

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Направление подготовки

Магистерская программа

Кафедра «Социология, экономическая
теория и международные процессы»

38.04.01 «Экономика»

Международная экономика и бизнес

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему

Мировой мебельный рынок: тенденции и перспективы развития

Магистрант

Строков

Кирилл

Алексеевич

подпись, дата

Руководитель

Скворцова В. А.

подпись, дата

Нормоконтролер

Влазнева С. А.

подпись, дата

Рецензент

Барбашова С. А.

подпись, дата

Заведующий кафедрой «Экономика
и финансы» Пензенского филиала
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации»

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

Заведующий кафедрой

Рожкова Л. В.

подпись, дата

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

Секретарь ГЭК

Рассказова Н. В.

подпись, дата

Пенза 2024

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»,
магистерская программа – Международная экономика и бизнес

«УТВЕРЖДАЮ»:

зав. кафедрой

д.с.н., доцент Рожкова Л. В.

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
НА МАГИСТЕРСКУЮ ДИССЕРТАЦИЮ

магистранту Строкову К. А., группа 22ЭЭВм1, обучение очное

1 Тема магистерской диссертации: Мировой мебельный рынок: тенденции и перспективы развития

утверждена приказом по университету

от «__» _____ 20__ г. № _____

2 Срок сдачи магистрантом законченной магистерской диссертации: 11.06.2024.

3 Исходные данные к магистерской диссертации: научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: теоретические основы функционирования мебельного рынка; исторические аспекты мирового мебельного рынка; нормативное регулирование рынка мебели в России и в мире; динамика развития современного мирового рынка мебели; российский мебельный рынок и его структура; Россия на мировом рынке мебели; влияние пандемии на мировой мебельный рынок; сегментация современного мебельного рынка; перспективы развития мирового мебельного рынка.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 1.12.2022.

Руководитель _____ / А. Ш. Дубина /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению магистрант _____ / К. А. Строков /
(подпись) (инициалы, фамилия)

График подготовки магистерской диссертации

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
Первый год обучения			
1	Обоснование выбора темы и методологии исследования, выбор предмета и объекта исследования	1.09.2022 – 31.10.2022	
2	Формирование научной концепции исследования	1.11.2022 – 18.12.2022	
3	Подбор основной литературы	19.12.2022 – 15.01.2023	
4	Развернутое обоснование актуальности, концепции, новизны исследования	16.01.2023 – 19.02.2023	
5	Формирование развернутого плана и макета диссертационного исследования	20.02.2023 – 12.03.2023	
6	Проработка новых источников литературы по теме диссертационного исследования	13.03.2023 – 26.03.2023	
7	Проведение теоретического исследования в рамках первой главы диссертации	27.03.2023 – 30.04.2023	
8	Подготовка первой главы диссертации	1.05.2023 – 30.06.2023	
Второй год обучения			
9	Проведение аналитического исследования в рамках второй главы диссертации	1.09.2023 – 22.10.2023	
10	Подготовка второй главы диссертации	23.10.2023 – 24.12.2023	
11	Проведение аналитического исследования в рамках третьей главы диссертации	25.12.2023 – 25.02.2024	
12	Подготовка третьей главы диссертации	26.02.2024 – 21.04.2024	
13	Подготовка введения и заключения	22.04.2024 – 12.05.2024	
14	Оформление ВКР	13.05.2024 – 26.05.2024	
15	Сдача ВКР на нормоконтроль, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	27.05.2024 – 9.06.2024	
16	Ознакомление с отзывом, рецензией	10.06.2024	
17	Представление законченной магистерской диссертации, передача в ГЭК	11.06.2024	

Руководитель _____ / А.Ш. Дубина /
 Задание принял к исполнению магистрант _____ / К. А. Строков /

Реферат

Магистерская диссертация 86 с., 3 ч., 36 рис., 3 табл., 67 источников, 2 прил.

МЕБЕЛЬ, МИРОВОЙ МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК, РОССИЙСКИЙ МЕБЕЛЬНЫЙ РЫНОК, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, ЭКСПОРТ, СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ, ИМПОРТ, СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА, ПАНДЕМИЯ, ОНЛАЙН И ОФЛАЙН ПРОДАЖИ МЕБЕЛИ.

Объект исследования – рынок мебели.

Цель работы состоит в анализе особенностей и перспектив развития современного мирового рынка мебели.

Методологическую основу работы составили общие методы исследования – теоретическое и эмпирическое исследование, статистическая обработка информации, графическое представление данных.

Результаты работы: изучены теоретические основы функционирования мебельного рынка; рассмотрены исторические аспекты мирового мебельного рынка; показано нормативное регулирование рынка мебели в России и в мире; проанализирована динамика развития современного мирового рынка мебели; выделены особенности российского мебельного рынка и его структуру; рассмотрено место России на мировом рынке мебели; показано влияние пандемии на мировой мебельный рынок; дана характеристика сегментам современного мебельного рынка; проанализированы перспективы развития мирового мебельного рынка.

Новизна магистерской диссертации состоит в следующем – определены основные тенденции развития и сегментация мирового и российского рынка мебели во время пандемии и в настоящее время и выделен комплекс направлений развития мирового мебельного рынка в контексте развития электронной коммерции.

Теоретическая значимость ВКР состоит в подробном описании особенностей и тенденций развития мирового рынка мебели, которые могут быть использованы в образовательном процессе.

Практическая значимость работы состоит в обобщении и систематизации большого массива статистических данных из иностранных и российских источников

о современных тенденциях и перспективных направлениях развития мирового мебельного рынка.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования – мировой мебельный рынок продолжит развиваться в направлениях постпандемийных тенденций.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Основы функционирования мирового мебельного рынка	7
1.1 Теоретические основы функционирования мебельного рынка	7
1.2 Исторические аспекты мирового мебельного рынка	15
1.3 Нормативное регулирование рынка мебели в России и в мире	23
Глава 2 Тенденции развития мирового и российского рынка мебели	28
2.1 Динамика развития современного мирового рынка мебели	28
2.2 Российский мебельный рынок и его структура	36
2.3 Россия на мировом рынке мебели	44
Глава 3 Особенности и перспективы мирового рынка мебели	51
3.1 Влияние пандемии на мировой мебельный рынок	51
3.2 Сегментация современного мебельного рынка	58
3.3 Перспективы развития мирового мебельного рынка	64
Заключение.....	74
Список использованных источников	78
Приложение А	84
Приложение Б	85

Введение

Современный мировой рынок мебели развивается динамично. В ходе двух последних десятилетий он претерпел существенные качественные изменения. Смыкание национальных рынков, все большая интернационализация мебельного производства определяют на современном этапе сдвиги как в динамике, так и в структуре международной торговли данным товаром.

Мировой рынок мебели, как и рынки прочих потребительских товаров длительного пользования, развивается в тесной зависимости от состояния общехозяйственной конъюнктуры. В результате экономических кризисов объемы международной торговли мебелью сокращаются и при стабилизации ситуации и роста доходов населения – стабилизируются. В последние годы темпы роста мировой торговли мебелью составляют свыше 7 % в год, что, даже с учетом инфляции, является высоким показателем.

Современный рынок мебели характеризуется быстротой изменения спроса, что способствует выживанию на нем, наряду с крупными производителями и продавцами, большой массы мелких и средних предприятий. Как и в других отраслях, занимающихся производством товаров широкого потребления, мелкие и средние предприятия стали неотъемлемым элементом фирменной структуры мебельного рынка. В то же время в условиях жесткой конкуренции независимость мелких производителей мебели часто бывает формальной, они оказываются тесно связанными с крупными торговыми корпорациями, а также выступают субпоставщиками более крупных компаний, специализируясь на изготовлении отдельных предметов или деталей мебельной продукции, предназначенных для использования более крупными предприятиями.

Несмотря на то что рынок мебели по-прежнему относится к традиционным рынкам, конкуренция на нем в современных условиях приобретает столь масштабный характер, что в ряде случаев проблемы решаются путем введения отдельными государствами запретительных импортных пошлин. Характерным примером является ситуация, сложившаяся на американском мебельном рынке в середине

2000-х гг., когда безудержный рост экспорта мебели из Китая вынудил правительство США предпринять попытку решить данную проблему с помощью введения защитных мер в торговле с Китаем. В этот же период времени к защитным мерам с помощью введения высоких пошлин в области импорта мебели прибегла и Россия.

Увеличение емкости мебельного производства влечет за собой повышение качества и внедрение новых технологий. Реалией ряда последних десятилетий является активный перенос производственных мощностей из ведущих стран-производителей мебели с высокими производственными затратами в страны с более низкими производственными затратами, в первую очередь в страны Азии. Последние уже вышли на позиции ведущих в мире экспортеров мебели. При этом происходит постепенное вытеснение местных производителей в странах, которые ранее лидировали по объемам мебельного производства.

На сегодняшний день и мировой, и российский мебельный рынок очень высококонкурентный и состоит из четырех основных ценовых сегментов: эконом, масс-маркет, премиум и эксклюзив, причем большинство потребителей выбирают мебель первых двух категорий. Следует также отметить, что в России активны как отечественные, так и иностранные бренды. Причем российские бренды, как правило, активны в эконом и масс-маркет сегментах. Наиболее ярким примером популярного бренда является *IKEA*: шведская компания еще в нулевых совершила настоящую экспансию в крупнейшие города мира, и ныне занимает очень прочные позиции в массовом сегменте, сочетая качество продукции, достаточно конкурентные цены и узнаваемый стиль.

Мебельный рынок находится под сильным влиянием мировых экономических событий. Во времена неопределенности это, как правило, оказывает негативное воздействие, поскольку потребители сокращают второстепенные расходы, откладывая проекты по косметическому ремонту и реконструкции домов из-за снижения располагаемых доходов. Аналогичным образом рынок восстанавливается и процветает синхронно с остальной глобальной финансовой средой.

За последнее десятилетие, на мировом рынке мебели произошли изменения: интернационализация производства мебели и смыкание национальных мебельных

рынков. В первую очередь, эти факторы влияют на динамику и структуру международной мебельной торговли. Все это определило актуальность выбранной темы работы.

Проблемы и тенденции развития мирового мебельного рынка отражены в работах Акуловой П. Е., Иваненко И. А., Аблязовой С. Н., Васильевой Е. Н., Мужжавлевой Т. В., Истоминой А. Л., Мельниковой Д. С. и другие. Более широко рассмотрен мебельный рынок России в работах Ананьина Ю. Е., Жуковой В. В., Рыдковой А. А., Казариной Е. Н., Земляк К. Г., Ефимовой Т. В., Ищенко Т. Л., Пикалова Л. Д., Таппасхановой Е. О., Мустафеевой З. А., Бисчевой Ф. Р. и других. Также некоторые авторы выделяют современные инновационные тренды в мировой и российской мебельной отрасли – это Бачевский Б. Е., Кирсанова А. И., Ермеев М. А., Кондрашова О. В., Безрукова Т. Л., Рябоконь А. И., Тюрин О. С., Коржова О. В. и другие.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в анализе особенностей и перспектив развития современного мирового рынка мебели.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- изучить теоретические основы функционирования мебельного рынка;
- рассмотреть исторические аспекты мирового мебельного рынка;
- показать нормативное регулирование рынка мебели в России и в мире;
- проанализировать динамику развития современного мирового рынка мебели;
- выделить особенности российского мебельного рынка и его структуру;
- рассмотреть место России на мировом рынке мебели;
- показать влияние пандемии на мировой мебельный рынок;
- дать характеристику сегментам современного мебельного рынка;
- проанализировать перспективы развития мирового мебельного рынка.

Объектом исследования является рынок мебели.

Предмет исследования – тенденции, особенности и перспективы развития мирового рынка мебели и положения на нем России.

Методологической основой исследования послужили общие методы исследования – теоретическое и эмпирическое исследование, статистическая обработка информации, графическое представление данных.

Новизна магистерской диссертации состоит в следующем – определены основные тенденции развития и сегментация мирового и российского рынка мебели во время пандемии и в настоящее время и выделен комплекс направлений развития мирового мебельного рынка в контексте развития электронной коммерции.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в подробном описании особенностей и тенденций развития мирового рынка мебели, которые могут быть использованы в образовательном процессе, обобщении и систематизации большого массива статистических данных из иностранных и российских источников о современных тенденциях и перспективных направлениях развития мирового мебельного рынка.

Глава 1 Основы функционирования мирового мебельного рынка

1.1 Теоретические основы функционирования мебельного рынка

Во все времена потребность в мебели является одной из главных потребностей человека: в быту, офисах, объектах социальной сферы и других зонах пребывания человека. При этом она характеризуется длительным сроком эксплуатации и высокой ремонтпригодностью. Мебель – передвижные или встроенные изделия для оборудования жилых и общественных помещений, садово-парковых и других зон пребывания человека. Но рынок мебели по-прежнему остается одним из наиболее непрозрачных рынков товаров длительного пользования. Основные характеристики мебели как товара длительного пользования (рисунок 1):



Рисунок 1 – Характеристика мебели как товара длительного пользования

[составлено автором по 2]

1 Сложный цикл производства и высокое влияние технологий. Большинство товаров длительного пользования обладают сложной технологией производства и

соответственно достаточно высокой розничной ценой. Расходы на мебель занимают от 7 до 10 % семейного бюджета.

2 Длительный период вывода на рынок новых моделей. Так как запуск производства и вывод на рынок новых товаров длительного пользования и срок их использования занимает продолжительное время, особое значение приобретает планирование, прогнозирование стержневых потребностей и спроса на товары длительного пользования в средне и долгосрочном периоде.

3 Высокие требования к качеству. Потребитель выбирает товары длительного пользования на основании того, как долго с надлежащим уровнем качества данный товар может удовлетворять его потребности. Исходя из этого, большинством производителей мебели решаются вопросы о выявлении приемлемого уровня качества и применения высококачественной фурнитуры и комплектующих рассчитанных на определенное количество лет использования.

4 Необходимость гарантийного и послегарантийного обслуживания. В этом аспекте расходы по эксплуатационно-техническому обслуживанию за весь срок службы мебели не существенны, но могут достигать до 20–25 % ее первоначальной стоимости.

5 Конкуренция рынков новых и поддержанных товаров. Рынок товаров длительного пользования подразумевает под собой помимо существования рынка новых товаров, наличие и рынка поддержанных товаров длительного пользования, бывших в употреблении. И конкуренция между ними может быть очень острой в зависимости от вида товара длительного пользования. В связи с чем, перед большинством производителей стоит существенная проблема выявления оптимального срока службы производимых товаров длительного пользования и создания инфраструктуры послепродажного обслуживания.

6 Продолжительный период выбора и совершения покупки потребителем. Товары длительного пользования относятся к товарам предварительного выбора с, как правило, отсутствием полноценной и доступной информации об ожидаемых характеристиках будущей покупки, которые потребитель сравнивает по степени удобства, качеству, цене и дизайну. Выбор потребителем мебели составляет от 2 до

4 недель (а в некоторых случаях откладывается на несколько месяцев до очередной выставки) и в его таблицу сравнения попадает до 10 моделей, которые сравниваются по 10–15 характеристикам. Основные сравниваемые характеристики: цена, внешний вид, расцветка, удобство использования, качество сборки, качество материалов, удобство ухода, скидки, долговечность.

7 Моральный износ товаров длительного пользования. Помимо физического износа товаров длительного пользования, особое значение приобретает моральный износ. Товаров длительного пользования, производимые и продаваемые в настоящее время, влияют на ценность товаров проданных в прошлом.

В целом, под рынком мебели понимается отрасль, представляющая собой совокупность компаний-производителей, компаний-продавцов мебели и конечных покупателей мебели и структуру отношений купли-продажи мебели между ними [24, с. 98].

Формирование мирового рынка мебели как в целом, так и в разрезе любой страны определяется спросом на нее со стороны всех субъектов экономики. Классификация факторов, определяющих спрос на мебель, представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Факторы, определяющие спрос на мебель [50, с. 107]

№	Показатели
1	Демография населения
2	Реальные располагаемые денежные доходы населения, рост платежеспособного спроса населения и бизнеса
3	Демография организаций:
3.1	- коэффициент возникновения организаций (на 1000 организаций)
3.2	- коэффициент ликвидации организаций (на 1000 организаций)
4	Складывающиеся социально-экономические условия в стране для развития рынка мебели и уровня развития самой мебельной промышленности:
4.1	- рост объемов жилищного строительства, объектов производственной и социальной сфер
4.2	- оптимальный (фактический) срок службы мебели
4.3	- уровень и динамика цен на мировом рынке
5	Проводимые в стране импортно-экспортная, налоговая и финансовая политики
6	Место, занимаемое страной в международном разделении труда в мебельном бизнесе, и др.

Анализ данных таблицы свидетельствует о том, что развитие мирового мебельного бизнеса зависит от общей экономической ситуации в отдельной стране, от геополитической обстановки и степени интеграции мебельного производства в мировое хозяйство и мировой рынок.

Мебель классифицируют по следующим признакам: эксплуатационным, функциональным, конструктивно-технологическим, по материалам и по характеру производства. Современная мебельная индустрия обеспечивает большой ассортимент мебели в различных воплощениях с применением различных материалов и технологической специфики. Уровень востребованности мебели формируется с помощью функционального предназначения, внешнего вида и уровня качества.

Мебельный бизнес предусматривает несколько видов деятельности: перепродажа готовой мебели, торговля мебельной фурнитурой, услуги по сборке, перетяжке и ремонту, изготовление новой продукции по стандартным каталогам, изготовление мебели по индивидуальному проекту. Принято разделять производимый ассортимент в зависимости от стиля и дизайна мебели и уровня доходов потенциальных покупателей и предлагаемых форматов дистрибуции.

На сегодняшний момент, мебель принято классифицировать по следующим параметрам (приложение А):

- 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 и 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) [53].

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

- мебель для хранения (шкаф, шкаф кухонный, комод, тумба, полка, сундук и т.д.);
- мебель для сидения и лежания (кровать, диван, кушетка, кресло, табурет, кресло-качалка, шезлонг и т.д.);
- мебель для работы и приема пищи (стол, стол обеденный, стол письменный, стол журнальный и т.д.);
- мебель прочая (вешалка, детский манеж) [54].

Как правило, по характеру производства мебель делится на серийную, массовую и экспериментальную. Экспериментальная мебель – это образцы разрабатываемых изделий, используемые для оценки на соответствие функциональным требованиям и для проведения испытаний. Серийная мебель включает в себя изделия, которые выпускают партиями (сериями), более того, повторение серий может предусматриваться заранее. Массовая мебель обычно производится в большом количестве, непрерывно, в течение длительного времени и без изменения конструкции. Выпуск массовой мебели возможен при широкой предметной и технологической специализации предприятия.

