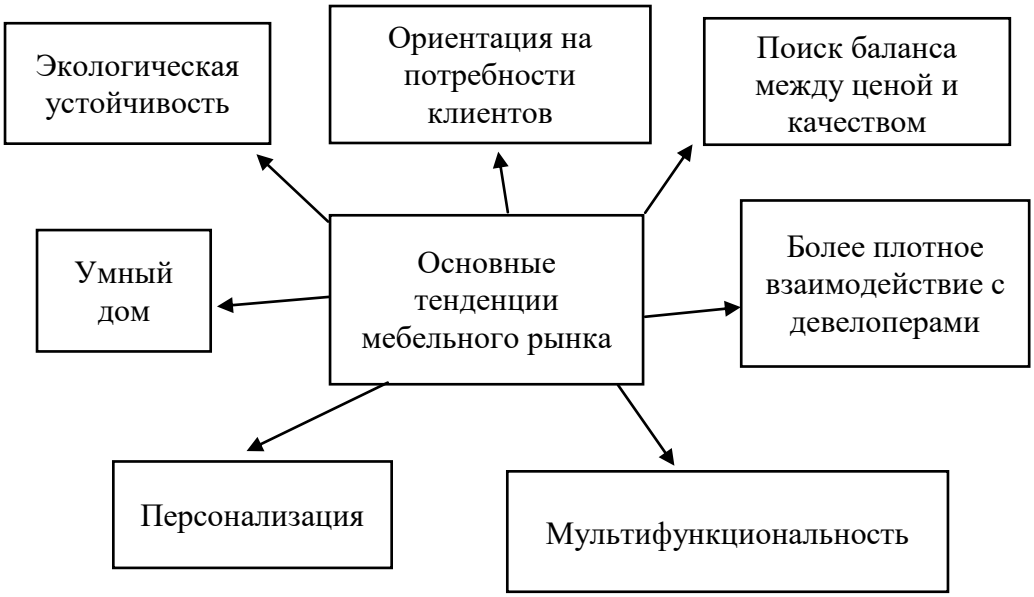

Рисунок 2 – Основные тенденции мебельного рынка в 2024 г.
[составлено автором]

Малогабаритная мебель представляет собой не только привлекательную опцию для покупателей, но и способ удержания клиента после первой крупной покупки. Предложение широкого ассортимента компактных и удобных в использовании предметов мебели позволяет производителям разнообразить ассортимент и удовлетворить повторные потребности своих клиентов. Развитие данного сегмента помогает привлекать и удерживать клиентов за счет удовлетворения их потребностей в компактной, продуманной и стильной мебели [9; 36].

В условиях экономической неопределенности и снижения расходов на мебель производители сталкиваются с необходимостью балансировать между ценой и качеством своей продукции. Это требует пересмотра стратегий ценообразования и расширения ассортимента доступных по цене товаров. Расширение линейки малобюджетных товаров может быть одним из ответов на эти вызовы, позволяя компаниям привлечь более широкий круг потребителей. Важно, чтобы даже доступные товары соответствовали стандартам качества и долговечности для сохранения репутации бренда и удовлетворения ожиданий клиентов.

Для снижения стоимости продукции при сохранении качества производители мебели могут использовать различные стратегии, такие как оптимизация процессов производства, поиск более дешевых материалов, увеличение эффективности логистики и другие. Инновации в области дизайна и производства также могут способствовать созданию более эффективных и экономичных моделей мебели.

Плотное взаимодействие между производителями мебели и девелоперами становится важной тенденцией, особенно в условиях снижения спроса на недвижимость и строительство. Концепция полностью меблированных новостроек, где покупатель может просто «заехать и жить», становится все более привлекательной для девелоперов и потребителей. На текущий момент их доля составляет 2–3 %, но в ближайшее время ожидается рост доли такого жилья до 7–10 % [45]. Это позволяет сделать процесс переезда более удобным и повысить привлекательность недвижимости. Расширение персонализированных вариантов меблировки также может удовлетворить разнообразные потребности клиентов и сделать продукцию более конкурентоспособной на рынке.

Экологическая устойчивость становится важной тенденцией на современном рынке мебели. Покупатели все более осознают влияние своих покупок на окружающую среду и ориентируются на экологичные продукты. В результате наблюдается рост спроса на мебель, изготовленную из экологически чистых материалов. Компании, предлагающие устойчивые варианты мебели, такие как изделия из переработанных материалов или древесины с сертификатами управления лесами, могут получить преимущество на рынке. Покупатели

оценивают не только внешний вид и функциональность мебели, но и её происхождение и воздействие на окружающую среду.

Использование переработанных материалов помогает сократить количество отходов и снизить негативное воздействие производства на окружающую среду. Мебель из древесины с сертификатами управления лесами обеспечивает гарантию, что древесина была добыта и обработана в соответствии с определёнными стандартами устойчивого лесного хозяйства. Компании, активно внедряющие экологически устойчивые практики в своё производство, могут привлечь больше клиентов, ценящих и поддерживающих подобные инициативы. Экологическая устойчивость становится необходимым элементом корпоративной социальной ответственности, способствующим укреплению репутации компании и привлечению новых клиентов [46].

С каждым днем технологический прогресс все больше входит в повседневную жизнь обычных людей ускоряющимися темпами. Причем мебельный рынок не остается в стороне. Тенденция к «умным домам» вызывает все больше интереса у дизайнеров и клиентов. Интеграция технологий в мебель становится всё более распространенной, предлагая удобные и инновационные решения. Мебель с поддержкой *USB*-портов и беспроводной зарядкой устройств предлагает удобство для зарядки устройств без необходимости использования дополнительных адаптеров [26].

В последние годы виртуальная реальность (далее – *VR*) становится все более популярной технологией, которая находит применение в различных сферах, включая мебельный рынок. *VR* позволяет пользователям погружаться в компьютерно-генерируемые среды, которые могут быть реалистичными или фантастическими. Это делает *VR* идеальной технологией для демонстрации мебели и других товаров для дома [19].

Использование *VR* в мебельной промышленности имеет ряд преимуществ, как для потребителей, так и для производителей, данные представлены в приложении Б.

Таким образом, в условиях динамично развивающегося мебельного рынка производителям мебели необходимо постоянно отслеживать меняющиеся

потребности и тренды, а также адаптироваться к ним. Для достижения конкурентного преимущества и удовлетворения запросов современных покупателей ключевыми факторами становятся понимание и реагирование на потребности в комфорте, функциональности, экологической устойчивости и технологических инновациях.

Глава 2 Современное состояние мебельного рынка в России и Китае

2.1 Сравнительный анализ текущего состояния мебельного рынка России и Китая

Современный рынок мебели характеризуется динамичным развитием, которое за последнее десятилетие претерпело существенные изменения. Производство мебели входит в состав лесопромышленного комплекса, поэтому важно рассмотреть Россию и Китай с данной стороны. Российская Федерация (РФ) владеет 20 % мировыми запасами, что значительно превосходит Китайскую Народную Республику (КНР). На рисунке 3 представлено сравнение площади леса в Китае и России.

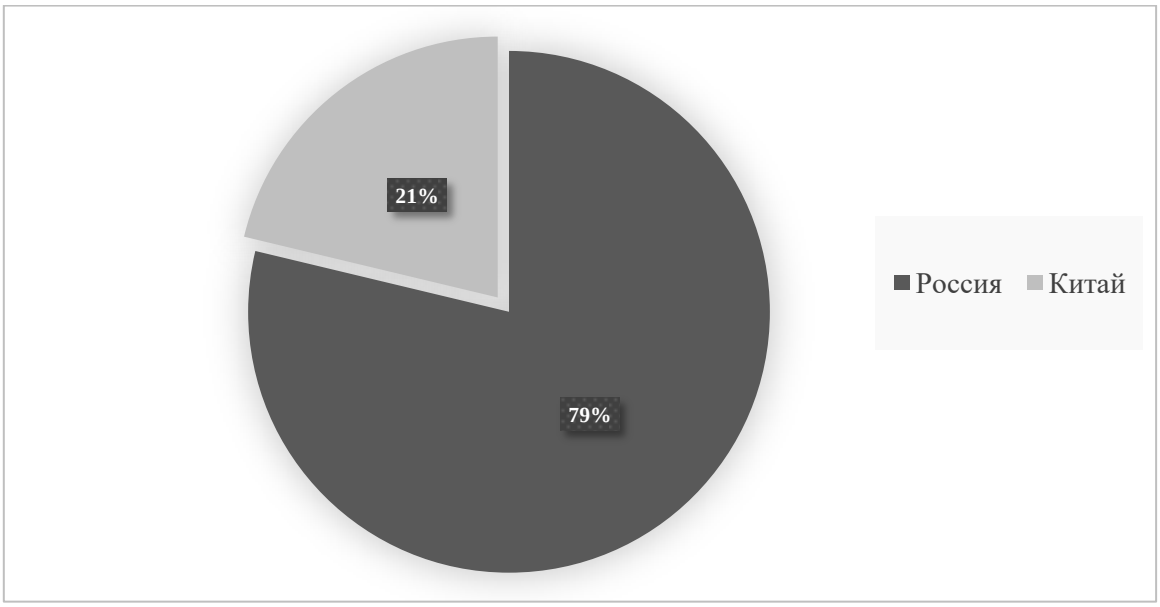

Рисунок 3 – Россия и Китай: запасы леса на 2023 г., % [31]

На сегодняшний день, Российская Федерация – это 20 % от мировых запасов леса, площадь леса 815 млн га, что больше, чем сумма двух площадей Индии, в сравнении: Китай – 5 % от мировых запасов леса, площадь леса 220 млн га.

На рисунке 4 представлено 10 субъектов России по площади, покрытой лесом. Лидирует Республика Саха (Якутия): площадь региона, где есть лесные насаждения, 154 млн га.