Современный мировой рынок мебели развивается динамично. В ходе последнего десятилетия он претерпел существенные качественные изменения. Смыкание национальных рынков, все большая интернационализация мебельного производства определяют на современном этапе сдвиги как в динамике, так и в структуре международной торговли данным товаром. В период с 2002 по 2012 гг. по экспертным оценкам стоимостные объемы международной торговли мебелью выросли более чем в 2 раза. Рост объемов международной торговли мебелью в настоящее время обусловлен процессами глобализации в результате сдвигов в размещении мебельного производства и устойчиво высокими темпами роста объемов экспорта у целой группы стран Юго-Восточной Азии, Латинской Америки и Восточной Европы.

Одновременно растет мировое потребление мебели, при этом потребительский спрос развивается в качественно новых направлениях. Ведущими критериями потребительских предпочтений в настоящее время являются функциональность,

эргономичность и экологическая безопасность мебельных изделий. Отмечается все больший поворот рынка к потребителю, что достигается с помощью инновационного мебельного дизайна. Так, например, сегодня уходят в прошлое массивные шкафы для хранения книг, поскольку печатная продукция постепенно переходит из бумажных носителей в электронный ресурс. Активное использование планшетов вместо громоздких компьютеров практически полностью видоизменило мебель для домашних офисов. Стремление людей к использованию экологически чистых материалов способствует развитию «органического», или «экодизайна» и, в ряде случаев, приводит к появлению интерьеров «на грани абсурда».

Несмотря на то что рынок мебели по-прежнему относится к так называемым консервативным, традиционным рынкам, конкуренция на нем в современных условиях приобретает столь масштабный характер, что в ряде случаев проблемы решаются путем введения отдельными государствами запретительных импортных пошлин. Характерным примером является ситуация, сложившаяся на американском мебельном рынке в середине 2000-х гг., когда безудержный рост экспорта мебели из Китая вынудил правительство США предпринять попытку решить данную проблему с помощью введения защитных мер в торговле с Китаем. В этот же период времени к защитным мерам с помощью введения высоких пошлин в области импорта мебели прибегла и Россия, о чем будет сказано ниже.

Мировой рынок мебели, как и рынки прочих потребительских товаров длительного пользования, развивается в тесной зависимости от состояния общехозяйственной конъюнктуры. В результате последнего экономического и финансового кризиса в 2009 г. объемы международной торговли мебелью сократились на 20 %. В последние годы темпы роста мировой торговли мебелью составляют свыше 7 % в год, что, даже с учетом инфляции, является высоким показателем [19, с. 130].

Наиболее характерной тенденцией последних лет является оцениваемая экспертами так называемая растущая «открытость» мебельных рынков. Этот показатель выражается в соотношении между объемами импорта и уровнем потребления мебели. В настоящее время доля импорта в мировом потреблении

мебели составляет свыше 30 %. Это означает, что каждый третий проданный на том или ином национальном рынке предмет мебели является импортным. Углубление специализации мебельного производства и его интернационализация, очевидно, будут способствовать дальнейшему росту этого показателя.

Реалией ряда последних десятилетий является активный перенос производственных мощностей из ведущих стран производителей мебели с высокими производственными затратами в страны с более низкими производственными затратами, в первую очередь в страны Азии. Последние уже вышли на позиции ведущих в мире экспортеров мебели. При этом происходит постепенное вытеснение местных производителей в странах, которые ранее лидировали по объемам мебельного производства. Характерным примером является рынок США. Американские производители уже давно обвиняют Китай в вытеснении с собственного рынка, так как цены на мебельные изделия, изготовленные в Китае, значительно ниже, чем на аналогичные товары, произведенные в США.

Следует подчеркнуть, что в современных условиях имеет место не просто перемещение мебельного производства в страны с более дешевой рабочей силой, но и ассортиментная переориентация на изготовление за рубежом более дешевой и простой по дизайну мебели. Так, мебельные компании США осуществили в свое время перенос мебельного производства из США в Мексику, а немецкие компании из Германии в Польшу, чем предопределили выход Польши и Мексики на мировой рынок мебели как крупных экспортеров недорогой и качественной деревянной мебели, которая затем поставляется, прежде всего, на рынки самих же США и Германии. Значительные по объемам инвестиции западных государств также осуществлялись в мебельное производство Китая.

Последствия кризиса еще более ускорили рост производственных инвестиций из стран развитого рыночного хозяйства в мебельную промышленность стран Азии. Однако в настоящее время приоритетным направлением промышленных инвестиций, направленных в мебельное производство, уже является не столько Китай, сколько Вьетнам и Бангладеш. Если в начале 2000-х гг. Вьетнам даже не рассматривался как сколько-нибудь значимый участник мирового мебельного рынка, то через 10 лет, в

2010 г. он уже входит в первую десятку мировых производителей мебели, занимая 9-е место в мире по объемам ее экспорта. По некоторым расчетным данным по объемам экспорта мебели в более узких сегментах рынка Вьетнам в 2010 г. находится уже не на 9-м, а на 5-м месте, уступая только Китаю, Италии, Германии и Польше. Более 80 % мебели, произведенной во Вьетнаме, поставляется на экспорт, поскольку внутреннее потребление еще недостаточно развито. При этом потребность в древесных материалах, необходимых для производства мебели, на 80 % удовлетворяется за счет импорта. В 2010 г. Вьетнам экспортировал мебель в 26 стран мира, в том числе в США, Японию, Великобританию, Германию, Францию, Республику Корея, Китай и др. [51, с. 256].

Что касается Бангладеш, то здесь мебельное производство на базе иностранных инвестиций, пока еще не получило столь бурного развития, как во Вьетнаме. Главный фактор, который предопределяет похожий сценарий в самом ближайшем будущем, также заключается в преимуществах использования труда низкооплачиваемых рабочих. В настоящее время стоимость рабочей силы в Бангладеш составляет лишь 40% от аналогичного показателя в Китае, что является большим конкурентным преимуществом, однако развитие производства мебели в Бангладеш пока сдерживается из-за отсутствия необходимой инфраструктуры и налаженных каналов сбыта мебельной продукции, как это было в Китае около 15 лет тому назад. Проблемой Бангладеш является и невысокая квалификация рабочих, что вначале опять-таки приведет к созданию предприятий по производству исключительно недорогой мебели самого простого дизайна. Благоприятным фактором для развития экспорта мебельной продукции из Бангладеш, очевидно, послужит уже существующий опыт работы предприятий на базе иностранного капитала в других отраслях ее экономики, прежде всего в текстильной промышленности.

Мебельная индустрия особое место в мировой экономике. В последние несколько лет мировое производство, потребление и международная торговля мебелью растут достаточно высокими темпами. По величине роста экспорта, мебель опережает многие традиционно значимые в международном бизнесе товары: телевизоры, автомобили, бытовую технику и так далее. С каждым годом уровень

потребления растет, из чего следует, что и процесс производства должен быть модернизирован. Предприятия данной отрасли представлены во всех экономически развитых регионах мира.

1.2 Исторические аспекты мирового мебельного рынка

Зачатки современной индустрии начали формироваться еще в XIV в., в эпоху Возрождения. Тогда феодалы утратили былую власть и все большее влияние приобретал новый растущий класс – буржуазия. Богатые горожане и политические деятели стали основными потребителями мебельной отрасли.

Изменилось и производство. Успехи науки и техники, великие географические открытия изменили представления человека о мире, в сферу мирового производства включились новые источники сырья и новые рынки – это создало предпосылки для развития и появления все большего количества мануфактур.

Несколько следующих столетий происходила смена стилей, а используемые станки дорабатывались и совершенствовались (токарный станок, практически такой, каким мы его сегодня знаем, был изобретен в 1717 г. А. К. Нартовым – личным токарем Петра I), но, несмотря на возросший уровень технологии, до промышленной революции было еще далеко. Мебель все так же изготавливалась штучно и была ориентирована на состоятельных заказчиков [38, с. 69].

Массовое производство товаров начало налаживать только в середине XIX в., с приходом капитализма. Впрочем, новые материалы и технологии, машинное производство использовалось лишь для подражания классическим стилям.

Одним из самых значимых изобретений на фоне историзма и эклектики стало производство гнутой мебели Михаэлем Тонетом (*Michael Thonet*) – именно он первым освоил массовое производство недорогой мебели. Мис Ван дер Роэ уже гораздо позже произнес слова, которые, в том числе, объясняют успех Тонета: «Формы ради формы не существует; форма не цель работы, а исключительно лишь ее результат». Результатом его работы стал один из самых коммерчески успешных и устойчивых к

капризам моды дизайнов в истории мебели. Его мебель указывала путь в будущее, путь к упрощению и массовости.

XX в. стал поворотным в истории дизайна – небывалые до тех пор темпы роста промышленности и нового строительства сформировали новую проблему, которую требовалось разрешить – производство товаров массового потребления. Многие дизайнеры и архитекторы предлагали свое решение, но среди них можно выделить несколько имен.

Архитектор Лайош Козма (*Lajos Kozma*) совместно с фабрикой Хесслер был одним из пионеров промышленного дизайна мебели для сидения. Он работал в Венгрии, которая была на тот момент ведущим центром мебельного производства; задачи архитектора были обусловлены потребностями растущего будапештского среднего класса. Целью Козма было создать высокофункциональный дизайн для жилищ и офисов, начиная с архитектуры, и заканчивая предметами интерьера [31].

Марсель Брёйер (*Marcel Breuer*), также выходец из Венгрии, в 1926 г. представил стул В3 сконструированный из полых металлических труб. Брёйер был ярким представителем Баухауза – школы, которая учила студентов формообразованию в увязке с технологией промышленного производства, использованием последних технических достижений и новых материалов. Это дало хорошие результаты – при кажущейся сложности стул Брёйера был собран из нескольких простых гнутых элементов. Другие его работы – стул В35 и стул *Short Chair mod.1091* – были изготовлены из цельного куска металла: один из рассеченного и гнутого алюминиевого проката, а другой из гнутой стальной трубы.

Алвар Аалто самостоятельно экспериментировал с гнутьем древесины и создал мебель, ставшую образцом финского дизайна. Новизна его мебели заключалась в использовании набора типовых деталей, из которых можно было создавать бесчисленного количества новых гармонирующих друг с другом предметов. В стульях отсутствовала царга (связующим элементом теперь выступало само сиденье), а несущие элементы спинки крепились прямо к ногам стула – это очень сильно упростило производство. Исчезли трудоемкие шиповые соединения, стул собирался

при помощи обычных шурупов и отвертки, а в разобранной состоянии умещался в небольшую коробочку [31].

Эти направления определили развитие мебели в конце XX и начале XXI вв. и до сих пор оказывают существенное влияние на состояние мирового рынка мебели, т.к. определили основные особенности современного промышленного производства в мебельной отрасли, что особенно заметно по истории развития крупнейшей по оборотам в настоящее время компании *IKEA* (рисунок 2).



Рисунок 2 – История развития компании *IKEA* [25]

IKEA является одним из крупнейших мебельных брендов в мире в течение последних 10 лет, а также производителем и поставщиком готовой к сборке мебели и товаров для дома. Компания *IKEA* была основана 76 лет назад Ингваром Кампрадом и открыла свой первый магазин в Эльмхульте, Смоланд. Штаб-квартира *IKEA* находится в Делфте, Нидерланды, и управляет 433 филиалами по всему миру в 52 странах. Бренд *IKEA* известен тем, что его не собирают заранее, поскольку большая часть мебели предназначена для сборки. Основная причина этого заключается в предоставлении доступной продукции своим потребителям за счет снижения затрат [55, с. 55].

Современный рынок мебели развивается динамично. В ходе последних десятилетий он претерпел существенные качественные изменения. Смыкание

национальных рынков, все большая интернационализация мебельного производства определяют на современном этапе сдвиги как в динамике, так и в структуре международной торговли данным товаром.

В период с 2002 по 2012 гг. стоимостные объемы международной торговли мебелью выросли более чем в 2 раза (рисунок 3). Рост объемов международной торговли мебелью был обусловлен процессами глобализации в результате сдвигов в размещении мебельного производства и устойчиво высокими темпами роста объемов экспорта у целой группы стран Юго-Восточной Азии, Латинской Америки и Восточной Европы.

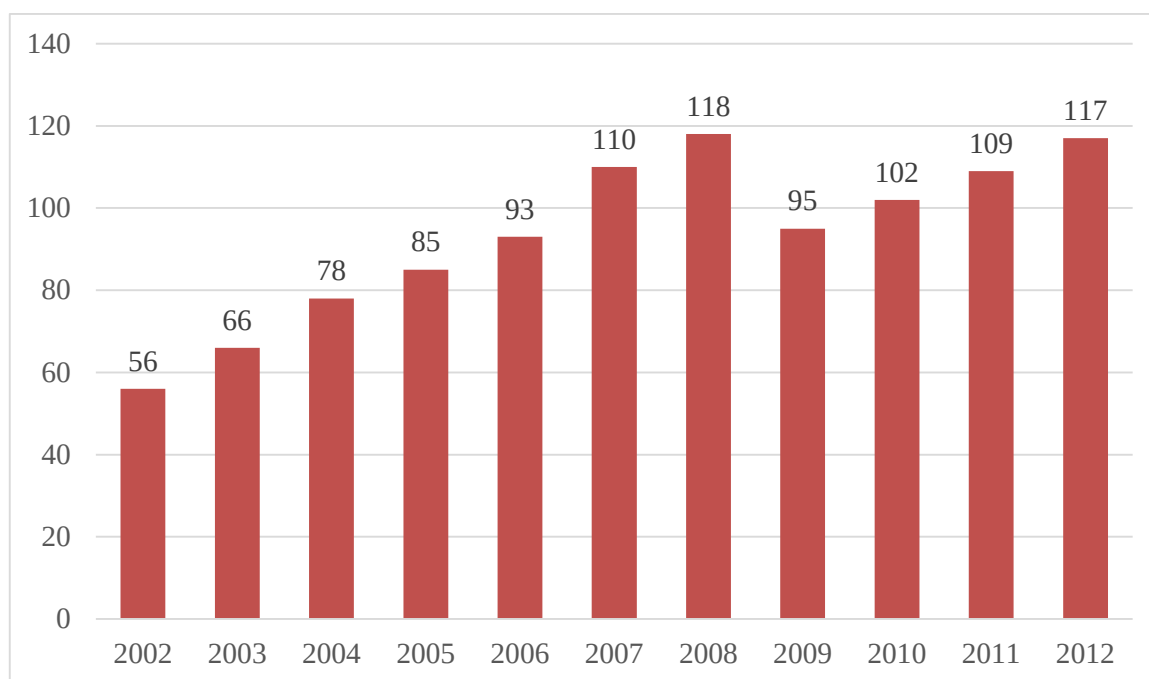


Рисунок 3 – Международная торговля мебелью в 2002–2012 гг., млрд долл. [38, с. 71]

Мировой рынок мебели, как и рынки прочих потребительских товаров длительного пользования, развивается в тесной зависимости от состояния общехозяйственной конъюнктуры. В результате последнего экономического и финансового кризиса в 2009 г. объемы международной торговли мебелью сократились на 20 %. Однако, начиная с 2010 г., объемы международной торговли мебельной продукцией снова стали возрастать, и в 2012 г. достигли своего предкризисного уровня. В последние годы темпы роста мировой торговли мебелью

составляют свыше 7 % в год, что, даже с учетом инфляции, является высоким показателем.

Наиболее характерной тенденцией последних лет является растущая «открытость» мебельных рынков. Этот показатель выражается в соотношении между объемами импорта и уровнем потребления мебели. В первой декаде XXI в. доля импорта в мировом потреблении мебели составляла свыше 30 %. Это означает, что каждый третий проданный на том или ином национальном рынке предмет мебели является импортным [3, с. 12].

Углубление специализации мебельного производства и его интернационализация, очевидно, будут способствовать дальнейшему росту этого показателя. Реалией ряда последних десятилетий является активный перенос производственных мощностей из ведущих стран – производителей мебели с высокими производственными затратами в страны с более низкими производственными затратами, в первую очередь в страны Азии. Последние уже вышли на позиции ведущих в мире экспортеров мебели. При этом происходит постепенное вытеснение местных производителей в странах, которые ранее лидировали по объемам мебельного производства. Характерным примером является рынок США. Американские производители уже давно обвиняют Китай в вытеснении с собственного рынка, так как цены на мебельные изделия, изготовленные в Китае, значительно ниже, чем на аналогичные товары, произведенные в США [30].

Следует подчеркнуть, что в начале 2000-х гг. условиях имеет место не просто перемещение мебельного производства в страны с более дешевой рабочей силой, но и ассортиментная переориентация на изготовление за рубежом более дешевой и простой по дизайну мебели. Так, мебельные компании США осуществили в свое время перенос мебельного производства из США в Мексику, а немецкие компании – из Германии в Польшу, чем предопределили выход Польши и Мексики на мировой рынок как крупных экспортеров недорогой и качественной деревянной мебели, которая затем поставляется, прежде всего, на рынки самих же США и Германии (рисунок 4).

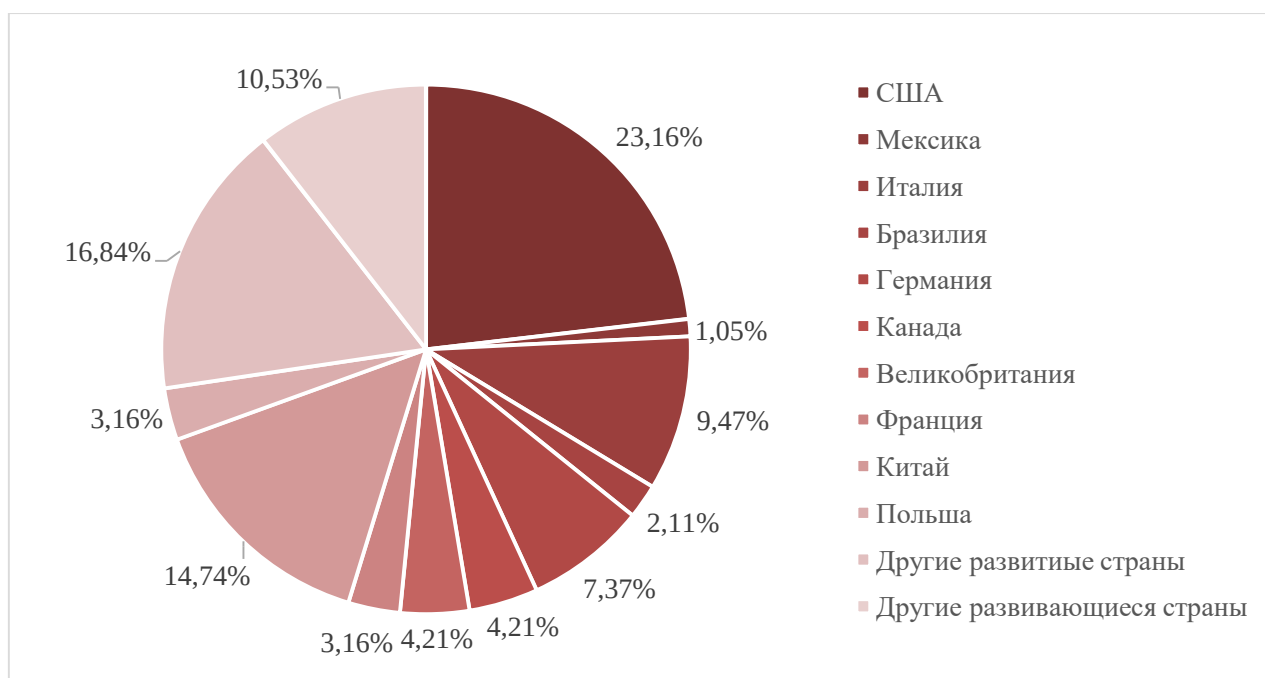


Рисунок 4 – Структура мирового производства мебели в 2014 г. [32, с. 139]

Значительные по объемам инвестиции западных государств также осуществлялись в мебельное производство Китая. Последствия недавнего кризиса еще более ускорили рост производственных инвестиций из стран развитого рыночного хозяйства в мебельную промышленность стран Азии. Однако в настоящее время приоритетным направлением промышленных инвестиций, направленных в мебельное производство, уже является не столько Китай, сколько Вьетнам и Бангладеш. Если в начале 2000-х гг. Вьетнам даже не рассматривался как сколько-нибудь значимый участник мирового мебельного рынка, то через 10 лет, в 2012 г. он уже входит в первую десятку мировых производителей мебели, занимая 9-е место в мире по объемам ее экспорта (рисунок 5).

По объемам экспорта мебели в более узких сегментах рынка Вьетнам в 2013 г. находился уже не на 9-м, а на 5-м месте, уступая только Китаю, Италии, Германии и Польше. Более 80 % мебели, произведенной во Вьетнаме, поставляется на экспорт, поскольку внутреннее потребление недостаточно развито. При этом потребность в древесных материалах, необходимых для производства мебели, на 80 % удовлетворяется за счет импорта. В 2012 г. Вьетнам экспортировал мебель в 26 стран

мира, в том числе в США, Японию, Великобританию, Германию, Францию, Республику Корея, Китай и др.

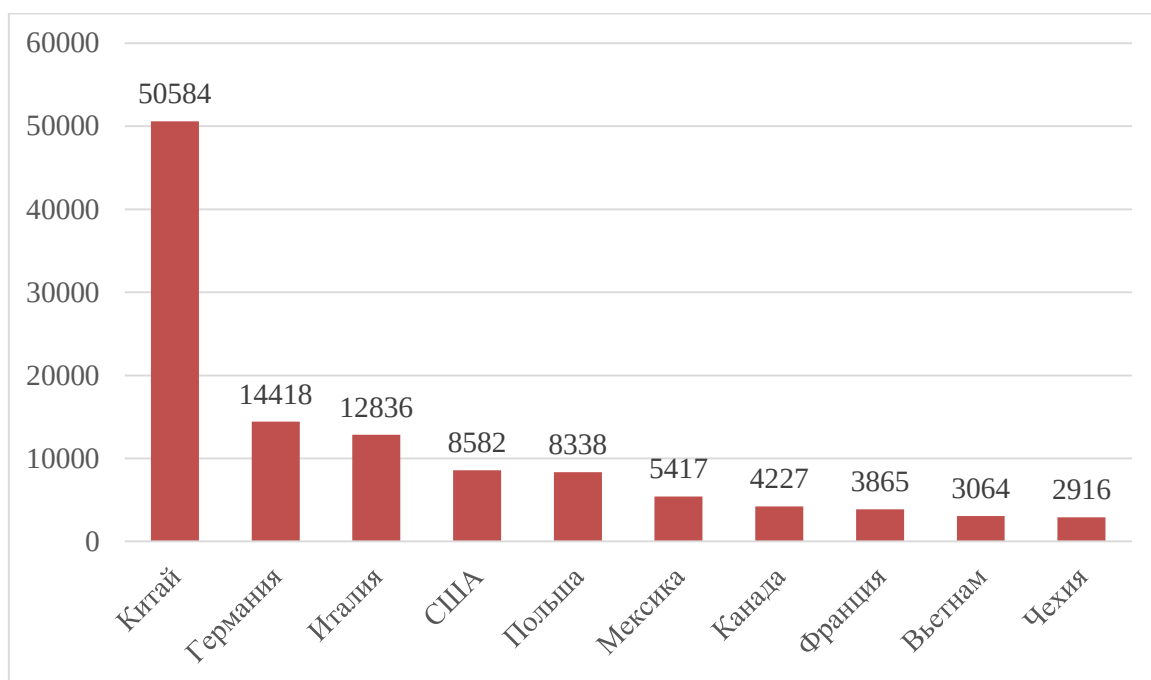


Рисунок 5 – Основные страны-экспортеры мебели в 2012 г., млн долл. [12, с. 34]

Что касается Бангладеш, то там мебельное производство на базе иностранных инвестиций, пока еще не получило столь бурного развития, как во Вьетнаме. Главный фактор, который предопределяет похожий сценарий в самом ближайшем будущем, также заключается в преимуществах использования труда низкооплачиваемых рабочих. В настоящее время стоимость рабочей силы в Бангладеш составляет лишь 40 % от аналогичного показателя в Китае, что является большим конкурентным преимуществом, однако развитие производства мебели в Бангладеш пока сдерживается из-за отсутствия необходимой инфраструктуры и налаженных каналов сбыта мебельной продукции, как это было в Китае около 25 лет тому назад. Проблемой Бангладеш является и невысокая квалификация рабочих, что вначале опять-таки приведет к созданию предприятий по производству исключительно недорогой мебели самого простого дизайна. Благоприятным фактором для развития экспорта мебельной продукции из Бангладеш, очевидно, послужит уже

существующий опыт работы предприятий на базе иностранного капитала в других отраслях ее экономики, прежде всего в текстильной промышленности.

Несмотря на новые, стремительно развивающиеся рынки, в настоящее время, как по объемам производства, так и по объемам экспорта мебельной продукции безусловным лидером остается Китай, который, в разы опережая своих конкурентов, ежегодно увеличивает поставки мебели на мировой рынок. Всего за 10 лет – с 2000 по 2010 гг. – экспорт мебели из Китая вырос с 7 до 50 млрд долл., или в 7 раз. В короткий срок Китай смог вытеснить Италию с места первого экспортера, став безусловным лидером в сфере международной торговли данным товаром. Агрессивный экспорт китайской продукции привел к настоящим «торговым войнам» на ранее спокойном и устойчивом рынке традиционного потребительского товара. Как уже было отмечено, значительные объемы дешевой китайской мебели, буквально хлынув на рынок США, спровоцировали большое количество банкротств в американской мебельной промышленности, что, в результате, вынудило США применить антидемпинговые пошлины по отношению к импорту мебели из Китая. Однако ощутимых результатов не было отмечено, так как ввиду сложности использования механизма антидемпинговых пошлин эту меру удалось применить лишь в отношении немногих китайских компаний-экспортеров [41, с. 74].

Таким образом особенность мирового рынка мебели в начале 2000-х гг. была быстрота изменения спроса, что способствовало выживанию на нем, наряду с крупными продуцентами, большой массы мелких и средних предприятий. Как и в других отраслях, занимающихся производством товаров широкого потребления, мелкие и средние предприятия стали неотъемлемым элементом фирменной структуры мебельного рынка. В то же время в условиях жесткой конкуренции независимость мелких производств мебели часто бывает формальной, они оказываются тесно связанными с крупными торговыми корпорациями, а также выступают субпоставщиками более крупных компаний, специализируясь на изготовлении отдельных предметов или деталей мебельной продукции, предназначенных для использования более крупными производителями.

1.3 Нормативное регулирование рынка мебели в России и в мире

Чтобы преуспеть на быстрорастущем мировом рынке, успешно осуществляя экспансию в разные страны, производителям мебели нельзя недооценивать важность стандартизации, позволяющей сократить торговые барьеры и повысить удовлетворенность конечных потребителей.

Релевантные стандарты периодически пересматриваются. Также публикуются принципиально новые документы, чтобы закрыть существующие пробелы. Например, в ноябре 2021 г. был опубликован документ ИСО 23769:2021 «Мебель – Матрасы – Методы испытаний для определения функциональных характеристик», который, как следует из названия, определяет методы испытаний для определения прочности, потери высоты и твердости матрасов высотой ≥ 100 мм (и наматрасников, когда они образуют единое целое с матрасом). Стандарт распространяется на матрасы для взрослых, предназначенные для домашнего (бытового) и коммерческого использования. Документ не распространяется на водяные матрасы, надувные матрасы или отдельные наматрасники [2].

Методы испытаний для оценки старения, разрушения, огнестойкости и электропроводимости стандартом не охватываются. Еще один свежий документ называется ИСО 7170:2021 «Мебель – Системы хранения – Методы испытаний для определения прочности, долговечности и устойчивости». Стандарт, утвержденный в сентябре 2021 г., определяет методы испытаний для определения прочности, долговечности и устойчивости складской мебели и систем хранения бытового назначения (шкафы, комоды), когда соответствующие продукты полностью собраны и готовы к использованию, включая монтаж подвижных и неподвижных частей [53].

Международная организация *ASTM International*, в свою очередь, сообщает о скором завершении пересмотра документа *ASTM E2280* «Стандартное руководство по оценке пожарной опасности мягкой мебели для сидения в палатах пациентов медицинских учреждений». Данный стандарт является весьма полезным, когда дело доходит до обеспечения пожаробезопасности больниц и клиник.

Международная электротехническая комиссия двумя годами ранее опубликовала документ МЭК 60335-2-116:2019 «Бытовые и аналогичные электрические приборы – Безопасность – Часть 2-116: Особые требования к мебели с электрически моторизованными частями», касающийся безопасности мебели с электрическими моторизованными частями с номинальным напряжением не более 250 В. Стандарт распространяется на мебель, предназначенную для бытового и аналогичного использования. Мебель, содержащая электромоторы, сервоприводы и иные подобные части, не предназначенная для обычного домашнего использования, но способная выступать источником опасности для людей (например, мебель, предназначенная для использования непрофессионалами в магазинах, офисах, гостиницах, ресторанах, кинотеатрах, больницах, школах, на предприятиях легкой промышленности и на фермах), входит в сферу применения данного стандарта [22].

Российская мебельная отрасль переживает тяжелые времена и без поддержки на законодательном уровне эти сложности производителям вероятно станет сложно преодолеть. Главным экономическим ориентиром государства в санкционной борьбе с западом является импортизамещение.

Несмотря на сложности, мебельная отрасль имеет хорошие перспективы. В последнее время в связи с санкциями и увеличением курса доллара доля импорта уменьшается, а на его место приходит продукция отечественного производства. В целях поддержки отечественного производителя государство разрабатывает дорожную карту по развитию отечественного лесного комплекса, где присутствуют меры поддержки всех отраслей ЛПК, включительно с мебельной отраслью. Особое внимание уделяется развитию инвестиционных проектов. Так, в лесопромышленном комплексе, а именно в области обработки древесины, инвестиционных проектов довольно бесчисленное количество, некоторые из них находятся в стадии разработки, другие же реализовываются в полную силу. А вот, что касается мебельной промышленности, то их значительно меньше. Перед государством стоит миссия создать приемлемые условия в целях их увеличения путем законодательной государственной поддержки индустрии.

Важная роль в этих инициативах отводится именно импортозамещению, то есть созданию таких условий, в которых у отечественных производителей вероятно будет возможность вступить в конкуренцию с зарубежными компаниями.

Одним из законов, направленных на реализацию поставленных задач, является закон «О промышленной политике», который вступил в силу с 1 июля 2015 г. Так, в одном из пунктов закона, уделено внимание реализации государственной информационной системе промышленности (ГИСП), а именно созданию Национального центра поддержки импортозамещения (НЦПИ). Миссия центра – создать единую базу поставщиков и заказчиков. Так, многие заказчики, которые сотрудничают с импортными поставщиками, не владеют информацией об альтернативных поставщиках, а поставщики, в собственную очередь не могут найти потенциальных заказчиков. При регистрации предприятия по коду Общероссийского классификатора, нет возможности указать все виды производимой продукции, а ведь крайне важно, чтобы вся продукция и виды деятельности компании были описаны всесторонне. В дальнейшем планируется, что информационный центр поддержки импортозамещения вероятно станет создан в каждом регионе, и он вероятно станет иметь информацию о поставщиках, заказчиках. Кроме этого, планируется, что центры станут не всего предоставлять информацию клиентам, но и оказывать подмога поставщикам отечественной продукции в поисках выгодных заказов, проводить различные экспертизы (финансово-экономические, технологические), разрабатывать бизнес-планы, а тут еще организовывать финансирование. В реализации проекта вероятно будут задействованы как государственные, так и частные организации [53].

1 июля 2012 г. знаменательная дата в целях мебельщиков, в прошлом в году вступили в силу изменения в Технический порядок Таможенного союза «О безопасности мебельной продукции». Мебельщики работают по новым правилам, но вопросов еще остается бесчисленное количество. Большой количество их касается правил сертификации и декларирования мебели. Так, обязательному декларированию подлежит детская мебель, ранее необходимо было оформить всего сертификат. При этом, это касается всех видов детской мебели – в целях школьных, дошкольных учреждений, бытового предназначения. Но, если взглянуть на это с другой стороны,

то декларация оформляется сроком на пять лет, и на протяжении этого времени производителю не нужно опасаться каких-либо проверок. В то же время, при сертификации, производителя ждут инспекционные проверки, первую нужно станет пройти уже через год.

Но огромные затруднения имеют именно испытательные лаборатории. Это касается оборудования. Некоторые требования безгранично сложно выполнить, так как необходима закупка дорогостоящего оборудования, которое даст более точные данные, но его стоимость недоступна в целях большинства сертификационных центров. А именно, немецкие испытательные лаборатории имеют специализированные камеры объёмом 40 кубов, исследования в них более качественные и дают другие результаты.

С 1 января 2016 г. начали применяться два новых государственных стандарта, которые контролируют безопасность мебельной продукции. Нормы, которые изложены в стандартах, позволяют более детально оценивать качество продукции и ее производство. Над разработкой проектов нормативов трудились специалисты Росстандарта РФ. Они разработаны в четком соответствии нормам Техрегламента ТС на мебель. ГОСТ 19917-2014 вероятно станет прочить требования, которые предъявляются к мебели в целях сидения и лежания. Это касается требований к производству, санитарной безопасности данного вида мебели, сюда относится как мебель, предназначенная в целях жилых, так и общественных помещений. В ГОСТе прописаны технические условия, требования к сырью, материалам, хранению и изготовлению мебели, нормы санитарной безопасности в целях специализированных типов мебели и многое другое [2].

Необходимо добавить, что это не последние изменения в законодательстве, которое регулирует мебельное производство. Ведется и другие разработки по внесению изменений в межгосударственные стандарты. Так, пересматриваются нормативы для деталей и изделий мебели из древесины и древесных материалов; покрытий защитно-декоративных на мебели из древесины и древесных материалов; древесных и полимерных материалов; жестко смонтированных рядов стульев; офисной мебели; мебели детской дошкольной и мягкой мебели [22].

Несмотря на долгосрочный рост, мебельная отрасль время от времени переживает тяжелые времена, поэтому без поддержки индустрии на законодательном уровне, данные сложности достаточно сложно преодолевать. Ознакомление с международными документами способствует экспортеру гарантировать исполнение своих прав и определить свои обязательства по внешнеторговому договору. Важно заранее изучить основные положения, особенно те, которые применяются автоматически, актуальных международных документов.

Глава 2 Тенденции развития мирового и российского рынка мебели

2.1 Динамика развития современного мирового рынка мебели

За последнее десятилетие, на мировом рынке мебели произошли изменения: интернационализация производства мебели и смыкание национальных мебельных рынков. В первую очередь, эти факторы влияют на динамику и структуру международной мебельной торговли.

Объем мирового рынка мебельной продукции на современном этапе составляет более 400 млрд долл., что эквивалентно 0,5 % мирового ВВП (рисунок 6). В 2016–2019 гг. наблюдалась тенденция прироста в отношении общемирового производства мебели в среднем на 2,6 % в год.

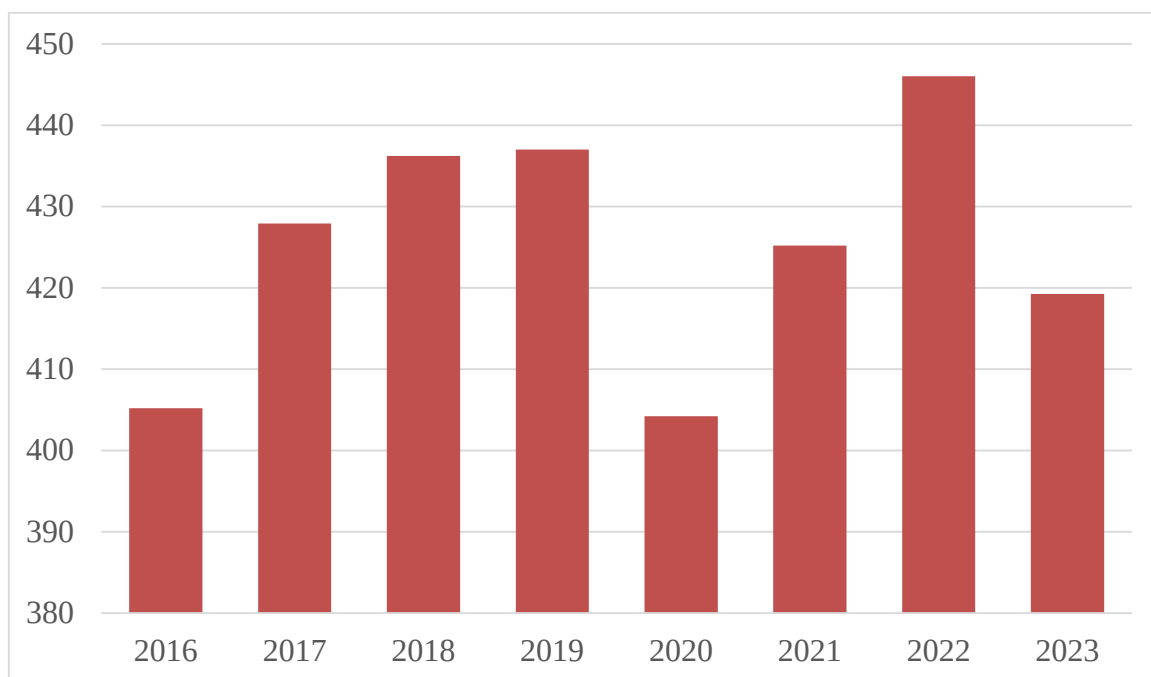


Рисунок 6 – Объем мирового производства мебели в 2016–2023 гг., млрд долл. [43]

В 2020 г. мировое производство сократилось на 32 млрд долл. по сравнению с предыдущим периодом. Основным фактором снижения уровня производства выступил перевод в связи со сложной эпидемиологической обстановкой части работников на удаленную работу, что привело к существенным изменениям спроса на офисные

пространства и, следовательно, офисную мебель. По оценке объем мирового производства мебели в 2021 г. составил 425,2 млрд долл. Мировой рынок мебели сократился с 446 млрд долл. в 2022 г. до 419 млрд долл. в 2023 г., что на 6 % меньше. Рост в 2021–2022 гг. можно объяснить восстановлением экономики после пандемии и резким увеличением потребительских расходов на мебель для дома и офиса.