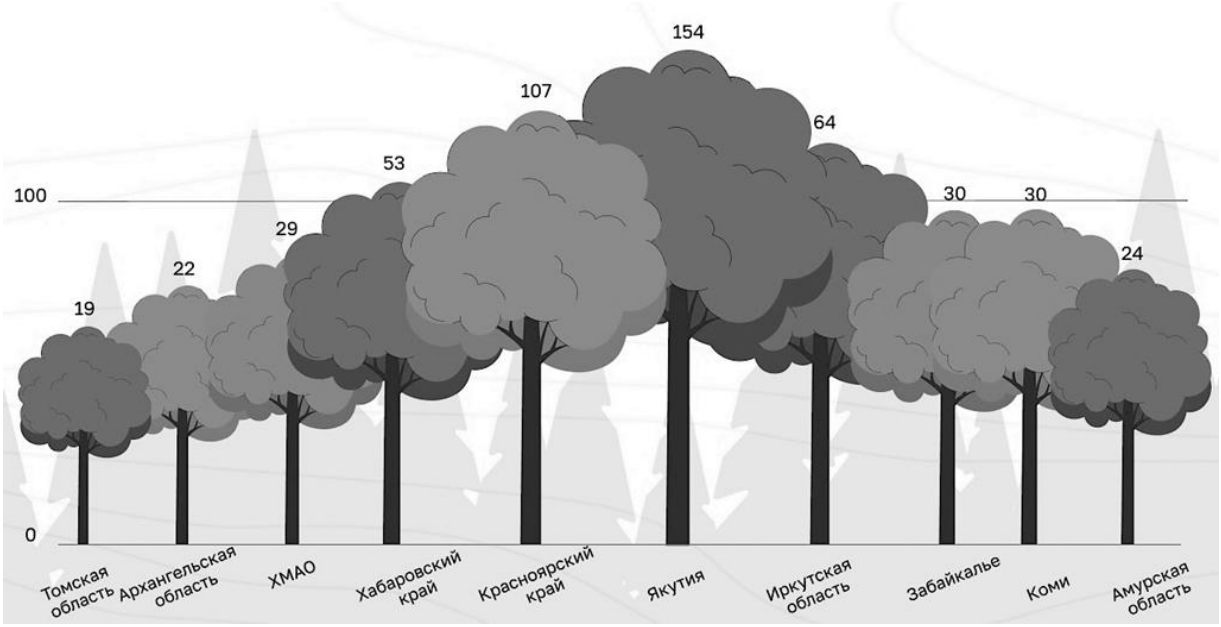

Рисунок 4 – 10 регионов России по площади, покрытой лесом, млн га [42]

Наиболее крупные лесные массивы Китая находятся в районах Большого и Малого Хингана, в горах Чанбайшань на северо-востоке, где располагаются лиственные и хвойные леса.

Вторые по величине леса простираются на юго-западе, там растут ели, пихты, юньнаньская сосна. Сишуанбаньна на юге провинции Юньнань известна своими тропическими хвойными лесами, редкими для Китая; там произрастает более 5 тыс. лесных растений, благодаря чему ее называют «царством растений» [37].

Эти лесные массивы не только являются ключевыми источниками древесины для мебельной промышленности, но и имеют важное значение для сохранения экосистемы, поддержания биоразнообразия и регулирования климата. Они напоминают нам о важности бережного отношения к природе и устойчивого использования ее ресурсов.

Россия и Китай начали сотрудничать на мебельном рынке еще в 1990-х гг., когда китайская мебель стала появляться на российском рынке. Однако наиболее активное развитие сотрудничества между Россией и Китаем в сфере мебельной индустрии произошло в последние десятилетия.

Объем торговли между Россией и Китаем в области мебели значительно возрос за последние годы.

В 2023 г. торговый оборот России и Китая увеличился на 26,3 %, до 240,11 млрд долл., данные опубликовало Главное таможенное управление КНР [40]. Китай стал одним из крупнейших поставщиков мебели на российский рынок, а российские компании также активно ищут возможности для экспорта своей продукции в Китай.

Российские и китайские компании объединили свои усилия, чтобы запустить производство мебели на территории обеих стран. Эта стратегическая инициатива была официально объявлена на международной торгово-экономической ярмарке, которая прошла в период с 17 по 20 июня 2006 г. в Харбине, административном центре китайской провинции Хэйлунцзян. В рамках этого мероприятия была достигнута договоренность между российскими и китайскими предпринимателями о создании совместных предприятий для производства мебели [33].

Этот шаг отражает стремление обеих сторон к укреплению торговых и экономических отношений, а также к расширению взаимовыгодного сотрудничества в сфере производства и обмена товаров.

Совместный проект российско-китайской компании по производству высококачественной мебели для офисов представляет отличный пример успешного сотрудничества между двумя странами. В этом проекте российский дизайн и китайские технологии производства сочетаются для создания продукции, которая не только конкурирует на внутреннем рынке, но и успешно выходит на международный уровень.

Компания *NAYADA*, специализирующаяся на создании нестандартных решений для офисных пространств, сделала значительный вклад в обустройство офиса российско-китайской высокотехнологичной компании *NIRIT-Xinwei*. Это

обустройство не только учитывает функциональные потребности сотрудников, но и отражает современный и стильный дизайн, который стал возможным благодаря синергии между российским и китайским подходами к производству мебели [38].

Обмен технологиями, материалами, идеями и более широкое взаимопонимание производственных процессов сделали эту индустрию более интегрированной. Современные тенденции показывают, что сотрудничество между Россией и Китаем в мебельной отрасли продолжает развиваться.

На рисунке 5 показан объем производства мебели в России и Китае в период с 2016–2023 гг., в млрд долл.

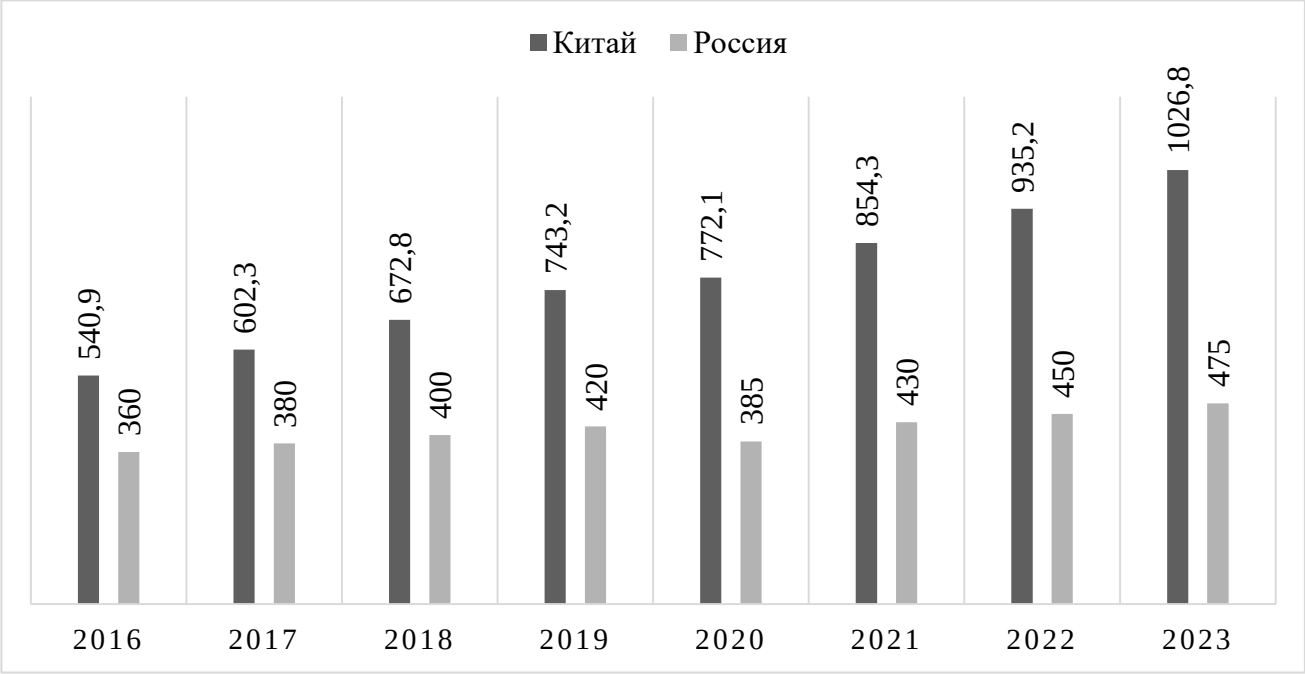

Рисунок 5 – Объем производства мебели в России и Китае с 2016–2023 гг., млрд долл. [составлено автором]

В период 2016–2019 гг. производство мебели в России росло благодаря увеличению доходов населения и программам развития отрасли, в то время как Китай продолжал демонстрировать стабильный рост за счет инвестиций и успешного экспорта.

Однако в 2020 г. оба рынка столкнулись с вызовами из-за пандемии *COVID-19,* приводя к снижению спроса и росту цен на материалы. В период восстановления после пандемии, с 2021–2023 гг., оба рынка активно развивают онлайн-торговлю и стимулируют производство. Российский рынок также сталкивался с геополитическими нестабильностями, в то время как Китай стал импортозамещать иностранные компании. В 2022 г. производство мебели в России выросло на 15,2 %, достигнув 450 млрд руб., в то время как Китай продолжал укреплять свои позиции на мировой арене.

Что касается сегментации рынка мебели РФ, то он делится на три основных группы: мебель для дома, доля которой 60 % от общего объема рынка; офисная мебель – 30 % от общего объема рынка; специализированная мебель (для учебных заведений, больниц, складских помещений, развлекательных мест) – 10 % от общего объема рынка. Для наглядности сегментация рынка мебели представлена на рисунке 6.

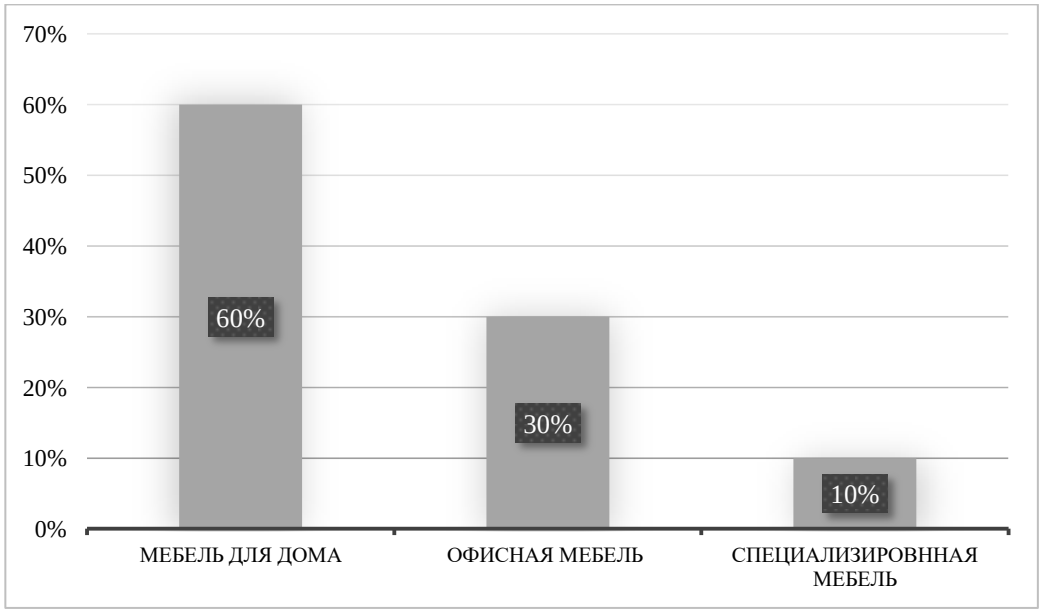

Рисунок 6 – Сегментация рынка мебели России по назначению, % [17]

В настоящее время на мебельном рынке Китая представлен широкий ассортимент продукции, которую можно в основном классифицируется в мебель для дома, гостиницы и гостевого дома, офиса и общественных учреждений.