В структуре мирового производства мебели в 2023 г. наибольший удельный вес занимает Азия (рисунок 7) (51,2 %), в границах которой находятся две из числа крупнейших стран-производителей офисной мебели – Китай и Индия (рисунок 8), на долю которых приходится 37,1 % и 11,8 % мирового производства соответственно.

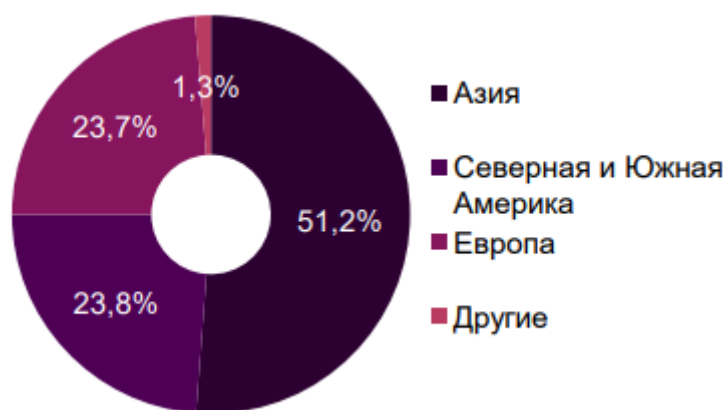


Рисунок 7 – Структура мирового производства мебели по регионам в 2023 г., % [27]

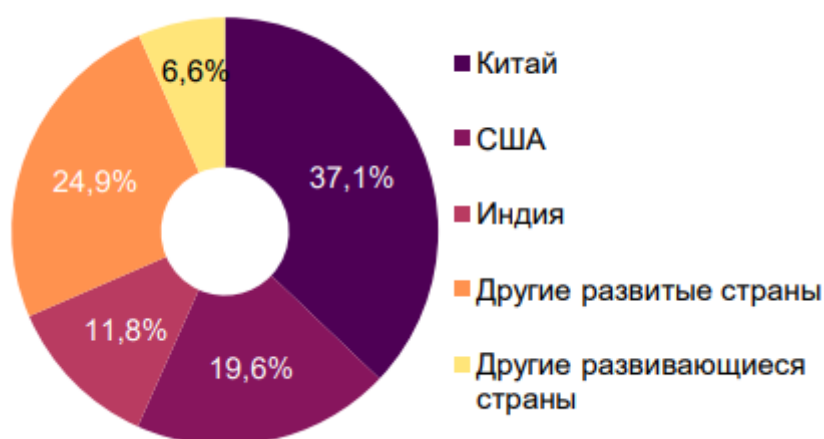


Рисунок 8 – Структура мирового производства мебели по странам в 2023 г., % [27]

Значительная доля мебели производится также в Америке (23,8 %), где размещается второе по объему производства офисной мебели государство – США (19,6 %). На Европу с крупными производителями из Германии, Франции и Италии приходится 27,3 % мирового мебельного производства.

За последние 5 лет континентальная структура производства офисной мебели потерпела значительные преобразования. Доля европейского рынка продолжает неуклонно снижаться, что объясняется как быстрым экономическим ростом в азиатских странах (удельный вес производства офисной мебели в Китае в общемировом возрос с 24 % в 2016 г. до 37 % в 2023 г.), так и тенденциями в Европе, когда потребители все больше предпочитают брать мебель в аренду, а не покупать ее.

Крупнейшими экспортерами в 2021 г. явились Китай, доля которого в структуре экспорта составила 37,4 %, Германия с показателем 7,4 %, Польша – 7,3 %, Вьетнам – 6,9 % (рисунок 9). Основные экспортные потоки в 2021 г. были сформированы по следующим направлениям: из Китая в США (1,4 млрд долл.), из Вьетнама в США (0,6 млрд долл.), из Мексики в США (0,5 млрд долл.).

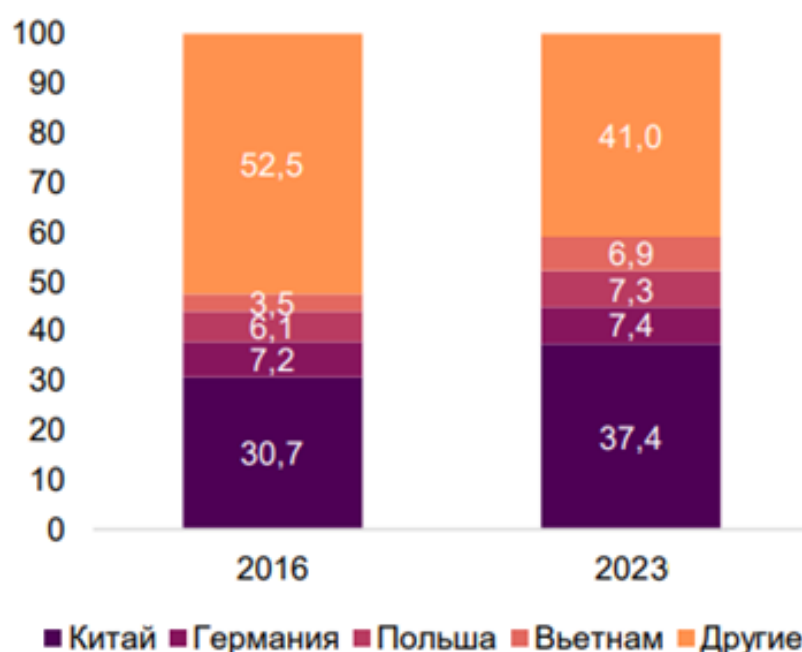


Рисунок 9 – Страны-экспортеры мебели в 2016 г. и 2023 г., % [36]

В 2023 г. основными импортерами, на долю которых пришлось свыше 54 % мирового импорта, выступили США с удельным весом импорта в мировом показателе 31,3 %, Германия – 10,4 %, Франция – 4,4 %, Великобритания – 4,2 % и Канада – 3,9 % (рисунок 10). Основные импортные потоки были сформированы следующим образом: в США из Китая (1,4 млрд долл.), в США из Мексики (0,6 млрд долл.), в Германию из Польши (0,3 млрд долл.).

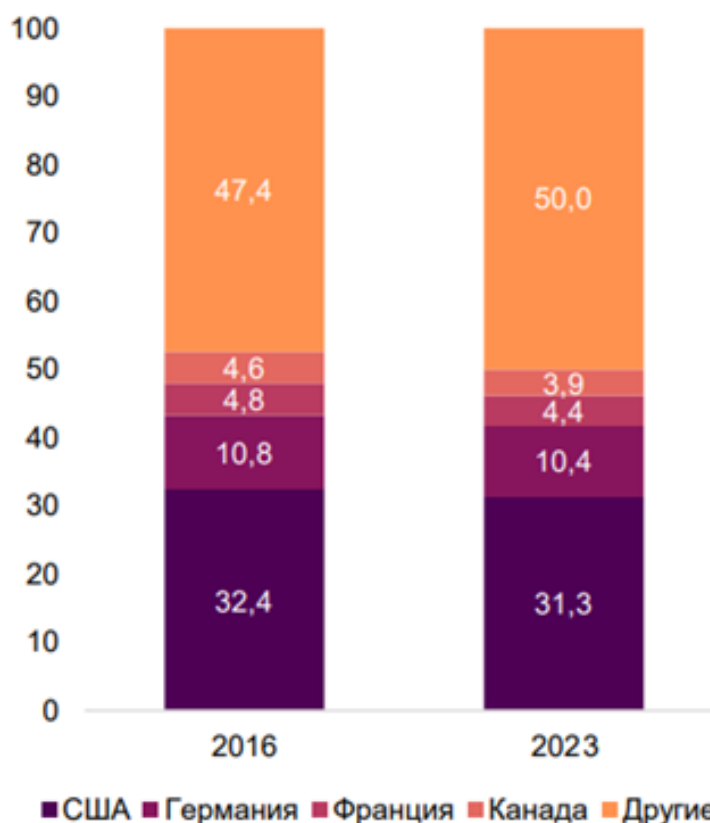


Рисунок 10 – Страны-импортеры мебели в 2016 г. и 2023 г., % [36]

Динамика импорта, основных стран-импортеров показана на рисунке 11. В течение многих десятилетий основным драйвером роста мирового производства мебели были Соединенные Штаты. Это огромный рынок – более 300 млн жителей со средним доходом в 35 тыс. долл. в год. США в настоящее время являются самым крупным импортером мебели в мире – около 40 млрд долл. в год.

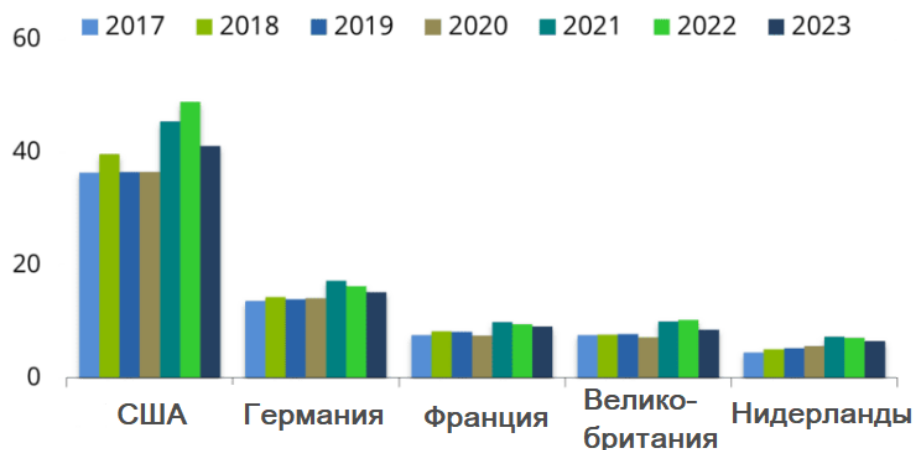


Рисунок 11 – Основные страны-импортеры мебели, млрд долл. [67]

Если рассмотреть мировой импорт офисной мебели как одной из самой динамичной категории за последние годы, то за 2023 г. он составил 11,1 млрд долл., сократившись по отношению к показателю прошлого года на 4,3 %.

Среднегодовой темп прироста импорта за 2016–2023 гг. составляет 4,4 % (рисунок 12). Доля импортируемой офисной мебели в совокупном объеме производимой – 16 %.

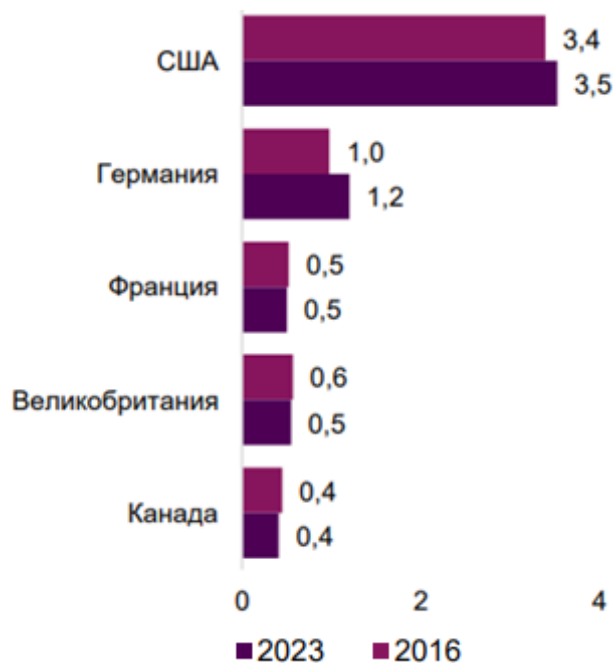


Рисунок 12 – Объемы импорта основных импортеров офисной мебели в 2016 г. и 2023 г., млрд долл. [63]

В 2023 г. средняя импортная цена офисной мебели оценивалась в 3,4 долл. за кг, что выше на 2,3 % по сравнению с 2021 г. Однако за последнее десятилетие импортная цена на офисную мебель оставалась относительно стабильной. Самая высокая импортная цена в 2023 г. зафиксирована в Великобритании (8,5 долл. за кг), в то время как цена в Китае была одной из самых низких (2,6 долл. за кг).

Объем мирового экспорта офисной мебели в 2023 г. составил 13,1 млрд долл., что на 1,5 % больше, чем в предыдущем году. Среднегодовой темп прироста экспорта за 2016–2023 гг. зафиксирован на уровне 6,5 % (рисунок 13). Доля экспорта офисной мебели в совокупном объеме ее производства составляет 20 %, при этом темпы прироста производства выше темпов прироста экспорта, что свидетельствует о росте внутреннего спроса на офисную мебель.

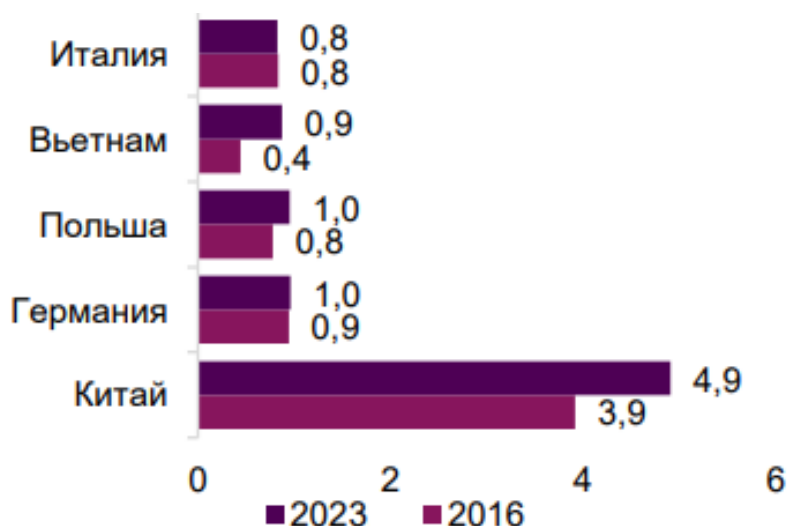


Рисунок 13 – Объемы экспорта основных экспортеров офисной мебели в 2016 г. и 2023 г., млрд долл. [63]

Экспорт, который всегда служил для немецких мебельщиков важной статьей доходов, снижается, стоимость внешних отгрузок мебели в 2023 г. составила 4,291 млрд евро, что соответствует снижению на 4,9 % в годовом исчислении. Продажи ушли в минус в большинстве европейских стран. Потенциал рынков ЕС снизился под влиянием СВО России на Украине, высоких цен на энергоносители и повышения курса евро. В рейтинге наиболее важных для немцев экспортных

направлений на первом месте по-прежнему Франция (с небольшим падением продаж на 3,1 %), за ней следуют Швейцария и Австрия. Экспортные потоки за пределы Европы развивались неравномерно. Экспорт в США в январе-июне упал на 11,5 % – во многом из-за значительного подорожания евро по отношению к доллару. Немного снизились (на 3,8 %) поставки в Китай. Объем экспорта в регион Персидского залива, напротив, внушал оптимизм. К примеру, продажи в Объединенных Арабских Эмиратах увеличились на 86 %. Таким образом, традиционный центр всего Ближнего и Среднего Востока показал самые высокие темпы роста среди наиболее важных экспортных рынков немецкой мебельной промышленности [39, с. 37].

Существовали значительные различия и в средних экспортных ценах для зарубежных рынков. В 2023 г. страной с самой высокой экспортной ценой была Германия (10,3 долл. за кг), в то время как средняя экспортная цена в Эфиопии была одной из самых низких (1,9 долл. за кг).

Наиболее важным фактором, стимулирующим рост мирового мебельного рынка, является то, что молодое поколение создает большой спрос на товары для дома. Растущий спрос удовлетворяется все большим количеством розничных интернет-магазинов, которые становятся популярными во всем мире. Спрос на домашнюю мебель наряду с офисной мебелью продолжает доминировать на рынке, и ведущие мебельные компании мира хорошо осведомлены об этих возможностях и извлекают выгоду из его динамики.

Такие компании, как *Wayfair Inc. (NYSE: W)*, *La-Z-Boy Incorporated (NYSE: LZB)*, *IKEA*, *Oppein Home Group* и *Jason's Furniture* стали ключевыми игроками на мебельном рынке (таблица 2) [14]. Они увеличивают свою долю на рынке, представляя многофункциональную мебель с инновационными функциями, такими как максимальное пространство для хранения, стильный и уникальный дизайн, настраиваемые продукты и другие продукты для экономии места. Помимо значительного спроса со стороны более молодого населения, другими факторами, влияющими на рост, являются растущий спрос со стороны азиатских стран, таких как Китай и Индия, и рост располагаемого дохода во всем мире.

Таблица 2 – Крупнейшие мировые мебельные компании на конец 2022 г. [54]

№	Наименование	Страна происхождения	Объём продаж в 2022 г., млн долл.
1	<i>IKEA</i>	Нидерланды	47 100
2	<i>Wayfair Inc.</i>	США	14 100
3	<i>Oppein Home Group Inc.</i>	Китай	13 500
4	<i>Jason Furniture</i>	Китай	11 020
5	<i>Shoprite Holdings Limited</i>	ЮАР	11 000
6	<i>Nitori Holdings Co., Ltd.</i>	Япония	5 900
7	<i>Williams-Sonoma, Inc.</i>	США	5 898
8	<i>La-Z-Boy Incorporated</i>	США	1 700
9	<i>Haverty Furniture Companies, Inc.</i>	США	748
10	<i>Roche Bobois S.A.</i>	Франция	274,7

Растущий спрос на мебель «сделай сам» (*DIY*) и готовую к сборке (*RTA*) также способствует дальнейшему росту рынка, особенно в сегментах мебели для дома и офиса, что помогает рынку регистрировать больше продаж по всему миру.

Другим важным фактором, способствующим этому росту, является растущий спрос на покупки в Интернете. Это также повысит рынок производства мебели, поскольку производители смогут продавать свою продукцию на гораздо более широкой платформе, чем раньше. Их клиентская база расширилась географически. Например, в Индии порталы электронной коммерции значительно увеличили продажи производителей мебели, предоставив им более широкий доступ к производителям, которые ранее были ограничены одним рынком. Некоторые ключевые производители воспользовались этой возможностью и зарекомендовали себя как многомиллионные предприятия в мебельном бизнесе.

Таким образом, за последние несколько лет мировой мебельный рынок пережил огромный рост. Независимо от того какая мебель необходима, роскошная или практичная, потребность в мебели всегда остается. На рынках всех видов мебели, таких как мебель для гостиной, люксовые бренды, офисная мебель, мебель для спальни и уличная мебель, наблюдается рост общего спроса. На долю жилого сектора приходится около двух третей общего спроса на мебель. Ожидается, что мировая мебельная промышленность вырастет в среднем на 5,2 % к 2024 г. Ожидается, что

рост жилищного и коммерческого строительства по всему миру и увеличение числа стратегических альянсов и партнерств будут стимулировать рост рынка.

2.2 Российский мебельный рынок и его структура

Отечественный рынок продажи мебели начал активное развитие в 2000–2008 гг. В 2009 г., в связи с финансовым кризисом, мебельная отрасль столкнулась с резким падением спроса. Сильнее всего пострадали производители мебели премиум-сегмента, мебели для офиса и предприятий торговли. В годы развития прирост в отдельных сегментах составлял 15 %, по итогам кризисного года, падение составило 7 %. Изменилась структура спроса. В связи с сокращением дохода населения и изменением потребительских предпочтений, увеличился процент мебели по более низким ценам. 2010 г. – объем рынка восстановился и достиг докризисной планки. Выросло внутреннее производство (рисунок 14), экспорт и импорт.

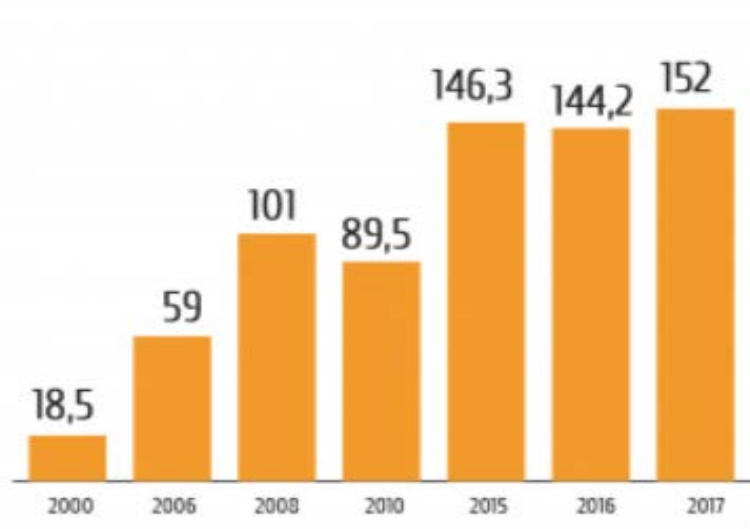


Рисунок 14 – Производство мебели в России, млрд руб. [44]

В 2011 г. прирост составил 11 % в сравнение с предыдущим годом. Повышение доходов граждан и увеличение новостроек хорошо сказались на мебельном рынке. 2011 г. – Россия вступила в ВТО (всемирная торговая организация). Это решение, которое благоприятно повлияло на российский рынок мебели. Ведь благодаря этому,

произошло поэтапное снижение пошлин на импортную мебель. В свою очередь, нелегальный импорт – подделки, также имели прирост около 7 % [29, с. 125].

2013–2014 гг. – объем рынка мебели рос с темпом 8–10 %. Сектор мягкой мебели опережал другие сегменты, за счет простоты производства. Производство мягкой мебели (диваны, матрасы и т.д.) не требует дорогого оборудования, и его реализация происходит в рамках региона. Это логично, т.к. не требует транспортных затрат. Да и не избежать конкуренции цен среди «местных» производителей. Другими словами, это нерентабельно.

В 2019 г. объем российского рынка мебели составил 212,3 млрд руб., на 12 % больше, чем в 2018 г. А объем экспорта в 2019 г. составил 431,7 млн. долл., на 6 % больше, чем в 2018 г. В 2019 г. экспорт мебельной продукции из России увеличился на 6 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года [45].

В 2019 г. экономические процессы стали замедляться, а 2020 г. поставил с ног на голову буквально все направления бизнеса. Годовая динамика производства мебели снизилась до критических показателей. Особенно тяжелой оказалась ситуация в тех отраслях, которые не называли «жизненно важными». Как и 2009 г., начало 2020 г. особенно ударило по производителям мебели премиум-сегмента, мебели для офиса и мебели для предприятий торговли. Надо сказать, что подобная ситуация в это время складывалась и в Европе: например, в Германии были закрыты все мебельные ретейлеры, а в Италии – и производства.

В России в результате пандемии в первую очередь пострадали те производители, кто осуществлял продажи через торговые сети и поставлял мебель в зарубежные страны. Мебельный сектор пострадал больше других. Однако, когда Минпромторг подвел итоги 2020 г., падение оказалось всего на несколько процентов (рисунок 15). Скорее всего, это вызвано катастрофически нулевым апрелем, а I квартал при этом демонстрировал рост на 20 %.



Рисунок 15 – Динамика рынка мебели в России, млрд руб. [36]

В прошедшем 2023 г. производство мебели в России достигло объема в 66,7 млн единиц товаров (+33 % относительно 2022 г.), что является рекордной отметкой для отечественной отрасли с 2005 г. В денежном же выражении рост от года к году составил 23 % – до 438 млрд руб. (рисунок 16). Такие данные приводит Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности (АМДПР).

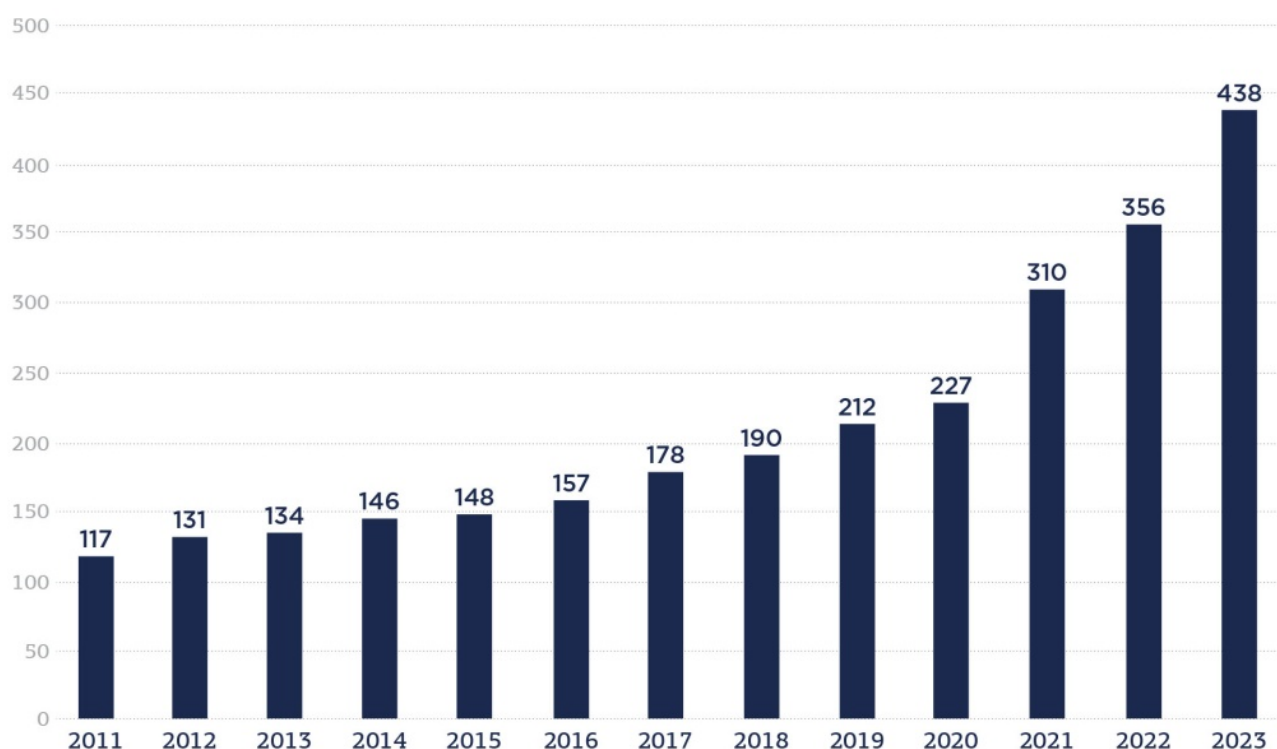


Рисунок 16 – Производство мебели в России 2011–2023 гг., млрд руб. [42]

Рекордные показатели 2023 г. во многом объясняются вводом в эксплуатацию жилых новостроек и, как следствие, увеличение спроса на мебель. Причем, часть новых помещений обустраивают под ключ, что также позволяет удерживать спрос на мебель на относительно высоком уровне. Повышенный спрос существует не только на мебель для жилых помещений, но и помещений государственных структур. Так, за январь-май 2023 г. их траты на закупку увеличились на 49 % относительно аналогичного периода 2022 г.

Производство мебели в России по ключевым категориям за последние семь лет показывает, что с 2018 г. объем производства в натуральном выражении стабильно рос (рисунок 17).



Рисунок 17 – Производство мебели в России по основным категориям в 2017-2022 гг., тыс. шт. [42]

Хорошую динамику показал 2021 г.: тогда выпуск шкафов для кухонь, спален, гостиных и столовых увеличился на 32 % – с 8,2 до 10,8 млн единиц. Производство же деревянных кроватей возросло на 31 %, кухонных столов – на 23 %, диванов и кушеток с деревянным каркасом – на 22 %. Очевидно, что на следующий (2022 г.) производство по всем упомянутым категориям сократилось. Российский рынок

покинул ряд иностранных мебельных компаний, в частности, шведский гигант *IKEA*, датская сеть *Jysk*, *Zara Home*. *IKEA* занимала 20 % российского рынка, а локализация производства достигала 50 %. В результате приостановили работу (а в дальнейшем сменили собственника) четыре фабрики сети в России, а также трудности с реализацией товара возникли у десятков российских партнеров шведской компании, которые производили товары для сети [8, с. 39].

Однако к 2023 г., по данным экспертов отрасли, 85 % мебельного рынка, который занимала *IKEA*, заняли отечественные компании. Это как те предприятия, которые раньше выступали поставщиками сети (фабрики *Novus Industry*, *Mebelain*, *Delcom* и их бренд «Гуд Лакк»), так и новые игроки в сфере (*Zebra Home*, собственные бренды «Яндекс Маркета, в частности *Pragma*), выпускающие не только мебель, но и текстильную продукцию. Оставшаяся же доля в 15 % приходится на иностранных игроков. Среди них – *Swed House* из Беларуси, а также турецкие сети *Kelebek* (вышла на российский рынок в 2023 г.), *Karaca Home*, *Madame Coco* [7, с. 57].

По данным на 2023 г., почти треть мебельного производства в России приходится на шесть регионов: Московскую (12 %), Пензенскую (9,2 %), Владимирскую (8,1 %), Нижегородскую (4,1 %), Саратовскую области и Краснодарский край (рисунки 18). При этом первые три области в ближайшие годы могут еще больше нарастить объемы производства мебели. Так, по итогам 2023 г. главным мебельным регионом России стала Пензенская область. В области работает свыше 226 мебельных фабрик.

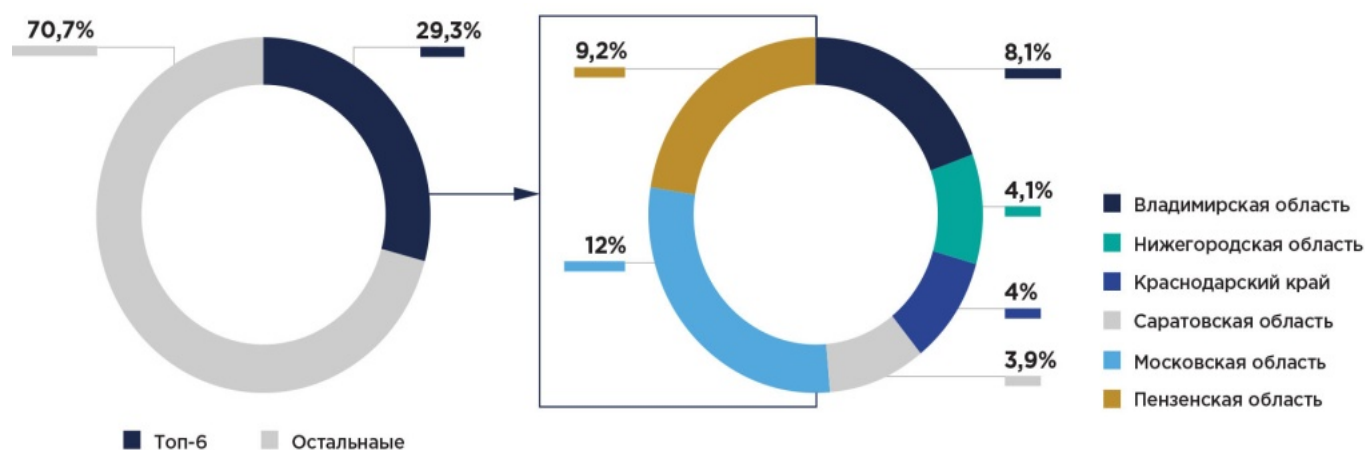


Рисунок 18 – Регионы-лидеры по производству мебели в 2023 г. [42]

По данным АМДПР, на Пензенскую область приходится 4,5 % от общего объема занятых в мебельном производстве в стране (с учетом того, что в общем в экономике России занято 0,8 %). Для сравнения на Санкт-Петербург приходится 4,4% занятых в сфере производства мебели. И предполагается, что Пенза (находящаяся в ПФО) способна и дальше наращивать эти объемы [47, с. 38].

Помимо рабочей силы Пензенская область наращивает и закупку техники для производства мебели, то есть расширяет производство. Так, за январь-май 2023 г. объем сделок составил 615 млн руб. В 2022 г. регион закупил станков на 548 млн руб. Помимо этого, активно закупает технику еще и Московская область, а также Южный федеральный округ.

Основными факторами развития внутреннего производства являются увеличение объемов жилищного строительства и увеличение доли уже меблированных квартир и апартаментов. Частичная или полная меблировка становится все популярнее, так как она оказывается дешевле, чем в магазинах, поскольку производители отгружают застройщикам мебель по оптовым ценам. Существенную роль сыграло и установление пониженной ипотечной ставки, поскольку при покупке жилья как первичного, так и вторичного, следует обустройство новой квартиры. Несомненно, положительно сказался на отрасли введенный в 2017 г. запрет на закупки импортной мебели для государственных нужд бюджетных организаций, который освободил значительную нишу для российских производителей.

С 2021 г. было введено ограничение закупок и для госкорпораций, минимальная доля закупок мебели российского происхождения в госзакупках крупных компаний и корпораций установлена на уровне 75 % от общего объема. В будущем ожидается неоднозначная ситуация. Поскольку основной спрос на мебель формируется населением, объемы производства в большей степени будут зависеть от реальных доходов населения и объемов ввода жилья. При этом по оценкам Минстроя ожидается дальнейший рост объемов жилищного строительства, однако по прогнозам самих застройщиков объемы ввода жилья могут снизиться [5, с. 62].

В структуре российского производства лидирующие позиции занимает вид «Деревянная мебель для спальни, столовой и гостиной», на этот сегмент приходится более 31 % (рисунок 19).



Рисунок 19 – Структура производства мебели в 2023 г.[45]

Более 16 % приходится на кухонную мебель, более 10 % – металлическую мебель для офисов.

Также наиболее популярным и успешным сегментом производства является – мебель для кухни. Импортiringование комплектующих для фасадов был из Германии, Италии и Испании. Благодаря импорту комплектующих, цены готовой кухонной мебели были дешевыми в отличие от европейских производителей. С точки зрения производителей, наиболее сложным сегментом рынка – является корпусная мебель для спален и гостиных комнат. Для ее изготовления необходимо большое количество различного дорогого оборудования. Однако, корпусная мебель из России качественная и знаменита на европейском рынке, за счет доступных цен и экологичности [16, с. 60].

Многие крупные российские производители мебели закупили зарубежное оборудование и тем самым, сосредоточили на себя весь производственный цикл.

Мелкие организации занимаются сборкой. И они проигрывают производителям. Им приходится делать ставку на маркетинг и оригинальный подход в отношении клиента. Мебельные компании работают с импортными комплектующими, что значительно повышает цену и делает ее неконкурентоспособной. Отечественных производителей, которые делают комплектующие высокого качества попросту нет [15, с. 214].

На сегодняшний день, в России процветает жестокая конкуренция на мебельном рынке. В каталоге «Мебель России» представлено свыше 14 тыс. компаний, которые работают на российском рынке мебели, из них 5 тыс. являются производителями. Общее число зарегистрированных мебельных организаций приближается к 25 тыс.

Мебельный рынок состоит из двух секторов, а именно – мебельные рынки общественных зданий и рынки бытовой мебели. Небольшие мебельные компании постепенно исчезают не только из-за кризисных изменений, но и, если самостоятельно не развивают собственную базу производства. Учитывая то, что между собой они обладают высокой конкурентоспособностью по цене, потому что налоги и аренда помещения понижены и не обходится им в несколько млрд рублей. Но в сравнении качества они уступают крупным производствам и не выдерживают конкуренции.

В малонаселенных городах уже меньше сетевых магазинов или их и вовсе нет. Отсутствует доставка, меньше центров мебели и в результате выбор покупателя ограничен. Для успешной долгосрочной работы особенно в мебельном производстве требуется иметь инвестиции на создание товарных запасов, чтобы закупать и хранить на складе ткани и комплектующие в ассортименте [20, с. 191].

Таким образом, среди трендов развития мебельного рынка в России можно выделить, что рост расходов населения на крупные покупки продолжится, но, безусловно, более сдержанными темпами, потому что уже реализовано много в этом году и в конце 2020 г., но тренд всё равно будет иметь продолжение с замедлением. Также будет продолжаться тренд на обустройство загородной недвижимости и покупку садовой и дачной мебели. Среди стоп-факторов и опасений участников рынка выделяются падение реальных располагаемых доходов населения, и снижение

покупательской способности у всех категорий аудитории. Рост цен как фактор отложенного спроса тоже окажет влияние, всё равно на рынке будет присутствовать та часть аудитории, которая в условиях роста цен будет откладывать крупную покупку. Конкуренции со стороны иностранной продукции всё равно продолжится, так как рынок мебели является импортозависимым, и до 40 % рынка в натуральном выражении всё-таки импортируется в настоящее время.