– мебель для дома (используется в домах городских жителей, в том числе диваны, тумбы под телевизор, столы и стулья, кухонная мебель и мебель для спальни);

– мебель для гостиниц и гостевых домов (обеденные столы и стулья, диваны, а также мебель для гостевых комнат гостиниц и гостевых домов);

– офисная мебель (столы, стулья, книжные полки и шкафы для использования в офисе);

– мебель для общественных учреждений (используется в общественных учреждениях, таких как медицинские, спортивные, культурные и образовательные учреждения) [23].

Экспорт мебельной продукции имеет существенное значение для немаловажную роль в мировой экономике. Экспорт мебели России и Китая с 2020–2023 гг. отображен в таблице 3.

Таблица 3 – Экспорт мебели Китая и России за 2020–2023 гг., млн долл. [47; 48]

Страна	2020	2021	2022	2023
Китай	30 759 898 937,00	38 292 531 133,00	37 143 847 657,00	34 400 157 250,00
Россия	347 542 937,52	483 236 024,03	498 675 056,05	508 563 098,00

Анализ данных об экспорте мебели из России и Китая за период 2020–2023 гг. позволяет выявить ключевые тенденции и сравнить динамику экспорта, а также географию его распределения.

Экспорт мебели из Китая демонстрировал волнообразную динамику в указанном периоде. В 2021 г. отмечался пик экспорта, после чего началось постепенное снижение. В этом году экспорт мебели из Китая составил огромную сумму – 38 млрд долл. Основным рынком сбыта китайской мебели остаются США, кроме того, значительные объемы экспорта направляются в страны Европы, Азии и Африки.

В то время как экспорт мебели из России в указанный период неуклонно рос. В 2023 г. экспорт мебели из России составил 508 млн долл. Основными рынками сбыта российской мебели являются страны СНГ, среди которых выделяются Казахстан, Беларусь и Узбекистан. Кроме того, мебель из России экспортируется также в страны Европы и Азии.

Далее в таблице 4 отображены данные импорта мебельных изделий России и Китая с 2020–2023 гг.

Таблица 4 – Импорт мебели Китая и России за 2020–2023 гг., млн долл. [47; 48]

Страна	2020	2021	2022	2023
Китай	1 014 821 759,00	1 069 346 044,00	863 968 534,00	753 406 438,00
Россия	902 711 311,38	1 136 138 553,25	1 150 178 589,34	1 190 139 382,89

По приведенным данным следует сделать вывод, что импорт мебельных изделий в Китай характеризуется волнообразной динамикой. Несмотря на пик импорта в 2021 г., после этого наблюдается постепенное снижение. Главным импортером мебели в Китай является США. В то же время, импорт мебельных изделий в Россию демонстрировал стабильный рост. Основным импортером в Россию является Китай.

В 2022 г. около трети всей мебельной продукции в России создаётся в шести ключевых регионах: Московской области (12 %), Пензенской области (9,2 %), Владимирской области (8,1 %), Нижегородской области (4,1 %), Саратовской области и Краснодарском крае. Прогнозируется, что объемы производства мебели в первых трёх регионах будут дальше увеличиваться в ближайшие годы. Например, по результатам 2023 г. Пензенская область уже стала ведущим мебельным центром России, где функционирует более 226 мебельных предприятий [22].

На рисунке 7 представлены регионы-лидеры по производству мебели в 2022 г.

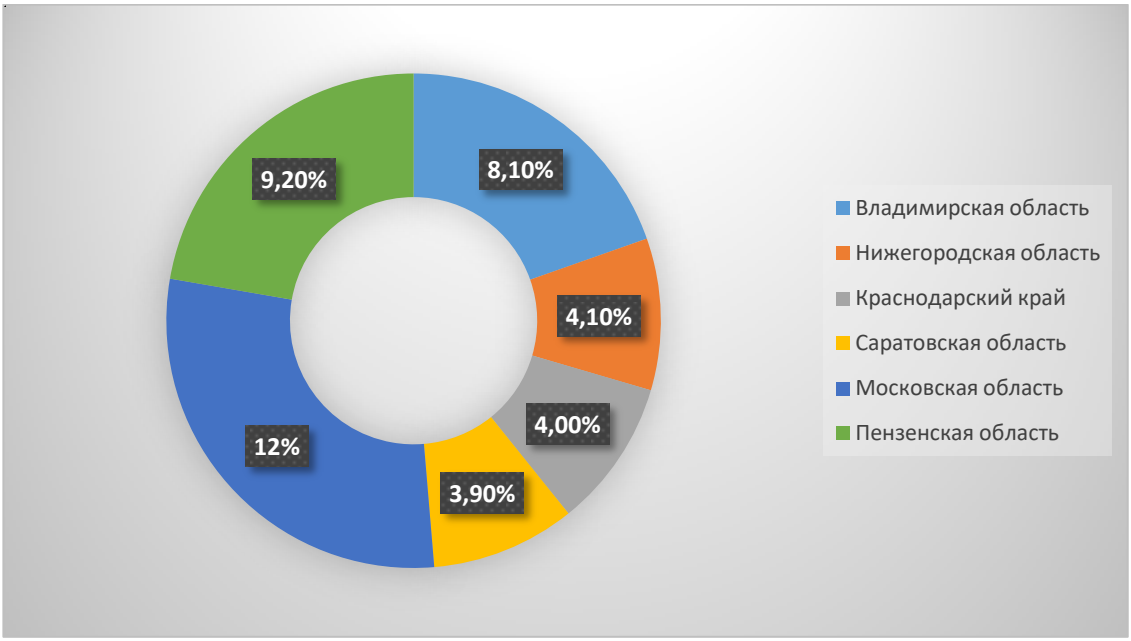

Рисунок 7 – Регионы-лидеры России по производству мебели в 2022 г., % [22]

По данным Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности (далее – АМДПР), Пензенская область занимает 4,5 % от всего объема работников в мебельной промышленности России, в то время как в общей экономике страны этот показатель составляет всего лишь 0,8 %. Например, доля занятых в производстве мебели в Санкт-Петербурге составляет 4,4 %. Существует предположение, что Пензенская область способна увеличить эти показатели в будущем.

Помимо увеличения численности рабочей силы, Пензенская область также расширяет свою техническую базу для производства мебели. Например, за первые пять месяцев 2023 г. были проведены сделки на сумму 615 млн руб. В 2022 г. регион потратил 548 млн руб. на приобретение станков. Кроме того, активно технику закупают Московская область и Южный ФО [22].

В России действует более 14 000 компаний, занимающихся производством мебели. Согласно опросу, проведенному *Anketolog* в начале 2023 г., 79 % респондентов считают, что на место ушедшего *IKEA* пришли другие марки. Среди наиболее упоминаемых альтернатив – *Hoff* (29 %), «Шатура» (19 %), «Аскона» (10 %) и «Много мебели» (10 %) (рисунок 8). *Hoff* представляет собой крупного

ритейлера мебели, получающего товары от различных отечественных фабрик, в то время как, например, «Шатура» самостоятельно занимается производством мебели под своим брендом. Несмотря на значительную диверсификацию рынка за последние два года, крупные производители мебели остаются неизменными.

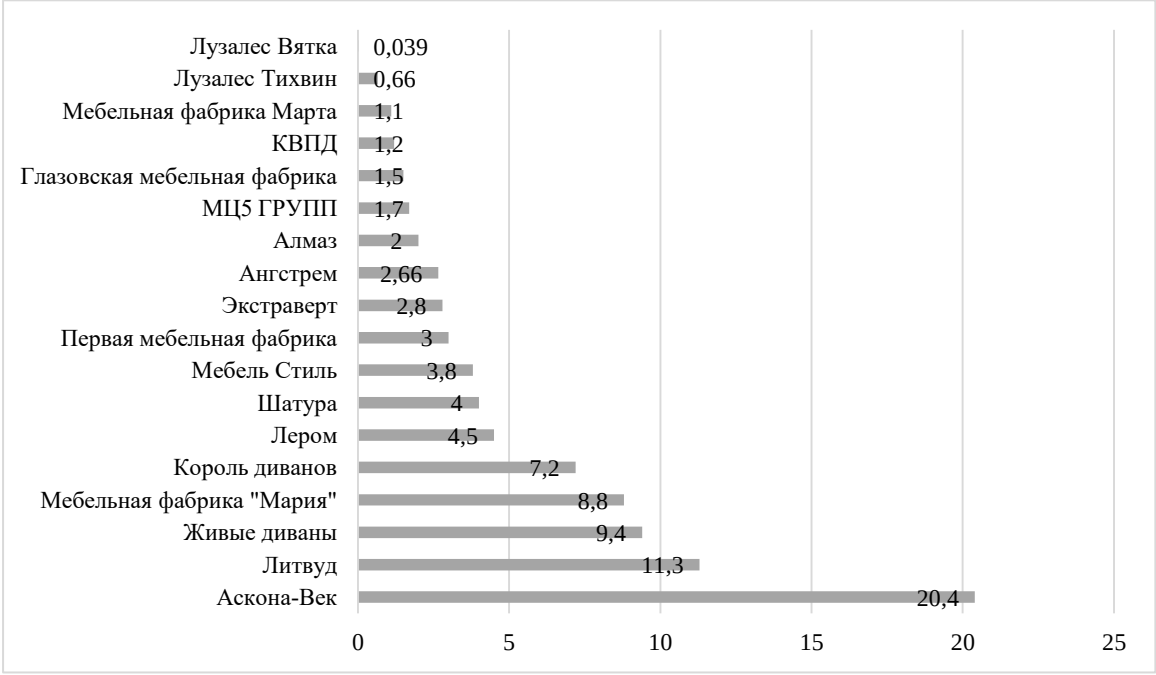

Рисунок 8 – Выручка крупнейших производителей мебели в России в 2023 г., млрд руб. [22]

В целях нашего исследования для анализа мебельного рынка России выбраны три ведущие компании по объему выручки. ООО «Аскона-Век» специализируется на производстве матрасов и товаров для сна, будучи одним из крупнейших игроков в Восточной Европе. Компания имеет 10 заводов в разных странах, научный центр, выпускает ежедневно 6 тыс. матрасов, 5 тыс. подушек, 1 тыс. кроватей и 500 диванов. Продукция поставляется не только в Россию, но и в страны СНГ. В 2023 г. выручка компании составила 20,4 млрд руб., что на 11,1 % выше, чем в 2022 г. (18,4 млрд руб.). Несмотря на рост выручки, год завершился убытком в 112 млн руб. (прибыль 2022 г. составила 324 млн руб.) [22].