2.3 Россия на мировом рынке мебельной продукции

Адаптация к новым экономическим условиям во всех отраслях происходит по-разному. У некоторых производителей мебели в России она выражается только в смене логистических путей, а у некоторых – в смене сырья. Что бы ни происходило в мире, остаются дизайнерские мебельные тренды и тенденции в нише жилищного строительства, под которые неизбежно подстраиваются и функциональные, и лицевые решения. Россия на мировом рынке мебельной продукции является импортером различных комплектующих и в ассортименте многих поставщиков происходит перераспределение продукции зарубежных производителей, включаются новые позиции, появляются новые запросы от мебельщиков.

Выручка от экспорта мебели из России в 2022 г. сократилась на 35 % год по сравнению с предыдущим годом и составила 29,5 млрд руб. В 2021 г. Россия экспортировала 13% всей произведенной мебели, в 2022 г. – в два раза меньше (рисунок 20).

Ключевые параметры	Ед. изм.	2019	2020	2021	2022	2022/2021
В ценах производства/импорта/экспорта						
Производство	млн руб.	227 589	249 589	368 346	397 799	8%
Импорт	млн руб.	129 020	139 727	183 777	105 871	-42%
Экспорт	млн руб.	29 251	33 145	48 136	31 318	-35%
Рынок	млн руб.	327 358	356 171	503 987	472 352	-6%
Доля импорта	%	39%	39%	36%	22%	
Доля экспорта	%	13%	13%	13%	8%	

Рисунок 20 – Динамика внешней торговли России на мебельном рынке [58]

Европейские рынки по-прежнему закрыты для российских производителей. Отечественные мебельщики продолжают работу по выходу на другие рынки, но пока мы не смогли заместить ими тот объем, который мы раньше поставляли в европейские страны. Экспортные партнеры из Европы полностью остановили закупки с апреля 2022 г., в течение 2023 г. но увеличили экспорт в страны Ближнего Востока и в страны СНГ, данный рост не восполнил утраченные объемы европейских партнеров.

Объем экспорта в натуральном и стоимостном выражении продолжает падать второй год подряд (рисунок 21). Безусловно, восстановление возможно только при полной отмене санкций со стороны западных стран, что не предвидится в ближайшее время. Так, рынок будет вынужден сфокусироваться на производстве для внутреннего потребления и переориентироваться также на поставки в страны Ближнего Востока, СНГ и Азии.



Рисунок 21 – Динамика экспорта мебели [57]

В российском экспорте ведущим покупателем является Казахстан, причем в последний год его объем закупок мебели российского производства вырос существенно, превысив 170 млн долл. также среди основных покупателей – потребители мебели из Беларуси и Германии (суммарно более 100 млн долл.) (рисунок 22). В экспорте явных сезонных ценовых трендов не наблюдалось за последние 5 лет. В 2021 г. цена экспорта стала расти.

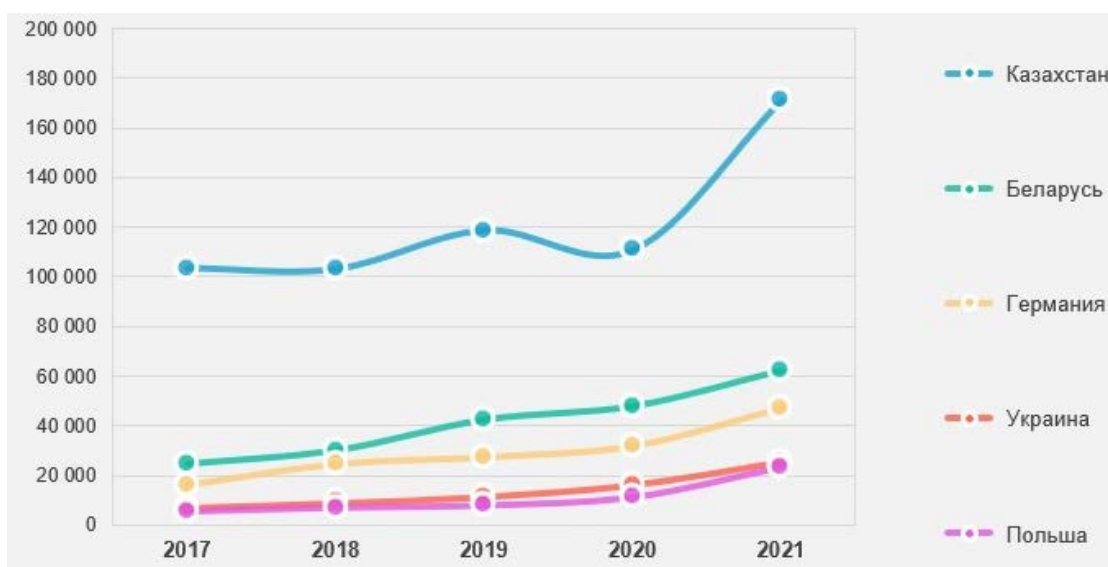


Рисунок 22 – Динамика мебельного экспорта в России по ведущим странам в стоимостном выражении, тыс. долл. [27]

Ключевую роль в формировании российского мебельного импорта занимает китайский сегмент. К тому же за 5 лет он вырос в 2 раза, превысив 550 млн долл. или 16 млн шт. в количественном выражении. Мебель из Поднебесной в целом относится к эконом-сегменту, средняя цена китайского импорта почти в 2 раза ниже средней цены по России и в разы/десятки ниже цены мебели из США, Германии, Италии, Южной Кореи (рисунок 23 и таблица 3).

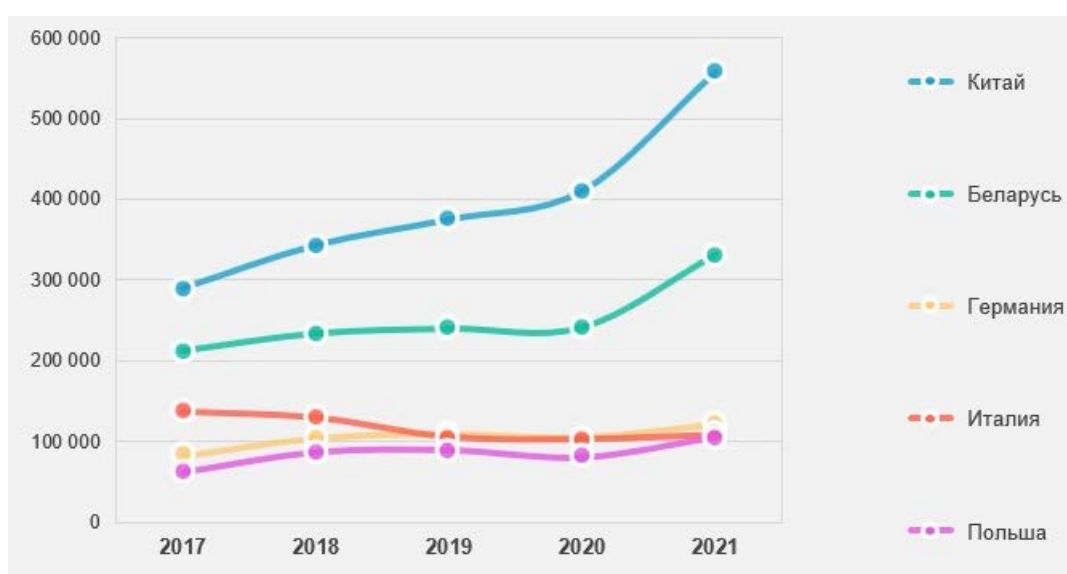


Рисунок 23 – Динамика мебельного импорта в России по ведущим странам в стоимостном выражении, тыс. долл. [37]

Таблица 3 – Основные страны-импортеры мебели в Россию по итогам 2023 г. [46]

Страна	Объем импорта (млн долл.)	Доля (%)
Китай	670,7	44,44
Белоруссия	354,2	23,47
Италия	130,7	8,66
Германия	94,4	6,25
Турция	62,8	4,16
Другие страны	200,9	13,02

На втором месте по импортным поставкам – белорусская мебель [49, с. 105], продажи которой в России в 2023 г. составили более 350 млн долл. На третьем месте примерно одинаковые поставки (немного больше 100 тыс. долл.) из Германии и Италии.

На импортном рынке мебели наблюдается сезонный тренд – цены минимальные в начале года и существенно вырастают к концу года, причем в рамках каждого года рост составляет существенные 40–70 %. К январю каждого следующего года цена импорта опять резко падает.

Мебельная отрасль вообще была в импортном отношении самая насыщенная и тащила практически все материалы из европейских стран. В мебели у иностранцев всегда были хорошие позиции: дизайн из Италии, материалы – тоже из Италии, они даже немцев перебили, которые доминировали на российском рынке до определённого времени.

Мебельная отрасль России сильно зависит от импорта лакокрасочных материалов (ЛКМ) и в очередь к отечественным производителям лаков и красок мебельщики не выстраиваются. Но пятый пакет санкций от Евросоюза, запрещает экспорт в Россию красок и лаков с июля 2022 года и это стало критично для мебельной отрасли.

Необходимо подчеркнуть, что ведущие игроки сегмента ЛКМ специально развивали дублирование сырьевых потоков и диверсифицировали поставки сырья из-за рубежа. Например, параллельно с европейскими сырьевыми компонентами закупали более дешёвые китайские. Сначала у китайцев качество было низкое, но потом его подтянули. Убедительный пример – двуокись титана, без которой не обойтись. Раньше её получали только из Америки и Европы, а сейчас продукт

поставляют в Россию преимущественно китайские производители. Кроме того, в апреле 2022 года перезапустили «Титан» – предприятие в Крыму, которое является единственным производителем диоксида титана в России и крупнейшим в своём профиле на территории Восточной Европы. Когда-то «Титан» экспортировал продукцию в десятки зарубежных стран, сейчас работает полностью на нужды внутреннего рынка. На завод пришли инвесторы, готовые вкладываться в глубокую модернизацию мощностей. Это крупный и значимый проект.

Проблема сырьевой зависимости решалась и ранее, но сейчас диверсификация пойдёт ещё быстрее. Появляются возможности сочетать сырьевые потоки: пускай будет часть китайского сырья, часть турецкого, часть нашего. Растворители можно применять отечественные. Акриловые смолы в России не выпускались, а теперь их выпускают. Нет сейчас изоцианатов из Европы, но есть китайские, которые и раньше поставлялись, но как раз в последнее время начался существенный рост поставок [48, с. 46].

Импортозамещение в лакокрасочной отрасли России не получается потому, что с тех пор, как российское правительство открыло двери для иностранцев, мы просто потеряли некоторые отрасли. Сейчас заметно, что это было недальновидно и даже экономически небезопасно. В последние 5–10 лет, к счастью, эта промышленность потихоньку возрождается.

Еще одной сферой мебельного производства, зависящей от импорта, является использование иностранного оборудования. Ситуация с поставками оборудования в настоящее время не так уж критична. Напрямую под запрет попали только отдельные обрабатывающие центры (как оборудование двойного назначения), но и здесь есть решения. В основном сложности с поставками возникают от того, что европейские правила последние месяцы постоянно меняются, а продавцы зачастую перестраховываются. Но ведущие игроки на рынке мебельного и деревообрабатывающего оборудования уже нашли альтернативные каналы поставок и тестируют их, чтобы понять цену и сроки логистики [4].

Похожая картина с программным обеспечением (ПО) для оборудования: формально нельзя, но варианты как «можно» существуют. Возможно снятие

ограничений на лицензированное ПО ушедших разработчиков, активное выделение грантов на развитие отечественного программного продукта.

И, конечно же, на российском рынке продолжится экспансия азиатских машиностроителей – оборудование из Азии продолжает завоевывать внимание наших пользователей. Но если станки покупают планоно и на долгий срок, то свёрла, фрезы, пилы и прочий инструмент требуются постоянно. В условиях ограничения на ввоз из ряда стран некоторых номенклатур, а также в связи с уходом с российского рынка отдельных европейских поставщиков вопрос оснащения инструментом встал довольно остро. Конечно, есть ещё такое понятие как двойной импорт, но он повышает цену на инструмент и увеличивает сроки поставки. Китайские производители в этой сфере не помощники, поскольку во многом ориентируются на Европу и Америку. Вся надежда – на импортозамещение [9, с. 58].

А вот с импортозамещением комплектующих и фурнитуры всё не так оптимистично. Отечественных производителей единицы и то лишь по части требуемых номенклатур. Организация таких предприятий – вопрос не одного месяца и даже года, кроме того, если европейские бренды вернутся, то потребитель выберет их, а не российского производителя. И потому вопрос с локальным производством можно закрыть [5, с. 62].

Мебельная отрасль России всегда зависела от импортной фурнитуры, и анализ поставок мебельной фурнитуры в настоящее время всегда рано или поздно переходит на обсуждение перераспределения доли стран-производителей. Ведь подавляющая часть фурнитуры на российском рынке – импортная. Безусловно, сегодня значительный процент на себя «перетянули» восточные решения. Однако европейские комплектующие за долгое время настолько «укоренились» на нашем рынке, что полностью исчезать не спешат. Хотя и здесь нужны уточнения. Изменения логистики при закупках импортных материалов и компонентов не сказались на сроках изготовления мебели: в пандемию некоторые компании приняли решение поддерживать на складах трёхмесячный запас сырья и комплектующих.

Глобально на рынке ощущается уход только одной компании – австрийской Blum. Учитывая, что ситуация была крайне сложно прогнозируемой, остальные

игроки не были готовы к сильному росту цен на мебельную фурнитуру сегмента «средний плюс» и премиум. По многим позициям спустя год дефицит наблюдается до сих пор. Это привело к перераспределению продаж между оставшимися европейскими брендами: *Hettich*, *Salice*, *Samet*, *Titus* и др.

Около 10–15 % на себя забрали китайские торговые марки, еще около 5 % – турецкие позиции. Однако расширение пула поставщиков по товарным направлениям проведено не с целью замены, а для перекрытия возможных задержек, связанных с доставкой от традиционных для России партнёров из Китая, Германии и Италии. Например, несмотря на сложности, в 2022 году мебельные компании нарастили сотрудничество по комплектующим для мебели высокого ценового сегмента с ключевым европейским партнёром, компанией немецкой компанией *Hettich*. Так как некоторые ушедшие иностранные бренды были особенно сильны в своей специализации, это отчасти привело к перераспределению не только стран-производителей, но и продуктовых решений в производстве мебели [8, с. 40].

Замена ушедшим европейским брендам есть, но необходимо понимать, что компании Китая и Турции, уже присутствующие или выходящие на российский рынок, предлагают фурнитуру либо дешёвую, либо качественную. Совместить эти свойства пока, увы, не получится. Хотя это – вопрос времени: замена ушедшей Европе обязательно найдётся.

Глава 3 Особенности и перспективы мирового рынка мебели

3.1 Влияние пандемии на мировой мебельный рынок

В странах мира в связи с эпидемией коронавируса произошли изменения на мебельном рынке. В Германии принудительно закрыли розничные магазины мебели, а в Италии и вовсе закрыли производства, которые изготавливали мебель. В Италии наблюдается рост продаж мебели в *e-commerce* на 25 %, а также заметно увеличение спроса на 12 % – при снижении количества предложений. В Германии снизилась доля покупки импортной мебели на 37 % в пользу местной. Здесь также наблюдается рост продажи мебели в *e-commerce* – на 20 % (приложение Б). В целом с апреля 2020 г. падение офлайн-продаж за короткое время составило 95 % [42].

Крупнейшим мебельным онлайн рынком в течении последний трех лет остаются США (рисунок 24). Китай занял второе место, доходы от электронной розничной торговли мебелью достигли примерно 45 млрд долл.

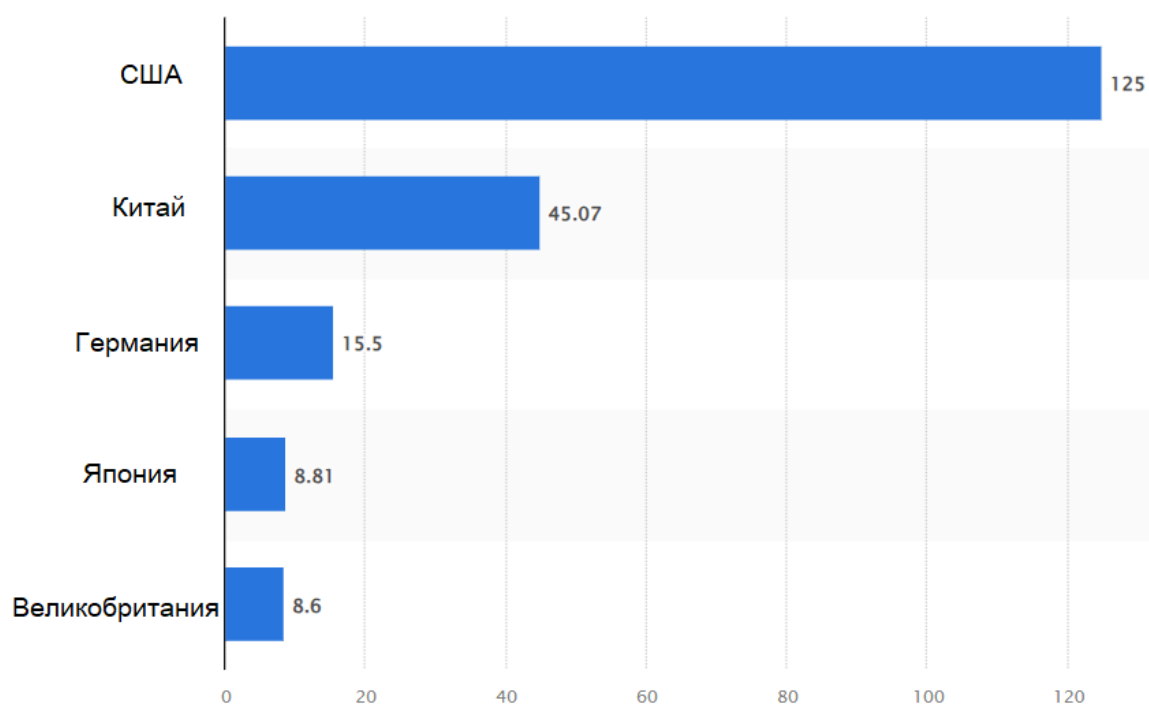


Рисунок 24 – Крупнейшие онлайн рынки мебели в 2023 г., млрд долл. [60]

На рынке электронной коммерции мебели наблюдается значительный рост, обусловленный растущим предпочтением онлайн-покупок и удобством, которое они предлагают. Благодаря разнообразию ассортимента, стилей и ценовых категорий потребители теперь имеют доступ к широкому выбору, не выходя из дома. Такие крупные игроки, как *Wayfair*, *IKEA* и *Amazon*, доминируют на рынке, используя удобные интерфейсы и инструменты дополненной реальности для улучшения опыта онлайн-покупок. В отрасли наблюдается всплеск брендов, ориентированных непосредственно на потребителя, продвигающих уникальный дизайн и устойчивые методы.

Всплеск электронной коммерции и цифровая трансформация меняют способы покупки и продажи мебели. Онлайн-платформы предлагают потребителям удобный способ изучить, сравнить и приобрести мебель, не выходя из дома. Этот сдвиг привел к переоценке маркетинговых стратегий с повышенным акцентом на цифровое присутствие, виртуальные выставочные залы и возможности дополненной реальности.

Глобальная пандемия *COVID-19* была беспрецедентной и ошеломляющей, при этом спрос на рынке оказался ниже, чем ожидалось, во всех регионах по сравнению с уровнями, существовавшими до пандемии. Внезапный рост рынка, отраженный повышением CAGR, объясняется ростом рынка и возвращением спроса к допандемическому уровню [61].

Пандемия *COVID-19* существенно повлияла на рост рынка электронной торговли мебелью, вызвав резкий рост онлайн-покупок мебели, поскольку карантин и меры социального дистанцирования приковали потребителей к их домам. В связи с повышенным вниманием к обустройству дома и организации удаленной работы возрос спрос на мебель и предметы декора. Сбои в цепочках поставок и производственные проблемы изначально создавали препятствия, но отрасль адаптировалась, сделав упор на цифровые технологии, бесконтактную доставку и виртуальные консультации.

Пандемия была глобальным экономическим потрясением для мебельной отрасли. Не все компании смогли пережить эту катастрофу. Европейские мебельные

СМИ проявляют интерес в этой теме и также стараются оказать помощь. Журнал «Möbelkultur» в 2020–2021 гг. публиковал материал, который касается основных проблем мебельной индустрии и нынешней обстановки этого вида деятельности. Их целью является – помочь сплотиться и дать высказаться отраслевым лидерам [43].

Современная экономическая ситуация складывается таким образом, что с окончанием карантина многие работники так и останутся на «удаленке». Работодатели видят, что современные средства коммуникации позволяют наладить взаимодействие распределенных команд, и наверняка продолжат эту практику. При всей сложности для мирового рынка в целом, такое положение дел открывает для предпринимателей, работающих на рынке фит-аута и производства мебели, новые ниши (рисунок 25) [33].



Рисунок 25 – Основные тенденции на мебельном рынке в пандемийный период [составлено автором по 33]

Мебель для домашнего офиса – многие «удаленные» сотрудники уже поняли, что работать за кухонным столом, в общей гостиной или лежа в кровати, неудобно и непродуктивно. При этом стандартные офисные модели столов и стульев плохо вписываются в домашний интерьер. Поэтому мы решили в оперативном порядке разработать варианты мебели специально для домашнего офиса. В частности, это

будут смарт-столы со встроенными розетками, системными блоками, как в офисе. Но по материалу, текстуре они будут хорошо сочетаться с уютным интерьером гостиной или спальни. Думаю, этот продукт будет востребован сейчас, в кризис.

Коворкинги у дома – еще один выход для тех, кого работодатель оставит на удаленке и еще одна ниша, которая будет развиваться в ближайшем будущем. Коворкингом может быть небольшое помещение в жилой застройке, на первом этаже. Думаю, для владельцев помещений это может быть интересным и востребованным бизнесом. В свою очередь для нас, как поставщиков услуг фит-аут, это тоже является перспективным направлением [11].

Мебель в лизинг – в ситуации сокращения доходов – оптимальный вариант для предпринимателей, желающих обновить, трансформировать свои коммерческие пространства. Для производителей мебели – перспективный вариант реализации товара. В целом, мебельные компании стараются сохранить активность, даже инвестируют в новые направления. Кроме того, для покупателей мебели, особенно ритейлеров, пауза, связанная с пандемией, – это возможность спланировать изменения, которые сложно проводить параллельно с операционной деятельностью.

С началом пандемии коронавируса весной 2020 г. Крупнейшему мировому ритейлеру *IKEA* пришлось закрыть многие магазины по всему миру. Экономические сложности вынудили в 2021 г. компанию начать осваивать рынок подержанной мебели. Покупателям предложили не только покупать, но и продавать использованную мебель, в том числе с обменом на новую. В октябре 2021 г. руководство компании рассказало о дефиците товаров, связанном с нарушением цепочки поставок товаров из-за коронавируса. Эти же причины вынудили компанию повысить цены на товары примерно на 9 %. В тоже время за 2020 г. *Inter IKEA Systems B.V.*, известный розничный продавец мягкой мебели, сообщил о 43 % росте своих онлайн-продаж предметов мебели по всему миру [25].

В России проблемы на мебельном рынке начались позже. В марте 2020 г. все компании России были поставлены в рамки и могли принять решение сами. Так получилось, что отраслевые центры и торговые предприятия приняли два противоположных решения. Одни решили дождаться сроков окончания пандемии и

потом продолжить свою деятельность, а другие – не прекращать работу вовсе. Однако, после объявления о «самоизоляции», стало уменьшаться число компаний, которые хотели переждать пандемию. Сильно пострадали фабрики, т.к. они лишились торговых сетей по всем городам.

Объем продаж в интернете резко сократился из-за закрытия офлайн-точек. Эксперты отметили, что онлайн-ресурсы в этой области работают гораздо эффективнее в купе с офлайн-салонами. Нужно учитывать, что многие российские фабрики сильно зависимы от зарубежного рынка сбыта. Были заморожены поставки в Германию, Нидерланды и другие европейские страны. Завис рынок сбыта в Казахстане, который потреблял наибольшие объемы российской мебели [21].

Мебельное производство – это одно из важнейших направлений России. В последнее время, производственные емкости упали и продолжают в том же духе, что негативно сказывается на мебельной промышленности. За первое полугодие 2020 г., годовая динамика производства снизилась до критических показателей рынка, сократившись на 80 %. Эксперты прогнозировали снижение производства еще на половину от имеющегося показателя. Полное отсутствие рентабельности не позволяет начинать мебельный бизнес условно в ноябре 2020 г. Очевидными причинами являются:

- снижение доходов и как следствие покупательской способности, люди вынуждены экономить;
- последствия пандемии;
- экономический кризис [13, с. 12].

В условиях кризиса, многие обеспеченные люди отложили планы на крупные траты, пока не стабилизируется экономическая ситуация. Это напрямую относится к расходам на покупку новой квартиры, ремонт и приобретение мебели. По статистике ФОМ, треть россиян считает, что пандемия не лучшее время для крупных покупок (рисунок 26).

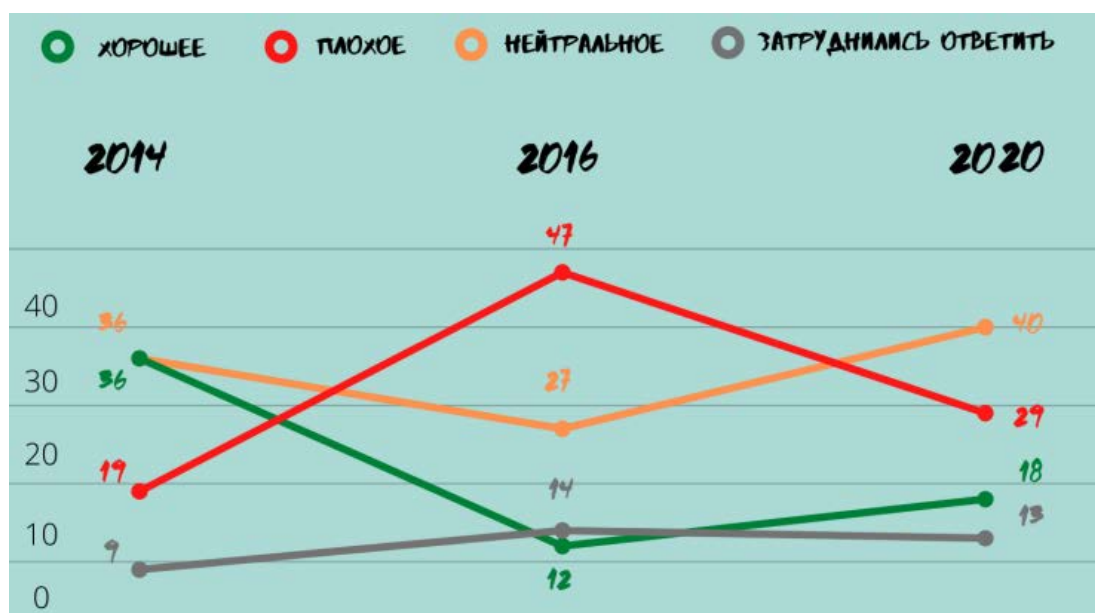


Рисунок 26 – Результаты опросов ФОМ по совершению крупных покупок [4]

Еще до начала 2020 г. отрасль уже имела проблемы, которые усугубил кризис. Повысился процент импортированной мебели на российском рынке. В 2014 г. объем импорта иностранной мебели составил 58 %. В 2018 г. показатели сократились до 39 %. Сегодня объем импортной мебели составляет около 44 %, учитывая высокое качество российской мебели.

В 2022 г. российский *e-commerce* наряду с 2020 и 2021 гг. продолжает расти значительно быстрее традиционной розницы и впервые занимает лидирующее место среди каналов продаж мебели по мнению опрошенных российских покупателей.

Основным драйвером рынка является переток потребителей из розницы в онлайн. Начало бурного роста данного канала произошло в условиях режима самоизоляции и закрытия физических магазинов в период начала пандемии COVID-19. Интернет оказался для россиян основным каналом покупки многих категорий товаров, что ускорило рост аудитории *e-commerce* (рисунок 27). После окончания основных карантинных ограничений в 2021 г. темпы прироста рынка только ускорились, поскольку покупатели оценили быстроту и удобство онлайн-заказов, в сравнении с покупками в офлайн формате.



Рисунок 27 – Основные каналы покупки мебели в России в 2021–2022 гг. [26]

Мебельная промышленность России в основном приходится на малые предприятия, которые не обременены кредитными обязательствами, но при этом не обладают значительными финансовыми ресурсами. После объявления пандемии большая часть предприятий, включая производство и продажу мебели, приостановила свою деятельность. Мебельной отрасли в 2020 г. не оказывалась государственная поддержка [10, с. 252].

В Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР) считают, что отрасли требуется поддержка государства для отечественных производителей мебели. АМДПР хотели-бы добиться запрета на приобретение иностранной мебели для государственных учреждений и муниципальных предприятий. Однако, с такой позицией не согласно внушительное количество игроков рынка. В статистических данных не учитываются малые предприятия, которые составляют 15 % от общего количества компаний, исходя из этого показатели российской продукции должны быть выше [17, с. 200].

Значительным сдерживающим фактором в мебельной промышленности является постоянная угроза сбоев в цепочке поставок. Такие события, как стихийные бедствия, политическая неопределенность и глобальные кризисы, могут нарушить

поток сырья и компонентов, что приведет к задержкам в производстве и увеличению затрат. Эти сбои заставляют производителей обеспечивать стабильную цепочку поставок, влияя на их способность удовлетворять потребительский спрос и поддерживать конкурентоспособные цены. По мере того, как компании преодолевают эти неопределенности, разработка устойчивых и адаптивных стратегий цепочки поставок становится обязательной для смягчения потенциальных негативных последствий для мебельного рынка.

Таким образом, 2020 г. был непростым годом для мебельного сектора, пострадавшего от пандемии, как в отношении спроса, так и в отношении предложения. В 2020 г. мировое потребление мебели сократилось на 10 %. Политика изоляции и ее продолжительность варьировались в зависимости от страны, сегмента производства и розничной торговли. По итогам 2020 г. во всех регионах наблюдался отрицательный рост, различающийся между странами в зависимости от структуры экономики, мер сдерживания в связи с пандемией. Некоторые тенденции, которые уже присутствовали в секторе, в течение 2020 г. усилились, что повлияло на стратегии компаний. Что касается потребления, роль онлайн-продаж росла беспрецедентными темпами, при этом ведущие производители также напрямую выходили на рынок.

3.2 Сегментация современного мебельного рынка

Выделяются множество различных классификаций мирового мебельного рынка по различным сегментам, так наиболее распространенная классификация – это деление на мебель для квартир и домов, мебель для офисов и мебель для торговых предприятий. Наибольший удельный вес в структуре мирового производства мебели занимает мебель для столовых и гостиных комнат – 28 % (рисунок 28), следующая по объему доля у кухонной мебели – 25 %. Удельной вес офисной мебели в мировом производстве мебели составлял в 2023 г. 16 % и возрос по сравнению с 2016 г. на 7 п.п. Мебель для спален занимает 12 % рынка и мебель для торговых предприятий и ресторанного бизнеса – 5 %.

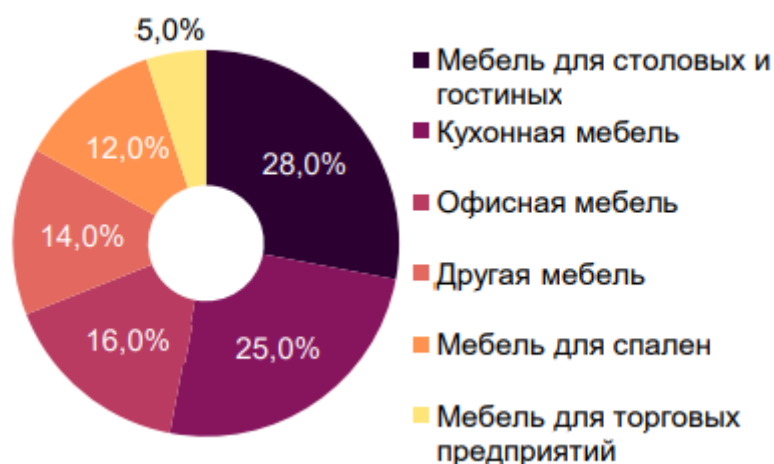


Рисунок 28 – Структура мирового производства мебели по сегментам в 2023 г., % [11]

Мировой рынок мебели также сегментируется по типу на мебель для сборки (*RTA, Ready-to-assemble furniture*), мебель для жилья и мебель для коммерческих предприятий. Жилой сегмент занимает основную долю рынка из-за большой потребности в диванах и стульях среди бытовых потребителей для их потребностей дома и на заднем дворе. Кроме того, растущий уровень урбанизации и увеличение числа городских семей во многих странах мира еще больше стимулируют сегментный рост (рисунок 29).

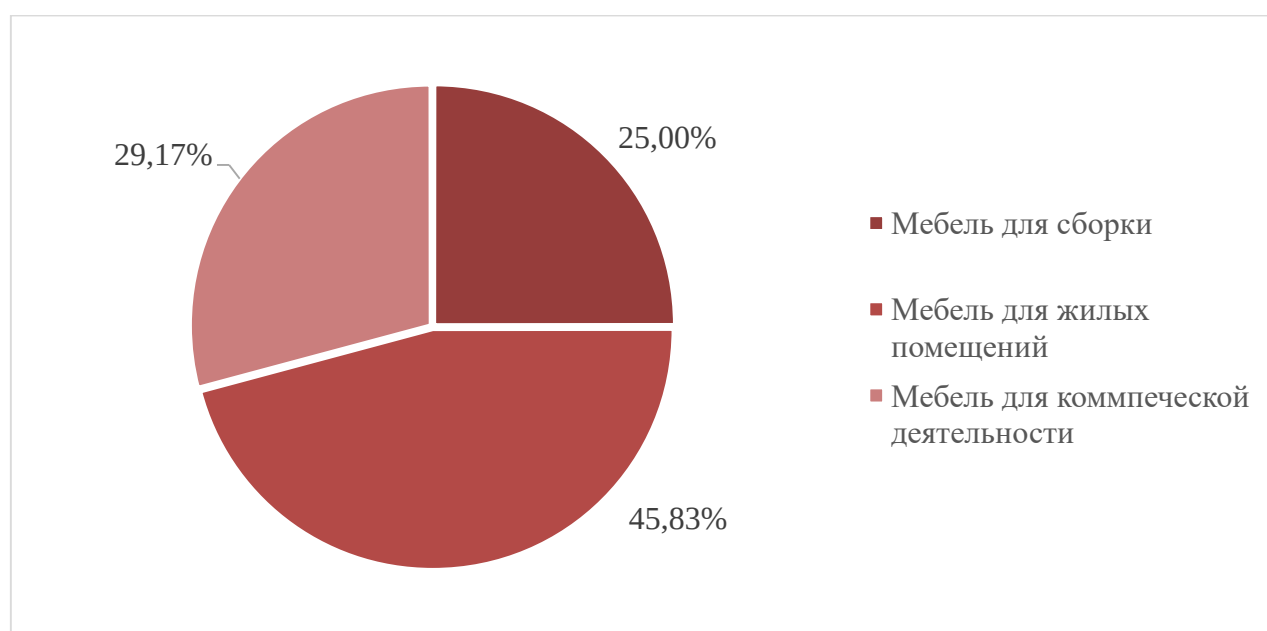


Рисунок 29 – Структура мирового производства по типам мебели в 2022 г. [62]

Офисный сегмент занимает значительную долю рынка из-за широкой доступности компьютерных столов различных размеров и форм по всему миру, что приводит к значительным доходам от этого сегмента. Кроме того, растущая популярность стиля удаленной работы среди корпоративных специалистов, вероятно, снизит спрос на эргономичные офисные стулья для удаленной работы, способствуя дальнейшему росту сегмента.

Если рассмотреть структуру мебельного рынка по материалам, то сегмент древесины будет занимать значительную долю рынка (59,25 %) благодаря своей экономической эффективности по сравнению с другими видами (рисунок 30). Доля металлической мебели составляет в настоящий момент около 11 %, доля пластика в производстве мебели – чуть более 2 %, а остальное это прочие материалы, такие как ткань, кожа, стекло.