ООО «Литвуд» производит мягкую мебель (диваны, кресла, софы, пуфы). Заводы находятся во Владимирской области, штат – около 1,5 тыс. сотрудников. Продукция реализуется через сеть «Аскона». В 2023 г. выручка компании составила 11,3 млрд руб., что на 7,5 % выше показателя 2022 г. (10,51 млрд руб.) [22].

ООО «Живые диваны» более двух десятилетий занимается производством мягкой мебели, представленной под брендом *MOON*. Завод в Московской области занимает 80 тыс. кв. м, численность работников – 1,5 тыс. чел. Продукция представлена в 469 магазинах, включая один в Минске. В 2023 г. выручка компании увеличилась до 1,6 млрд руб. (рост на 19,8 % по сравнению с 2022 г.) [22].

В Китае действует примерно 80 000 предприятий по производству мебели, где трудятся свыше 15 млн чел. [32]. По оценкам, 39 % мебели поставляется из Китая, и было важно знать, где расположены эти производства (рисунок 9).

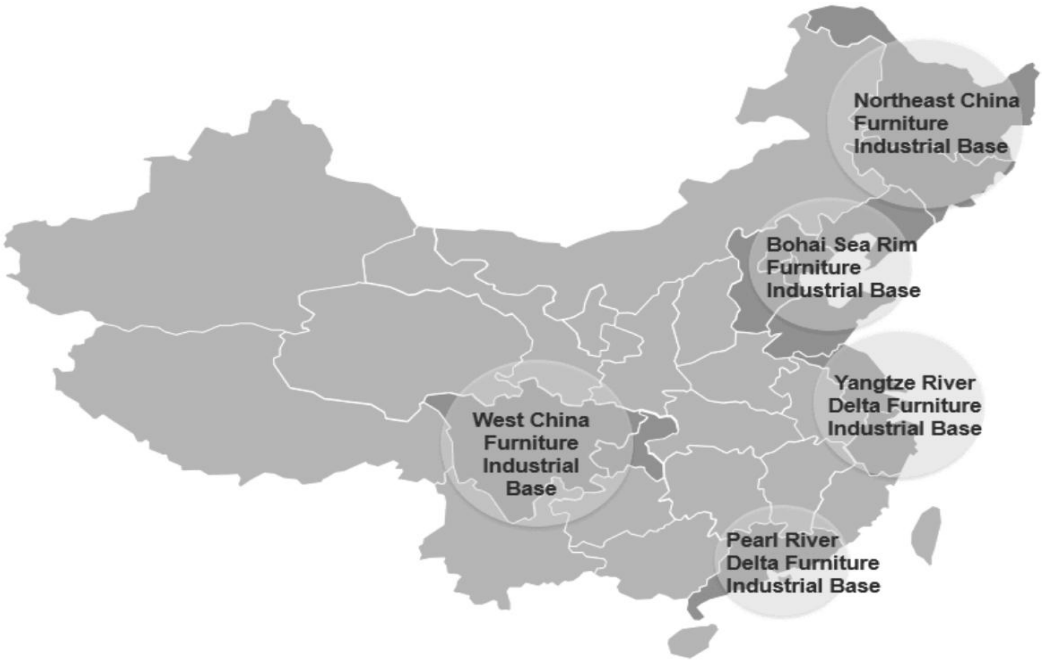

Рисунок 9 – Расположение производств по Китаю [51]

В Китае имеется 5 мебельных промышленных баз. И самая большая концентрация находится в дельте жемчужной реки (в основном с центром в Гуандуне) и реки Янцзы (в основном с центром в Шанхае, Чжэцзяне и Цзянсу).

Экономические показатели свидетельствуют о значимом вкладе Гуандуна: около трети всех мебельных производств и 40 % экспорта мебели Китая

осуществляются именно здесь. Регион украшен более чем десятью тысячами мебельных предприятий, сосредоточенных в основном в дельте жемчужной реки. Фошань и Гуанчжоу справедливо считаются эпицентрами мебельной индустрии, как внутри страны, так и за её пределами. Здесь насчитывается свыше 1000 фабрик и 3500 представительств мебельных брендов, а также более 180 крупных торговых центров, общая площадь которых превышает три миллиона квадратных метров [32]. Основные лидеры мебельного производства в Китае предствлены в таблице 5.

Таблица 5 – Топ–10 мебельных производителей в Китае [51]

№	Мебельный бренд	Год основания	Выручка за 2022 г. (млн долл.)	Расположение штаб-квартиры
1	*Oppein*	1994	2883	Гуанчжоу, Китай
2	*Kuka*	1982	2580	Ханчжоу, Китай
3	*Cheers/ Man Wah*	1992	2089	Гонконг, Китай
4	*SuoFeiYa*	2003	1470	Гуанчжоу, Китай
5	*Markor*	1990	743	Пекин, Китай
6	*QuMei*	1993	705	Пекин, Китай
7	*QuanU*	1986	606	Сычуань, Китай
8	*ZuoYou*	1986	–	Шэньчжэнь, Китай
9	*Lang Bong*	1984	–	Фошань, Китай
10	*Red Apple*	1981	–	Шэньчжэнь, Китай

В 2024 г. ряд китайских мебельных компаний активно работает с Россией, несмотря на международные санкции и экономическую нестабильность. Одной из основных компаний является интернет-магазин *Globus*, который предлагает широкий ассортимент мебели премиум-класса и организует мебельные туры в Китай для российских клиентов. Компания специализируется на заказе и доставке мебели для дома и бизнеса, а также предоставляет услуги по кастомизации и контейнерным перевозкам [29].

Кроме *Globus*, другие китайские мебельные производители также укрепляют свои позиции на российском рынке. Согласно данным, товарооборот между Россией и Китаем продолжает расти, несмотря на санкции. Китайские компании, работающие с Россией, могут рассчитывать на поддержку Пекина, который

разрабатывает законодательные меры для защиты бизнеса от западных санкций [15].

Эти инициативы позволяют китайским фирмам продолжать экспортировать широкий спектр товаров, включая мебель, в Россию. В результате объем импорта из Китая в Россию увеличивается, хотя темпы роста варьируются в зависимости от различных товарных групп [44].

Таким образом, несмотря на сложную международную обстановку, китайские мебельные компании продолжают активно работать с Россией, предоставляя разнообразные товары и услуги для российского рынка.

2.2 Факторы, влияющие на развитие мебельного рынка в России и Китае

Мебельный рынок является важной частью экономик России и Китая, обеспечивая жителей обеих стран высококачественной и полнофункциональной мебелью для дома, офиса и других помещений.Развитие этого рынка в двух странах зависит от многих факторов, включая экономические условия, культурные предпочтения, технологические инновации и торговые отношения.

Среди значимых политических факторов можно выделить прекращение отношений с зарубежными странами, так как среди поставщиков предприятия значительная доля иностранных поставщиков.

После начала проведения специальной военной операций (далее – СВО) в Украине и расширения территории страны, последовали санкции, после чего, завозить мебель стало сложнее, а зарубежные предприятия закрывались один за другим. Среди последних самым заметным игроком стала *IKEA*, которая продала свои четыре завода в России.

Летом 2023 г. в АМДПР подсчитали, что из-за ограничений экспорта российские производители мебели недополучили в 2022 г. около 300 млн долл. (экспорт составил 100 млн долл. при ожиданиях на уровне 400 млн долл.). Поставки же иностранной мебели на российский рынок, по подсчетам АМДПР, в 2022 г.

сократились на 80 млрд руб., до 103,4 млрд руб. Российские предприятия в тот год произвели мебели на 365 млрд руб. [13].

Санкции, введенные против России, привели к тому, что европейские рынки стали недоступны для отечественных производителей мебели. Это стало серьезным ударом по отрасли, так как Европа являлась одним из основных рынков сбыта российской мебели.В ответ на сложившуюся ситуацию мебельные компании начали активно искать новые рынки сбыта. В числе перспективных направлений рассматриваются страны Азии, Африки, Ближнего Востока и Латинской Америки.

В 2023 г. мебельная отрасль в России продемонстрировала устойчивый рост. Производство мебели в натуральном выражении увеличилось на 34 % по сравнению с 2022 г. При этом доля импортной мебели на рынке сократилась с 41 % до 25 % [13].

Экономические факторы играют одну из основных ролей в образовании мебельного рынка в России. В 2024 г. рынок мебели продолжает улучшаться, невзирая на некоторые сложности, связанные с экономической обстановкой в стране. На сегодняшний день, рынок мебели в России является одним из крупнейших в мире и по прогнозу, будет расти и дальше.

Одним из основных экономических факторов, который воздействует на рынок мебели, является уровень доходов населения. Как известно, в последние годы Россия следом за мировым сообществом переживает период экономического кризиса. Из-за этого доходы населения, в основном, сокращаются, что в свою очередь приводит к снижению объема продаж мебели. Тем не менее, люди все еще нуждаются в мебели и приобретают ее, только более тщательно отбирая наличие нужной продукции со скидкой.

Одним из положительных факторов для рынка мебели является увеличение популярности внутреннего туризма в России. Туризм в стране прогрессирует стремительными темпами, и к этому можно отнести и туризм по мебельным магазинам. Интересным и относительно новым видом путешествий является мебельный туризм. Идея поездок заключается в закупках диванов, столов, шкафов и кресел на зарубежных заводах-производителях. Подобный шопинг позволяет

сэкономить на приобретении мебели. В России работают десятки туристических фирм, организующих зарубежные мебельные туры. Главным образом, они предлагают поездки в Китай, в частности в южную провинцию Гуандун, которая считается мировым центром производства мебели.

Вопреки стереотипам, в Китае производит массу качественной продукции. Например, в округе Фошань, который называют «мебельным городом» сосредоточены десятки фабрик европейских брендов, позиционирующих свою мебель как эксклюзивную. Здесь она, минимум в два раза дешевле, чем в российской рознице – после доставки и многочисленных накруток посредников. Заводы располагают постоянно действующими выставочными центрами, по которым возят туристов-покупателей. Преимуществом мебельных туров в Китай является поистине безграничный ассортимент местной продукции. В КНР можно найти практически любую мебель: от консервативной классики до реплик последних модных новинок, причём по хорошей цене.

Активно развиваются сферы туризма, такие как гостиницы, аренда жилья и квартирные гостиницы, вызвали значительный рост спроса на мебель.

Также на рынок мебели влияют изменения в тенденциях дизайна и моды. Покупатель мебели более избирателен и требователен в отношении цены и качества. Совершенствование качества продукции, наличие высокотехнологичного оборудования и развитие транспортной инфраструктуры позволяют рынку быстро реагировать на изменения в мировых тенденциях.

Одним из важнейших экономических факторов на рынке мебели является ситуация с энергетическими ценами в стране. В 2024 г. цены на энергоносители попрежнему высоки, что отражается на всем рынке. Однако, благодаря постоянному совершенствованию технологий и развитию энергосберегающих технологий, возможно снизить энергозатраты в процессе производства мебели.

Итак, экономический фактор существенно влияет на развитие рынка мебели в России в 2024 г. Рынок продолжает расти несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, благодаря сотрудничеству с производителями и постоянному

совершенствованию производственных технологий и продвижению товаров на рынок.

Во время карантина случился подъем продаж в целом по Российской Федерации на мебельном рынке. В связи с тем, что ставки на ипотеку уменьшились, граждане стали выше покупать мебели и принуждать ими новое жилье. Также теперь у Российской федерации возникают новые земли, и в новые регионы необходима будет мебель соответственно.

Среди социальных факторов велико влияние повышения требований покупателей к качеству и сервису, а также высокие требования к экологичности применяемых материалов. Это требует постоянных усилий от компании по поиску новых материалов и технологий производства. Высоко влияние технологических факторов в части появления на рынке новых материалов и технологий, что опять же тесно связано с высокими требованиями покупателей к экологичности и качеству продукции.

Глава 3 Перспективы развития мебельного рынка в России и Китае

3.1 Тренды и прогнозы в развитии мебельного рынка в России и Китае

Мебельный рынок является ключевым сегментом потребительского рынка как в России, так и в Китае, оказывая значительное влияние на экономику и образ жизни общества. В последние годы этот сектор стал объектом усиленного внимания и инноваций, подвергаясь воздействию различных факторов, таких как изменение предпочтений потребителей, развитие технологий и экономические тенденции. На данный момент на рынке мебели присутвуют четыре основных тренда (таблица 6).

Таблица 6 – Инструменты работы продавцов мебели с потребительскими трендами [составлено автором по: 43]

Тренд	Инструмент
Осознанное, рациональное потребление	– расширение ассортимента; – наличие бюджетных предложений; – минималистичный функциональный стиль; – поддержка ESG-повестки.
Ценовая политика лояльности	– выгода; – гарантии; – узнаваемость магназина.
Экономия времени	– готовые решения; – юзабилити сайта и мобильного приложения; – формат «единого окна».
Цифровизация процесса покупки	– использование цифровых каналов продвижения; – представленность на маркетплейсах; – развитие собственного мобильного приложения; – использование *AR*-, *VR*-технологий.

Осознанное, рациональное потребление подразумевает использование ресурсов и покупку товаров с учетом их воздействия на окружающую среду, социальные аспекты и экономическую целесообразность.

Скандинавский или минималистичный стиль отличается простотой, функциональностью и эстетикой, где приоритет отдается качеству и долговечности продуктов. Он включает в себя использование натуральных материалов, нейтральных цветов и лаконичных форм. Минимализм способствует осознанному

потреблению, поскольку акцент делает на покупку только действительно необходимых вещей, что снижает количество ненужных товаров и отходов.

Hoff работает с высвободившимся спросом после ухода *IKEA*. Но нельзя сказать, что наблюдается сильный рост на скандинавскую мебель. Существуют некоторые товарные позиции – аналоги товаров *IKEA*, которые показывают серьезный рост продаж. В остальном компания кардинально не меняла стратегию, в связи с уходом крупного игрока продолжили усовершенствование самих себя [43].

Разнообразие товаров, удовлетворяющих различные потребности потребителей, включая экологически чистые и этичные продукты. Это может включать товары из переработанных материалов, органические продукты и товары с длительным сроком службы. Увеличение выбора позволяет потребителям делать более осознанные и рациональные покупки, поддерживая бренды, которые следуют принципам устойчивого развития.

В 2023 г. большинство игроков (60 %) сделали акцент на расширении ассортиментных линеек. Одним из направлений стало создание суббрендов или отдельного ассортимента для маркетплейсов. Спрос на скандинавский стиль среди потребителей продолжает расти. Это связано не столько с уходом *IKEA* с российского рынка, сколько с общим трендом на минималистичные интерьеры и универсальность мебели в данном стиле. Эксперты отмечают, что этот тренд существует давно и не является особенностью последних двух лет, однако только 30 % респондентов увеличили активность в этом направлении, связывая это в основном с ростом продаж на маркетплейсах. В 10 из 15 мебельных интернет-магазинов отдельно выделяют наличие мебели в скандинавском стиле [50].

ESG-повестка включает в себя три основных аспекта:

– экология (снижение вреда для окружающей среды);

– социальные аспекты (справедливость и уважение к правам людей);

– управление (этичное и прозрачное управление компаниями) [43].

Askona собирает старые подушки, одеяла. То, что в хорошем состоянии, уходит на благотворительность, то, что в плохом, – уходит на переработку. В свою очередь, клиенты, которые принесли эти продукты на переработку, получают

скидку на новую продукцию. То есть таким образом стимулируют осознанное потребление. *Askona* также строет перерабатывающий завод, который будет перерабатывать матрасы. Это будет первый подобный завод в России и даже в Европе. У компании есть матрасы, которые производят из пластика, который в прошлом, выловили в океане. Также у компании есть экоткани, которые сделаны из переработанного пластика. Они знают, что растет поколение тех, кому это важно [43].

Мебельный рынок Китая переживает период значительного роста и изменений, а осознанное и рациональное потребление становится все более важным.

С одной стороны, Китай является крупнейшим производителем и экспортером мебели в мире, предлагая широкий спектр продукции как на внутреннем, так и на мировом рынке. Однако, с другой стороны, страна также сталкивается с ростом экологических и социальных проблем, связанных с производством мебели, таких как загрязнение окружающей среды и низкие условия труда.

Что касается *ESG*-повестки, эксперты отмечают, что на текущий момент она не является приоритетной, и многие бренды приостановили свою деятельность в этом направлении. Целевая аудитория этого тренда – зумеры, а работа с *ESG* представляет собой инвестицию в лояльность будущих потребителей через 5–10 лет [50].

Доступность товаров для широкого круга потребителей за счет создания бюджетных вариантов, не уступающих по качеству и устойчивости более дорогим аналогам. Наличие бюджетных линеек делает осознанное потребление доступным для большего числа людей, что способствует распространению рационального подхода к потреблению вне зависимости от уровня дохода.

Популярность эконом-сегмента также продолжает расти. Потребители стремятся найти лучшее сочетание красоты и качества по самой низкой цене. Компании, которые традиционно работали в средне-высоком сегменте, начали

включать в свои стратегии разработки более бюджетные коллекции. Согласно опросу, 70 % компаний стали активнее работать в этом направлении [43].

Фокус на ценовой политике и лояльности к магазину – это ключевые стратегии, которые помогают укрепить позицию на рынке и привлечь новых клиентов. Вот некоторые из выгод, гарантий и методов повышения узнаваемости, связанных с этими стратегиями:

– регулярные скидки и акции помогают привлечь внимание клиентов и стимулируют покупку;

– постоянным клиентам предлагаются бонусы, скидки или накопительные баллы за каждую покупку, что укрепляет их приверженность магазину;

– возможность приобретения товаров в рассрочку делает их более доступными для клиентов;

– предоставление сертификатов, подтверждающих качество товара, а также статус официального поставщика, обеспечивает доверие со стороны клиентов;

– гарантия на товар и готовность предоставить сервисное обслуживание в случае необходимости подтверждают ответственное отношение магазина к своим клиентам;

– публикация положительных отзывов и работа над улучшением рейтинга в онлайн-платформах помогают привлечь новых клиентов;

– создание качественных видеообзоров товаров помогает демонстрировать их преимущества и убеждает клиентов в их качестве;

– сотрудничество с популярными личностями, которые публично рекомендуют продукцию магазина, увеличивает его привлекательность для аудитории [43].

Политика дисконтирования в мебельной индустрии остается стабильной, несмотря на то что потребители стали более чувствительными к цене и более требовательными к качеству. 50 % респондентов отмечают, что сохранили условия предоставления выгод клиентам на прежнем уровне. Размер скидок в период исследования достигает 75 % [12].

Все бренды работают с гарантиями качества для своих клиентов. Они предоставляют сертификаты, реализуют многоэтапные процессы контроля и максимально расширяют сроки гарантийного обслуживания. Наиболее распространенный срок – 36 месяцев, больший имеет каркасная мебель и крепления.

Ценовая политика на мебельном рынке в Китае в значительной степени определяется не только конкурентной борьбой, но и спецификой спроса и предложения. С одной стороны, потребители в Китае проявляют все более высокие ожидания относительно качества и дизайна мебели, что ставит перед производителями вызов создания продукции, которая соответствует этим требованиям. С другой стороны, многие потребители остаются чрезвычайно ценовыми чувствительными, особенно в условиях экономической нестабильности или низкого уровня доходов.

В свете этих факторов бренды на мебельном рынке в Китае стремятся найти баланс между конкурентоспособными ценами и высоким качеством продукции. Многие из них предлагают широкий спектр товаров различного ценового сегмента, чтобы удовлетворить разнообразные потребности и предпочтения клиентов. В то же время, для удержания и привлечения новых покупателей многие бренды разрабатывают программы лояльности, предлагая скидки, бонусы и другие привилегии.

В условиях роста онлайн-покупок повышается важность отзывов на товары, но более половины мебельных брендов не имеют собственной программы лояльности. Основной причиной является крайне низкая частота покупок в индустрии. Однако большинство из них планируют в будущем внедрение программы лояльности.

Многие компании предоставляют разные схемы при партнерстве с банками. Бренды предоставляют рассрочки от банков и кредиты «без переплат» для покупки своих товаров, но только половина из них работают с сервисами рассрочки («долями», «частями», «подели» и т. д.).

Тренд на оптимизацию процесса покупки и экономию времени является одним из самых ярко выраженных в индустрии мебели и дизайна интерьера в 2024 г. Многие компании продолжают следовать формату *IKEA*, предлагая покупателям не просто отдельные предметы мебели, а целые интерьерные решения. Почти половина опрошенных подтверждают активную работу в этом направлении.

Расширение ассортимента комплементарными товарами является еще одним заметным трендом. В 2023 г. 80 % опрошенных расширяют свои линейки товаров и услуг, добавляя к мебели комплементарные товары, такие как текстиль и товары для сна [43].

Предоставление услуг как в точках продаж, так и на сайтах, а также создание программ сотрудничества с дизайнерами становится обязательным элементом бизнеса. Мебельные бренды стремятся предоставить клиентам возможность работы с профессиональными дизайнерами, признавая, что услуги дизайнера незаменимы для создания уникальных интерьеров.

Меблированные квартиры, хотя и не являются массовым трендом, но приобретают популярность. Сотрудничество мебельных брендов с застройщиками становится одним из ключевых направлений в 2024 г.

Одним из ключевых направлений цифровизации является работа над качеством и юзабилити сайтов. По результатам исследования, топ-3 интернет-магазинов мебели с точки зрения удобства использования для пользователя включают *Hoff*, «Первый мебельный» и *Askona*.

Важным аспектом цифровизации является наличие мобильного приложения. Однако не все из топ-10 интернет-магазинов мебели имеют приложения на *IOS* и *Android*. Большинство экспертов считают, что мобильное приложение оправдано и приносит коммерческий эффект только в том случае, если в ассортименте магазина есть товары, которые покупаются с частотой выше, чем раз в год.

Таким образом, в 2024 г. мебельная индустрия ожидает ряд значимых трендов, которые будут определять ее развитие и стратегии брендов. В первую очередь, ожидается увеличение медийных активностей для укрепления узнаваемости и лояльности к брендам. Performance-продвижение также будет в

центре внимания, поскольку цена привлечения клиента продолжает расти. Несмотря на активное присутствие на маркетплейсах, рекламодатели будут сосредотачиваться на развитии собственных каналов дистрибуции, таких как сайты, приложения и офлайн-точки продаж. Смещение массового спроса в эконом-сегмент будет стимулировать бренды создавать дополнительную ценность для товаров средней ценовой категории.

3.2 Проблемы развития мебельного рынка в России и Китае

Период с 2020 по 2021 гг. оказался сложным для мебельной отрасли как в России, так и в Китае. Согласно данным Ассоциации мебельных и деревообрабатывающих предприятий РФ на лето 2020 г., 70 % российских компаний были на грани банкротства. Что касается экспорта китайской мебели, то за январь и февраль 2020 г. его объём снизился на 21,6 % по сравнению с аналогичным периодом 2019 г.

Воздействие пандемии на мебельный сектор стало его основной проблемой. К середине 2020 г. мебельная индустрия как в России, так и в Китае столкнулась с серьезными вызовами:

– нарушение логистических цепочек;

– остановка поставок в европейские страны;

– резкое удорожание древесины, что вызвало рост цен на готовую продукцию и, как следствие, снижение покупательской способности;

– платёжный кризис – мебель не относилась к товарам первой необходимости, и с прекращением розничных продаж магазины не могли оплачивать отгруженные товары [12].

Одной из ключевых проблем стал дефицит сырья. После весеннего карантина 2020 г., связанного с массовым закрытием мебельных магазинов и остановкой производств, мебельные компании столкнулись с острой нехваткой материалов. Особенно остро стояла проблема с древесностружечными плитами – основным типом комплектующих. Важно отметить, что вслед за резким ростом спроса

возросли и цены на эти плиты. Эта тема вызывала острые дискуссии на всех отраслевых мероприятиях, связанных с ЛПК.

Еще одной причиной был отложенный спрос. После окончания самоизоляции, люди начали активнее покупать мебель, причем значительная часть продаж перешла в онлайн формат. В результате предприятия были вынуждены работать на полную мощность. Таким образом, отложенный спрос наложился на сезонный спрос (лето и осень) [8].

После снятия ограничений во время пандемии произошел резкий рост спроса на мебель. Эксперты объясняют это тем, что в 2020 г. люди много времени провели дома, поэтому многие решили заняться ремонтом и обновлением интерьера. Отложенный спрос также способствовал увеличению продаж мебели.

Придает китайским потребителям уверенности и относительно стабильное финансовое положение. Даже на пике пандемии в феврале число безработных в КНР увеличилось лишь на 1 %. Этот показатель сильно отличается от России, где действительно наблюдался значительный рост безработицы. Большинство китайцев сохранили свои сбережения и социальные гарантии и смелее вновь начали тратить во время открытия магазинов в апреле.

В 2021 г. структура спроса на мебель претерпела значительные изменения. Комплексная меблировка новых квартир и апартаментов, а также сотрудничество с застройщиками жилых комплексов стали важными направлениями развития мебельных компаний.

Одной из основных причин этого стали программы льготной ипотеки, которые способствовали росту спроса на меблированные квартиры. По мнению экспертов, более 50 % заказов поступают от розничных покупателей недвижимости, выбирающих опцию «меблировка» при покупке квартиры. В настоящее время, чтобы удовлетворить этот спрос, мебельные компании расширяют ассортимент и разрабатывают новые коллекции.

Однако, ситуация во время пандемии осложнилась тем, что значительная часть сырья уходила на «теневой» мебельный рынок. По данным участников рынка, разница в себестоимости легальной и нелегальной продукции может достигать

40 %. Это объясняется тем, что нелегальные производители не платят налоги и страховые взносы, не несут социальных обязательств и не вкладываются в систему качества и сертификацию. Для борьбы с теневым мебельным сектором необходимо усилить контроль правоохранительных и налоговых органов за их деятельностью [27].

Одной из значительных проблем в 2022 г. стали санкции, введенные против Российской Федерации. В настоящее время участники промышленного рынка неохотно комментируют текущую ситуацию. В этих условиях первоочередной проблемой является поставка европейского сырья для производства клеев. Введенные санкции и отсутствие логистических решений привели к быстрому росту цен на сырье и поставили под сомнение возможность поставок зарубежных материалов в Россию.

Учитывая дефицит мебельных комплектующих, вызванный санкционным давлением и усложненной логистикой, который оказался серьезным испытанием для отечественной мебельной отрасли, появление на рынке нового игрока с полным комплектом сертификатов и пройденных испытаний следует рассматривать в позитивном свете. Однако, стоит учитывать, что китайские производители определенно будут создавать конкуренцию российским производителям мебельной фурнитуры.

Производители мебели также выражают обеспокоенность возможными трудностями с экспортными отгрузками, несмотря на налаженные за последние три года связи с международными контрагентами и участие в различных международных выставках.

Местные и китайские поставщики после введения санкций значительно подняли цены. Постоянные изменения в экономической ситуации затрудняют реализацию долгосрочных проектов, создавая неблагоприятные условия для стабильной и продуктивной работы бизнеса в любой сфере.

В настоящее время многие компании успели обеспечить свои производства необходимым оборудованием еще до возникновения кризиса, что снижает у них тревогу по поводу приобретения новых станков. Однако, серьезные заботы

вызывает обслуживание уже имеющегося станочного парка, а также неясность с запасными частями и расходными материалами, а также ограничения взаимодействия с иностранными сервисными службами.

Главной проблемой для производителей мягкой мебели в России является отсутствие отечественных поставщиков обивочных материалов для общественных зон. В настоящее время они поставляются из-за границы, основными источниками которых остаются Китай и Турция.

В настоящее время вопрос импортозамещения становится особенно актуальным. В марте 2022 г. многие предприятия России потеряли доступ к краскам, лакам, эмалям, грунтам и пленкам для покрытия, которые ранее импортировались из Европы. В настоящее время китайские и турецкие материалы все еще доступны, однако их цены выросли, а логистика стала более сложной.

Проблемы также возникают с фурнитурой. В период пандемии возникли трудности с поставками из Китая из-за увеличения стоимости логистики и продления сроков доставки. В 2021 г. поставщики предпринимали усилия для исправления ситуации, в том числе искали дополнительное финансирование и осуществляли переход с морских перевозок на железнодорожные и автомобильные для поддержания цепочек поставок и наличия продукции на складах. В начале 2022 г. стоимость доставки незначительно снизилась.

Однако введенные санкции в 2022 г. привели к новым проблемам. Значительные изменения в курсе валюты привели к уменьшению объемов отгрузок. Введенные Европейским союзом санкции не непосредственно затронули поставки комплектующих для мебельных изделий, однако возникли сложности с финансовыми операциями, усиленными таможенными проверками и усложненной логистикой.

Необходимо уделить внимание маркетингу для продажи мебельной продукции. В 2023 г. для организации эффективной маркетинговой деятельности можно применить простые методы.

Важное значение имеет цифровой маркетинг и продвижение в сети интернет. Он включает в себя использование социальных сетей, видео, подкастов, оптимизацию для поисковых систем, контекстную рекламу и другие методы.

Также следует обратить внимание на выставочный маркетинг, который является одним из ключевых инструментов продвижения мебельных компаний на рынке. Участие в мебельных выставках не только способствует распространению информации о продукции, но и позволяет оценить ее преимущества, недостатки и конкурентоспособность.

Один из примеров – это международная выставка, посвященная мебели, под названием «Мебель». Это ежегодное мероприятие проводится в Центральном выставочном комплексе «Экспоцентр».

«Мебель» объединила 1074 компаний из 13 стран: Австрии, Германии, Египта, Ирана, Италии, Казахстана, Республики Беларусь, Республики Корея, России, Турции, Узбекистана, Японии, и конечно же Китай.

Каждый год на выставку приходит более 70 000 посетителей, включая представителей отрасли и потенциальных покупателей. В таблице 7 представлена информация о выставочной активности в 2024 г.

Таблица 7 – Выставочная деятельность в мебельной индустрии в 2024 г. [5]

Название	Город/Страна	Дата проведения	Описание
1	2	3	4
UMIDS	Краснодар, РФ	03–06.04.2024	26-я Международная выставка мебели, предметов интерьера, материалов, комплектующих и оборудования для деревообрабатывающего и мебельного производства *UMIDS*. 350 компаний из 42 регионов России, Беларуси, Турции, Китая и Германии приняли участие в выставке. Тысячи специалистов отрасли из 76 регионов России - владельцы и руководители мебельных производств, технологи, байеры торговых сетей, мебельных магазинов, дизайнеры интерьера, представители *HoReCa*.
MebelExpo Uzbekistan 2024	Ташкент, Узбекистан	28–30.05.2024	Ведущая 20-ая Международная выставка деревообрабатывающей и мебельной промышленности Узбекистана. С 2004 г. собираются известнейшие мировые бренды - производители мебели, поставщики оборудования, комплектующих материалов, специалисты по интерьеру и дизайну для демонстрации и обсуждения новых коллекций и лучших образцов мебельной индустрии и технологий производства.

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4
Design&Decor St.Petersburg	Санкт-Петербург, РФ	16–18.04.2024	Ключевая выставка предметов интерьера и декора на Северо-Западе России, место встречи производителей и поставщиков с практикующими дизайнерами, декораторами, архитекторами, представителями торговых компаний и интерьерных салонов.
Международная выставка «Мебель. Интерьер. Деревообработка»	Алматы, Казахстан	12–14.06.2024	Ведущий казахстанский проект, посвященный мебельной и деревообрабатывающей промышленности. В выставке участвуют более 100 предприятий и компаний из Республики Казахстан, стран ближнего и дальнего зарубежья.
ЭКСПОДРЕВ	Красноярск, РФ	25–27.09.2024	Эффективная площадка для демонстрации новейших образцов оборудования для лесозаготовительной, деревообрабатывающей и мебельной промышленности. Именно здесь созданы условия для продвижения на рынок передовых технологий, оборудования и инструментов для лесопромышленного комплекса.
Мебель и деревообработка Урал	Екатеринбург, РФ	18–20.09.2024	Выставка мебели, оборудования и комплектующих для деревообрабатывающего и мебельного производства.
Китайская международная мебельная ярмарка (CIFF)	Гуанчжоу – Шанхай, Китай	18–21.03.2024 10–13.09.2024	Самая известная ярмарка мебели в Китае – CIFF, традиционно проходит в 2 сессии, весной в Гуанчжоу и осенью в Шанхае. Выставку CIFF называют главным отраслевым мероприятием в Китае, причем с каждым годом масштаб его только растет.

Каждая выставка представляет собой возможность для мебельной компании подняться на новый уровень. На этих мероприятиях демонстрируются новые дизайнерские концепции и инновации в области деревообработки и производства мебели, представлены последние достижения в оборудовании, комплектующих и технологиях. Кроме того, выставки являются площадкой для установления контактов между производителями, дилерами и потенциальными покупателями.

Если вы хотите вести бизнес с китайскими производителями мебели, вы можете посетить крупнейшие торговые выставки, например, Китайская международная мебельная ярмарка (*CIFF*). *CIFF* проводится каждый март в Гуанчжоу и сентябрь в Шанхае.

Таким образом, мебельный рынок в России и Китае активно развивается. Однако, вместе с увеличением спроса возникают проблемы с дефицитом материалов, недостатком квалифицированных кадров, а также кризисные ситуации

и другие вызовы. Несмотря на это, важно отметить, что производители становятся более гибкими и успешно приспосабливаются к изменяющимся условиям. Для удержания своих позиций на рынке производителям необходимо приложить значительные усилия.

Заключение

Современные реалии формирования нового мирпорядка, основанного на принципах многополярного мира и учета национальных итересов всех стран требует колоссального пересмотра основ политического и, что не менее важно, экономического взаимодействия между странами. Выстраивание долгосрочных партнерских взаимоотношений между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой базируется на указанных принципах, что и позволяет сохранить взаимное доверие и даже расширить экономичсекое взаимодействие на уровне регионов обеих стран. В эданном контексте мебельная отрасль играет одну из ключевых ролей данного взаимодействия и движущей силой для развития международного взаимодействия обеих стран. В целом, влияние мебельной индустрии на мировую экономику остается значительным. В последние годы производство, потребление и международная торговля мебелью заметно увеличились, несмотря на возникающие кризисные явления.

В работе рассмотрена сущность и основные характеристики мебельного рынка. Рынок мебели классифицируется по целому ряду критериев, таких как: тип продукции (домашняя мебель, офисная, общественная и т.д.), ценовой сегмент, степень роскоши, материалы изготовления, способы продажи (розничная, оптовая, интернет-продажи) и географическое распределение. Немаловажным является учеь культурных и региональных особенностей вкуса потребителей.

В ходе исследования мебельного рынка были определены тенденции его развития в современных условиях. Следует отметететить, что мебельная промышленность за последние годы испытала влияние глобализации, интеграции национальных рынков и ориентации на внешнеторговую деятельность. Эти факторы существенно повлияли на изменения в динамике и структуре мирового мебельного производства. Несмотря на дисбалансы мирового политического процесса, международный мебельный рынок характеризуется стабильным и достаточно динамичным ростом. В 2023 г. объем мирового производства мебели достиг 445 млрд долл., при этом ведущими производителями является Китай.

Сравнительный анализ текущего состояния мебельного рынка в Росси и китае показал, что в настоящее время производство мебели в Российской Федерации представляет собой одно из наиболее перспективных направлений бизнеса. В этом сегменте работают как крупные, так и малые предприятия. Основными лидерами отечественной мебельной промышленности являются Центральный, Приволжский и Северо-Западный федеральные округа. Центральный федеральный округ обеспечивает 36 % всего российского рынка мебельного производства. Мебельный рынок России характеризуется значительными объемами не только благодаря внутреннему производству, но и за счет импорта.

Особую роль играют российские регионы, среди которых Приволжский федеральный округ занимает одно из ведущих мест. Пензенская область является одним из наиболее развитых регионов в мебельной промышленности. В 2023 г. предприятиями мебельной отрасли было отгружено продукции на сумму 7,2 млрд руб., что составило 52 % к уровню 2022 г. Город Кузнецк в Пензенской области выделяется как лидер, где функционирует около 100 фабрик, не считая сопутствующих производств. В ноябре 2023 г. в рамках визита в Китай губернатор Пензенской области предложил принимающей стороне рассмотреть возможность размещения производств по созданию комплектующих для мебельного кластера.

Значительное место в работе было выделено для изучения факторов, влияющих на на развитие мебельного рынка в России и Китае. Несмотря на относительно стабильные тенденции и структуру мебельного бизнеса, последние несколько лет стали сложным периодом для мебельной индустрии, и более половины мебельных компаний в России оказались на грани банкротства. Основные проблемы, с которыми сталкивается мебельный бизнес сегодня, включают негативное воздействие пандемии, дефицит сырья, отложенный спрос, теневой сектор рынка, нехватку квалифицированных кадров, трудности с реализацией готовой продукции, введение санкций и нарушение логистических цепочек. Тем не менее, мебельные компании проявляют гибкость и стараются адаптироваться к новым условиям.

В ходе провеленного исследования удалось выявиь основные тренды в развитии мебельного рынка в России и в Китае. Полноценное раскрытие потенциала мебельной компании требует эффективной маркетинговой стратегии. Проблему нехватки профессиональных кадров можно решить через создание программ специализированного обучения. Отложенный спрос привел к увеличению продаж, что способствовало корректировке ситуации на рынке после пандемии. Тенденция к комплексной меблировке новостроек значительно помогла в решении проблемы сбыта готовой продукции. Сектор теневого производства мебели может быть преодолен при поддержке государства, а также правоохранительных и налоговых органов. Выставочный маркетинг способствует продвижению и развитию мебельных компаний, поскольку каждая выставка предоставляет возможность для демонстрации услуг, оценки их конкурентоспособности и выявления достоинств и недостатков. Введение интернет-маркетинга стало одним из ключевых каналов продвижения. Крупные мебельные компании разрабатывают собственные маркетплейсы и приложения с дополненной реальностью.

Таким образом, несмотря на возникающие проблемы, мебельная индустрия продолжит демонстрировать рост и устойчивое развитие. Эта отрасль не только прибыльна и динамична, но также способна гибко и эффективно адаптироваться к изменяющимся условиям. В частности, китайская мебельная индустрия играет ведущую роль на мировом рынке, благодаря значительным объемам производства и экспорта. Китай остается крупнейшим экспортером мебели, активно расширяя свое присутствие на международных рынках.

В России мебельная отрасль также демонстрирует положительную динамику, несмотря на экономические вызовы. Сектор показывает рост благодаря стратегическим инициативам, таким как внедрение инновационных технологий и развитие внутреннего рынка. Российские мебельные компании активно работают над улучшением качества продукции и увеличением экспортного потенциала, что способствует укреплению позиций на мировом рынке.

Список использованных источников

1 О защите прав потребителей : федер. закон Российской Федерации от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ // Российская газета. − 2008. – 1 декабря.

2 Соглашение между Правительством Пензенской области (Российская Федерация) и Народным правительством провинции Шэньси (Китайская Народная Республика) об осуществлении международных и внешнеэкономичсеких связей в торгово-экономичсекой, научно-технической и гуманитарной сферах от ноября 2023 г. № 3-5а-09/88 // Пензенские губернские ведомости. – 2023. – 6 декабря.

3 В Гонконге придумали компактные модульные домики. URL: https://ru.wikinews.org/wiki/В_Гонконге_придумали_компактные_модульные_домики,_которые_можно_сложить_в_небоскреб (дата обращения: 01.05.2024).

4 Виды и классификации мебели. URL: https://mebelestro.ru/journal/blog-konstruktora/item/36-vidy-i-klassifikatsiya-mebeli.html?ysclid=lwxix1ej9r115018527 (дата обращения: 24.04.2024).

5 Выставки, форумы. URL: https://mebel-news.pro/events/expo/?ysclid=lx90j3ooix528172821 (дата обращения: 16.04.2024).

6 ГОСТ 16371-2014. Мебель. Общие технические условия. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. URL: https://docs.cntd.ru/document/1200121462 (дата обращения: 06.02.2024).

7 Данилова С. Н., Сиренко О. О. Smart-технологии: проблемы и перспективы внедрения в отелях Санкт-Петербурга // Высокие технологии и инновации в науке. 2020. № 1. С. 161–164.

8 Дефицит сырья для мебельных производств. URL: https://forestcomplex.ru/manufacturing/deficit-syrya/?ysclid=lx8qkfyat8258059158 (дата обращения: 16.04.2024).

9 Ефимова Т. В., Ищенко Т. Л., Гаврилова Д. И., Лавренова Ю. А., Мананникова Я. С. Основные тенденции развития мебельного рынка в 2023 году // Энергосберегающие и экологически перспективные технологии лесного и лесопромышленного комплекса. 2023. № 1. С. 116–118.

10 Интерьерный дайджест апреля. URL: https://umagazine.ru/lifestyle/design/interernyy-daydzhest-aprelya-paskhalnyy-dekor-otkrytie-butika-bytovoy-tekhniki-i-mebelnye-kollaborts/ (дата обращения: 06.03.2024).

11 Итальянский мебельный дизайн. URL: https://modeneseinteriors.com/ru/strong-italyanskiy-mebelnyy-dizayn-ot-renessansnogo-vozrozhdeniya-do-minimalizma-strong/ (дата обращения: 16.03.2024).

12 Как выжить в кризис. URL: https://www.klerk.ru/materials/2021-12-29/kak-vyzhit-v-krizis-opyt-mebelnoy-kompanii-modernist/ (дата обращения: 08.04.2024).

13 Как санкции повлияли на рынок мебели. URL: https://www.rbc.ru/industries/news/65ddd3cc9a794727aa83bf21 (дата обращения: 26.03.2024).

14 Какие бренды используют онлайн-конфигураторы? URL: https://dzen.ru/a/ZipTT3G4Z38dfQej (дата обращения: 02.02.2024).

15 Китай нашел способ защитить свои компании, работающие с Россией. URL: https://www.ng.ru/world/2023-06-29/6_8761_china.html (дата обращения: 28.04.2024).

16 Классификация и ассортимент мебели. URL: https://znaytovar-ru.turbopages.org/znaytovar.ru/s/new481.html (дата обращения: 06.02.2024).

17 Колесина С. А. Анализ мебельной отрасли Российской Федерации // Молодой ученый. 2023. № 10. С. 146–149.

18 Лесной комплекс РФ: состав, размещение отраслей. URL: https://studfile.net/preview/9939113/page:21/ (дата обращения: 07.02.2024).

19 Макгуинн И. В. Технологии дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальностей: обзор приложений и платформ // Русский язык как иностранный в смешанном формате обучения: проблемы и перспективы. 2023. № 1. С. 303–310.

20 Маркировка мебели: требования и наказание за ненадлежащую маркировку. URL: http://info.ssd.su/news/item.php?id=2 (дата обращения: 15.04.2024).

21 Мебель для умного дома – современные тенденции. URL: https://lavka-mebel-msk.ru/blog/mebel-dlya-umnogo-doma-sovremennyye-tendentsii/ (дата обращения: 30.04.2024).

22 Мебельное производство в России: крупнейшие игроки. URL: https://delprof.ru/press-center/open-analytics/mebelnoe-proizvodstvo-v-rossii-krupneyshie -igroki-/?ysclid=lw5fufmbis576687052 (дата обращения: 01.05.2024).

23 Мебельный рынок Китая. URL: https://ru.tj-chinafreight.com/china-furniture-market-the-complete-guide/ (дата обращения: 29.04.2024).

24 Монахова Л. Д., Гилявская А. О. Специфика планировки малогабаритного жилого пространства // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности. 2023. Том 10. № 3. С. 118–120.

25 Недорогое производство в Азии. URL: https://seekingalpha.com/article/4054185-low-cost-manufacturing-in-asia-mighty-five-miti-v (дата обращения: 16.03.2024).

26 О будущих трендах на мебельном рынке. URL: https://woodexpo.ru/ru/about/news/2022/november/28/rynok-mebeli-2023-god/ (дата обращения: 24.02.2024).

27 Объем черного рынка мебели. URL: https://newprospect.ru/news/aktualno-segodnya/obem-chernogo-rynka-mebeli-dostig-40-mlrd-rubley-kazhdyy-vtoroy-shkaf-ili-divan-vypushchen-nelegalno/ (дата обращения: 22.03.2024).

28 Олег Мельниченко предложил партнерам из Китая реализовать ряд бизнес-проектов в Пензенской области. URL. https://nta--pfo-ru.turbopages.org/nta-pfo.ru/s/news/economy/2023/news_680362/ (дата обращения: 24.02.2024).

29 Премиум-мебель из Китая. URL: https://globus.world (дата обращения: 06.04.2024).

30 Продажи антикварной мебели растут на фоне инфляции. URL: https://tr-page.yandex.ru/translate?lang=en-ru&url=https%3A%2F%2Fwww.foxnews.com%2Flifestyle%2Fantique-furniture-sales-rise-inflation-supply-chain (дата обращения: 10.04.2024).

31 Производство древесного сырья в мире: запасы, заготовка, экспорт и импорт лесной продукции. URL: https://lindeal.com/trends/proizvodstvo-drevesnogo-

syrya-v-mire-zapasy-zagotovka-ehksport-i-import-lesnoj-produkcii?ysclid=lwxirte63e87133344 (дата обращения: 16.04.2024).

32 Производство мебели в Китае. URL: https://www.visavisa.info/furniture_tours/all_about/proizvodstvo_mebeli/ (дата обращения: 20.04.2024).

33 Россия и Китай – братья на век. URL: http://www.mnogomebel.ru/news/rossija-s-kitaem-bratja-na (дата обращения: 12.04.2024).

34 Русская мебель XIX века: от ампира до модерна. URL: https://amadey.ru/news2267.htm (дата обращения: 10.04.2024).

35 Сделано в США: внутри всеамериканской цепочки поставок одной компании. URL: https://www.ft.com/content/c0e2c544-349c-11e9-bd3a-8b2a211d90d5 (дата обращения: 16.02.2024).

36 Старикова М. С., Козлова Н. В., Анцупова Е. А. Анализ рыночных детерминант сбыта продукции предприятий мебельной промышленности // Аэтерна научно-издательский центр. 2022. № 4. С. 45–51.

37 Территория и ресурсы Китая. URL: http://russian.china.org.cn/china/txt/2009-12/17/content_19083781_4.htm (дата обращения: 08.02.2024).

38 Технологичность и нестандарт: NAYADA для офиса NIRIT-Ximwei. URL: https://www.nayada.ru/information/news/tehnologichnost-i-nestandart-nayada-dlya-ofisa-nirit-xinwei/ (дата обращения: 09.04.2024).

39 Товароведение и экспертиза мебели. URL: https://www.ds23.ru/news/1882873/ (дата обращения: 27.04.2024).

40 Товарооборот России и Китая в 2023 году побил рекорд. URL: https://www.rbc.ru/rbcfreenews/65a0d3e09a79477823d74f7d (дата обращения: 04.03.2024).

41 Топ 5 трендов в мире мебели 2024. URL: https://mebel-style.by/klientam/stati/top-5-trendov-v-mire-mebeli-2024-goda-vdohnovenie-dlya-vashego-doma-ot-mebel-style/?ysclid=lvuvayn3xe853899496 (дата обращения: 15.02.2024).

42 Топ-10 регионов по площади, покрытой лесом. URL: https://vk.com/wall-121901344_15080 (дата обращения: 15.02.2024).

43 Тренды мебельного рынка 2023-2024. URL: https://174804.selcdn.ru/epromo-static/2022/E-Promo_Furniture_rends_Report_2023_2024.pdf (дата обращения: 06.02.2024).

44 Что Россия продавала Китаю в 2023 году и что покупала у него. URL: https://www.rbc.ru/economics/24/01/2024/65af9e809a79472aaca18347 (дата обращения: 06.02.2024).

45 Шабельникова А. А. Дизайн интерьера квартир-студий как отражение культуры современного мегаполиса: эко-интеллектуальный подход // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 12. С. 229– 234.

46 Экология будущего – синтез природы и производства мебели. URL: https://elib.belstu.by/bitstream/123456789/56815/1/%D0%94%D1%83%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F.pdf (дата обращения: 11.02.2024).

47 Экспорт мебели Китай. URL: https://trendeconomy.ru/data/h2/China/9403 (дата обращения: 11.02.2024).

48 Экспорт мебели России. URL: https://trendeconomy.ru/data/h2/Russia/9403 (дата обращения: 08.02.2024).

49 Язык цветов в искусстве и дизайне. URL: https://nauchniestati.ru/spravka/yazyk-czvetov/ (дата обращения: 11.03.2024).

50 IKEA will move production from East Asia to Turkey. URL: https://incrussia.ru/news/ikea-pereneset-proizvodstvo/ (дата обращения: 06.04.2024).

51 Top 10 Furniture Manufacturers in China. URL: https://www.foshansourcing.com/top-10-furniture-manufacturers-in-china-the-definite-guide-2/ (дата обращения: 11.04.2024).

Приложение А

Общая характеристика классификации мебельной продукции

Таблица А1 – Классификация мебельной продукции [составлено автором]

Классификация мебели		Описание
По назначению	Для жилых помещений	мебель, предназначенная для использования в домашних условиях.
	Общественных зданий	мебель для офисов, магазинов, ресторанов, гостиниц и других общественных пространств.
	Детская	специализированная мебель для детей, как в домашних условиях, так и в образовательных или развлекательных учреждениях.
По виду исходного материала	Из древесных материалов	например, дерево, фанера, ДСП.
	Полимерные материалы	пластик, стеклофибробетон, акрил, ПВХ и другие полимеры.
	Металл	сталь, алюминий, железо и другие металлы.
	Комбинированная	мебель, состоящая из различных материалов.
По функциональному признаку	Корпусная мебель	шкафы, комоды, стеллажи и другие предметы с закрытым пространством для хранения.
	Мебель для сидения и лежания	диваны, кресла, кровати.
	Для работы и приема пищи	столы, стулья, письменные столы.
	Прочая	любые другие типы мебели, которые не вписываются в вышеперечисленные категории.
По комплектности	Набор мебели	готовые комплекты мебели, включающие несколько предметов.
	Гарнитур мебели	согласованный набор мебели для определенного помещения или функции.
По характеру производства	Массовое производство	серийная мебель, изготовленная на заводах.
	Изготовленная на заказ	мебель, созданная по индивидуальным требованиям заказчика.
По конструктивно-технологическому признаку	Встроенная	мебель, интегрированная в конструкцию помещения.
	Передвижная	легко перемещаемая мебель, не привязанная к определенному месту.
	Трансформируемая	мебель, способная менять форму или функцию.
	Складная	мебель, которую можно складывать для уменьшения объема при хранении или транспортировке.
	Разборная/неразборная	мебель, которую можно разбирать или не разбирать для транспортировки или хранения.
	Секционная	мебель, состоящая из отдельных секций, которые можно комбинировать по своему усмотрению.
По наличию мягкого элемента	Мягкая	мебель с мягкими поверхностями, например, диваны, кресла.
	Жесткая	мебель без мягких элементов, как правило, из дерева, металла или пластика.

Приложение Б

Преимущества использования *VR* в мебельной промышленности

Таблица Б1 – Преимущества использования *VR* для потребителя и производителя [составлено автором]

Преимущества *VR*	для потребителей	для производителей
	Более реалистичный опыт покупок: *VR* позволяет потребителям «примерять» мебель в своих собственных домах, прежде чем совершать покупку. Это может помочь лучше представить, как мебель будет выглядеть в интерьере, и избежать ошибок при покупке.	Снижение затрат: *VR* может помочь производителям мебели снизить затраты на разработку и производство новых продуктов. *VR*-прототипы могут быть созданы и протестированы гораздо быстрее и дешевле, чем физические прототипы.
	Повышенная вовлеченность: *VR* может сделать процесс покупок мебели более увлекательным и интерактивным. Это может привести к увеличению продаж и улучшению лояльности клиентов.	Расширенный охват рынка: *VR* может помочь производителям мебели охватить более широкий круг клиентов. *VR*-шоурумы могут быть доступны клиентам по всему миру, независимо от их географического положения.
	Расширенные возможности персонализации: *VR* может быть использован для создания персонализированных пространств, которые отражают вкусы и потребности каждого покупателя. Это может сделать процесс покупок мебели более приятным и эффективным.	Улучшение обслуживания клиентов: *VR* может быть использован для предоставления клиентам более высокого уровня обслуживания. *VR*-консультанты могут помочь клиентам выбрать мебель и оформить свои дома.