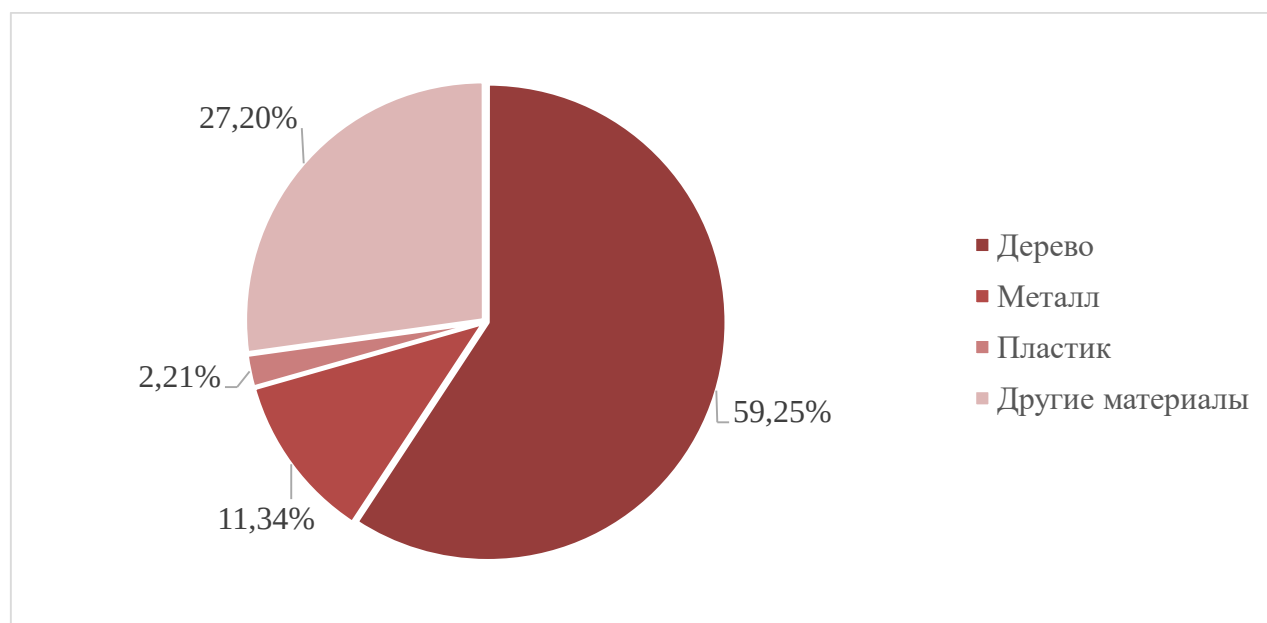


Рисунок 30 – Структура мирового производства мебели по материалам в 2022 г. [64]

Сегмент древесины занимает значительную долю рынка из-за экономической эффективности таких видов изделий по сравнению с другими типами [28, с. 129]. Кроме того, регулярные поставки ассоциированными компаниями высокотехнологичных деревянных стульев и диванов, вероятно, еще больше увеличат спрос на такие продукты в жилых помещениях. Например, в августе 2020 г.

Ashley HomeStore Corporation представила высокотехнологичные предметы домашнего декора на основе дерева, такие как шкаф *Fair Ridge Accent* и столы *Ridge Accent* для индийских домохозяйств.

Ожидается, что сегмент металла значительно вырастет в ближайшем будущем из-за более высокой долговечности и надежности таких продуктов по сравнению с другими типами. Кроме того, изделия на основе металлов обычно используются в коммерческих садах и на детских площадках. Таким образом, растущие игровые площадки и садовая инфраструктура еще больше повышают спрос на такие продукты. Например, в октябре 2018 г. правительство Австралии представило «Стратегию игровых площадок и игровых площадок Мониш на период до 2020 г.» – план действий по развитию садовых парков и заповедников в Монише, Австралия.

Пластиковый сегмент в первую очередь обусловлен растущим распространением пластиковых стульев и столов различных цветов и форм на мировом рынке. Кроме того, растущие потребительские предпочтения в отношении использования стульев, изготовленных из переработанного пластика среди бытовых потребителей, еще больше стимулируют рост сегмента.

Сегмент «Другие» включает в себя предметы мебели, изготовленные из различных материалов, таких как стекло, кожа, бамбук и т. д. Сегмент «другие» в первую очередь обусловлен сменой потребительских тенденций в отношении использования экологически чистых предметов домашнего декора во всем мире. К этому сегменту относится мебель для гостинично-ресторанного бизнеса. Лучшие отели и рестораны во всем мире в основном предпочитают использовать высококачественные и роскошные предметы домашнего декора в своих гостиничных помещениях, чтобы предложить своим клиентам роскошные условия жизни. Это повысит спрос на предметы мебели премиум-класса среди таких заведений, тем самым стимулируя рост гостиничного сегмента. Кроме того, растущее число гостиничных и ресторанных сетей по всему миру стремительно увеличивает доходы от продукции в этом сегменте. Например, в апреле 2019 г. известная группа отелей *Marriott International* планировала к 2023 г. открыть 50 своих ресторанов в Индии.

Это повысит спрос на роскошные предметы декора среди группы мебели для отелей и ресторанов [6, с. 8].

Если рассмотреть структуру мирового мебельного рынка исходя из деления на мебель внутри дома и мебель для сада, то внутренний сегмент будет доминировать благодаря растущему потребительскому спросу на эстетичные интерьеры.

Большой спрос на различные виды мебели для кухни, гостиной и прихожей среди людей для их регулярных потребностей в помещении в первую очередь приводит к увеличению доходов от внутреннего сегмента. Согласно данным, представленным Ассоциацией производителей кухонных шкафов, в 2020 г. объем продаж кухонных шкафов в США достиг 7,3 млрд долл., что на 2 % больше, чем в 2019 г. Более того, растущие тенденции в отделке и ремонте дома среди населения мира еще больше стимулируют сегментный рост [1, с. 195].

Если рассматривать уличную мебель, то она в основном используется для обеспечения комфорта на балконных пространствах, патио, в садах и рассчитана на любые климатические условия, такие как жара, холод и дождь. Такие изделия multifunctional и не требуют особого ухода, тем самым создавая дополнительный шарм таким пространствам, как сады, газоны и задние дворы домов. Структура рынка мебели для сада представлена на рисунке 31.

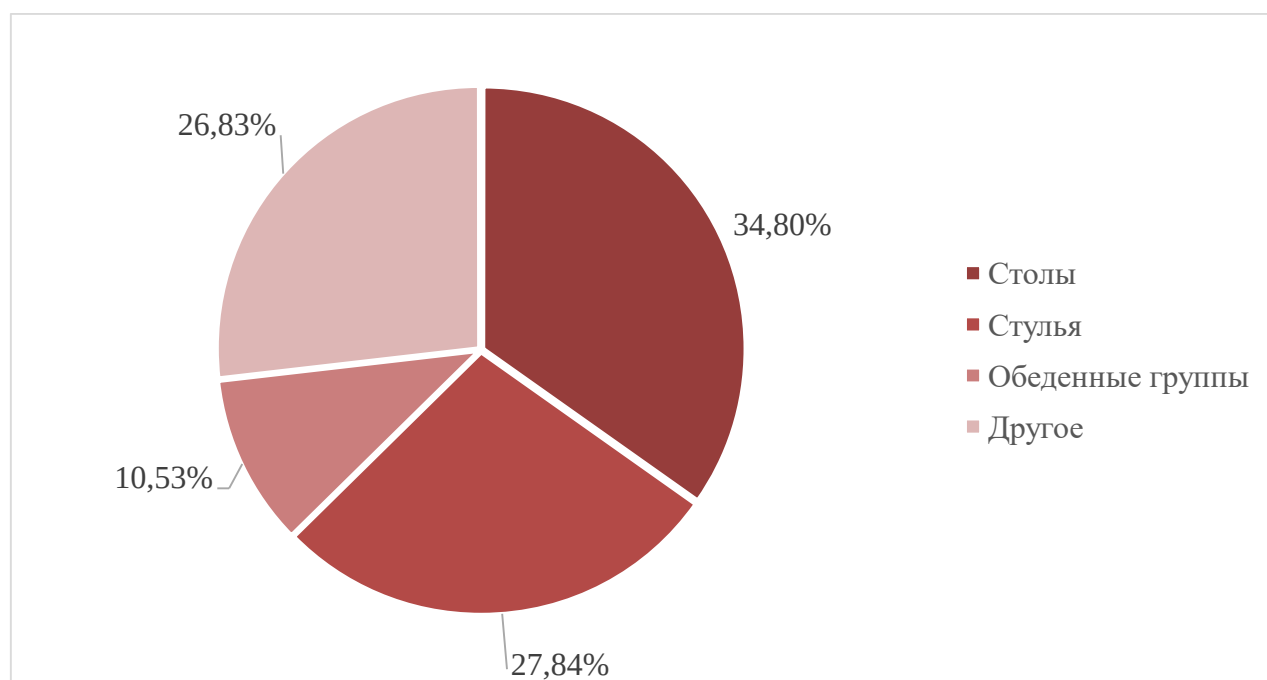


Рисунок 31 – Структура мирового производства уличной мебели в 2022 г. [65]

Объем мирового рынка уличной мебели в 2022 г. составил 45,08 млрд долл. По оценкам мировой рынок составил 46,21 млрд долл. в 2023 г. Мировой рынок продемонстрировал снижение на 8,36 % в 2022 г. в условиях пандемии по сравнению со средним годовым ростом в 2017–2019 гг. Дальнейший рост связан с ростом спроса и этого рынка, который возвращается к допандемийным уровням после окончания пандемии.

Потребители все больше интересуются садовой мебелью, обеспечивающей успокаивающую и комфортную среду для общественных мероприятий, таких как вечеринки, встречи и конференции. Садовые диваны спроектированы так, чтобы приспособливаться к естественной среде и внешним воздействиям дождя, холода и жары.

Кроме того, они не портятся со временем и сочетают в себе эстетическую привлекательность и комфорт, обеспечивая устойчивое решение для садовых пространств и улучшая социальное взаимодействие пользователей. Согласно опросу, проведенному Международной ассоциацией повседневной мебели в январе 2024 г., почти 6 из 10 американцев (58 %) планируют купить хотя бы один новый предмет мебели для своих жилых помещений на лужайке [37, с. 268].

Кроме того, садовые обеденные столы изготавливаются из различных эстетически привлекательных материалов и обладают устойчивостью к атмосферным воздействиям, долговечностью и защитой от износа, тем самым дополняя спрос на такие продукты. Они широко разработаны для работы на лужайках, в садах и на задних дворах домов и повышают интерес людей к отдыху на свежем воздухе и собраниям для встреч и дискуссий. Таким образом, растущие тенденции проведения мероприятий и встреч на открытом воздухе среди населения мира стимулируют рост сегмента мебели для сада. Кроме того, растущая осведомленность о наличии водостойких садовых террас и баров для патио еще больше подпитывает спрос на такие продукты.

3.3 Перспективы развития мирового мебельного рынка

Мебельный рынок в мировом масштабе, состоящий из производства, распределения и розничной торговли, представляет собой многомиллиардную отрасль. По прогнозам, объем мебельного рынка вырастет с 690,21 млрд долл. в 2022 г. до 886,68 млрд долл. к 2030 г., демонстрируя совокупный годовой темп роста (CAGR) в 3,2 % в течение прогнозируемого периода (2022–2030 гг.) (рисунок 32).

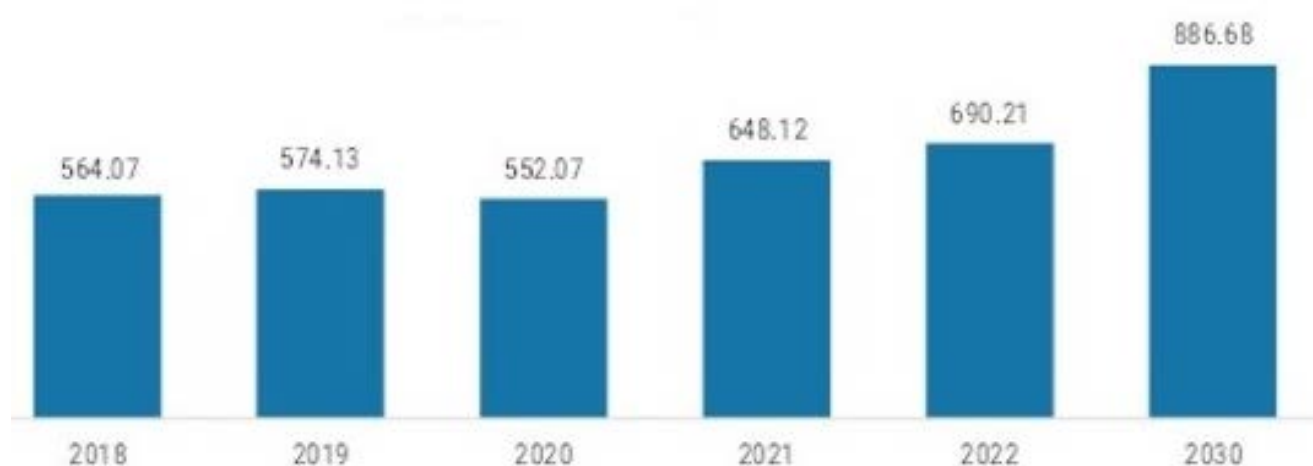


Рисунок 32 – Прогноз роста мирового мебельного рынка к 2030 г. [67]

Рост в секторах гостиничного бизнеса и недвижимости наряду с изменением образа жизни городских потребителей являются движущей силой роста рынка. Гостиничный сектор является одним из основных конечных потребителей мебели, включая рестораны, отели и другие коммерческие помещения с интенсивным движением людей для отдыха. Тип мебели, используемой в этих помещениях, включает диваны, обеденные столы, журнальные столики, стулья, буфеты и шкафы для развлечений, а также многое другое. По данным Американской ассоциации отелей и размещения, ожидается, что спрос на гостиничные номера в США будет стремительно расти, достигнув уровня, существовавшего до пандемии. С целью увеличения числа туристов в городах Великобритании правительство выделило в бюджет около 19 млн евро на маркетинговые кампании, помимо инвестиций в культурное развитие, которые, как ожидается, будут способствовать развитию

туристического сектора и, в свою очередь, подпитывать гостиничный сектор. Схожими были тенденции в различных туристических странах по всему миру.

Растущая урбанизация и рост располагаемого дохода среди миллениалов и поколения Z в странах с высокой численностью населения, таких как Индия и Китай, являются основными причинами роста в секторах недвижимости. Кроме того, ожидается, что правительственные программы, такие как *Pradhan Mantri Awas Yojana* в Индии, направленные на обеспечение жильем всех к 2024 г., создадут большой спрос на различные виды мебели, включая мебель для гостиной и мебель для спальни. Ожидается, что растущие инвестиции в гостиничный сектор и недвижимость увеличат спрос на мебельном рынке и сопутствующие товары, такие как чехлы для мебели, средства для чистки мебели, полироль для мебели и т.д. В течение прогнозируемого периода [56, с. 60].

Соединенные Штаты являются одним из крупнейших мебельных рынков в мире, объем импорта мебели составляет почти 73 млрд долл. Однако регион Азиатско-Тихоокеанского региона быстро растет в размерах и значении, при этом Китай занимает второе место после США по доходам. Китай также является ведущим экспортером мебели, стоимость которого оценивается почти в 90 млрд долл.

Азиатский регион быстро расширяется из-за большого населения и растущего жилищного строительства. Покупатели начали инвестировать в предметы домашнего декора и мебель, поскольку уровень жизни в таких странах, как Индия и Китай, продолжает расти. В 2020 г. объем рынка мебели в Азиатско-Тихоокеанском регионе превысил 271 млрд долл., и ожидается, что с 2022 по 2027 гг. он вырастет на 5,1 % (рисунок 33).

Росту мебельного рынка в регионе также способствовал рост покупательной способности потребителей. В результате растет спрос на недорогую, но стильную мебель. Это вносит значительный вклад в рост сектора в этом регионе. Ожидается, что быстрые инвестиции в строительный сектор в соответствии с развитием проектов «умного города» откроют новые возможности для игроков мебельной промышленности в ближайшие годы в регионе.

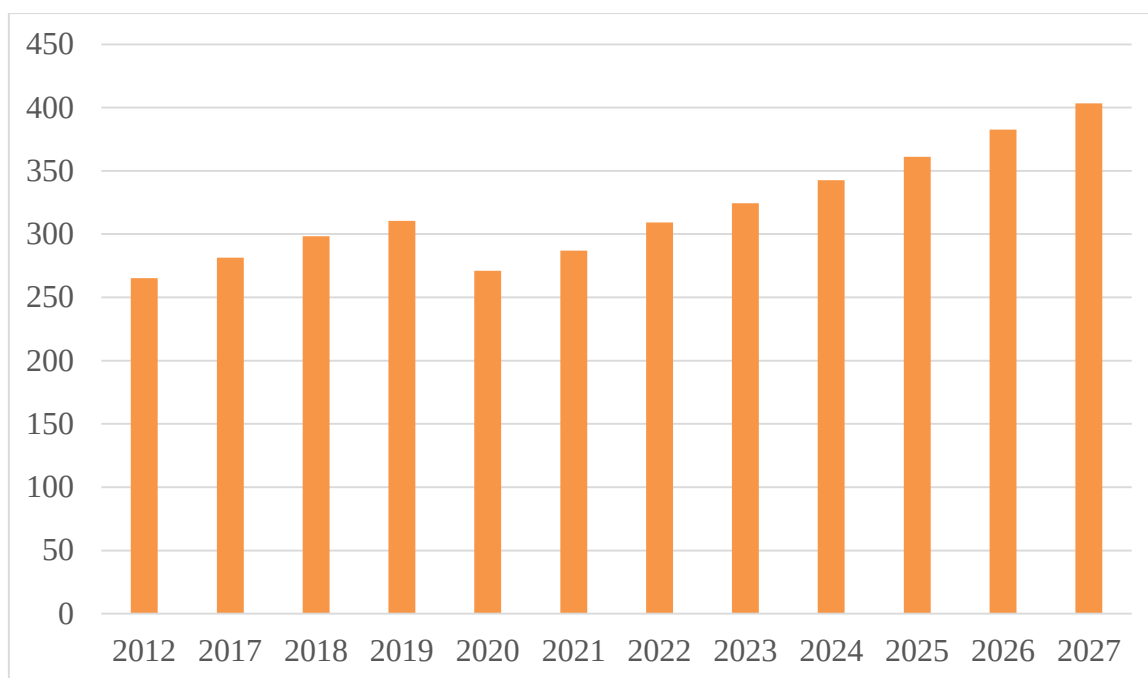


Рисунок 33 – Динамика развития мебельного рынка в Азиатско-Тихоокеанском регионе, млрд долл. [59]

Так, глобальные инициативы в области «умного города» привлекли инвестиции в технологии на сумму более 81 млрд долл. в 2018 г. и, по прогнозам, превысят 158 млрд долл. в 2022 г. Более того, растущий доход на душу населения в развивающихся странах Азиатско-Тихоокеанского региона увеличит рыночный спрос [66].

В 2020 г. доля офлайн-сегмента в отрасли в странах Азиатско-Тихоокеанского региона составляла около 85 %, а в 2027 г. они снизятся до 81 % за счет роста онлайн продаж (рисунок 34).

Офлайн-каналы сбыта доминируют в мебельной промышленности благодаря традиционному средству совершения покупок. Некоторые покупатели предпочитают посещать магазины розничной торговли и хотят ознакомиться с точными размерами и другими эстетическими характеристиками товаров. Выход крупных мебельных компаний из развивающихся экономик на открытие розничных магазинов еще больше стимулирует рост сегмента. Например, в сентябре 2020 г. *IKEA* объявила о плане создания глобального операционного центра в Индии.

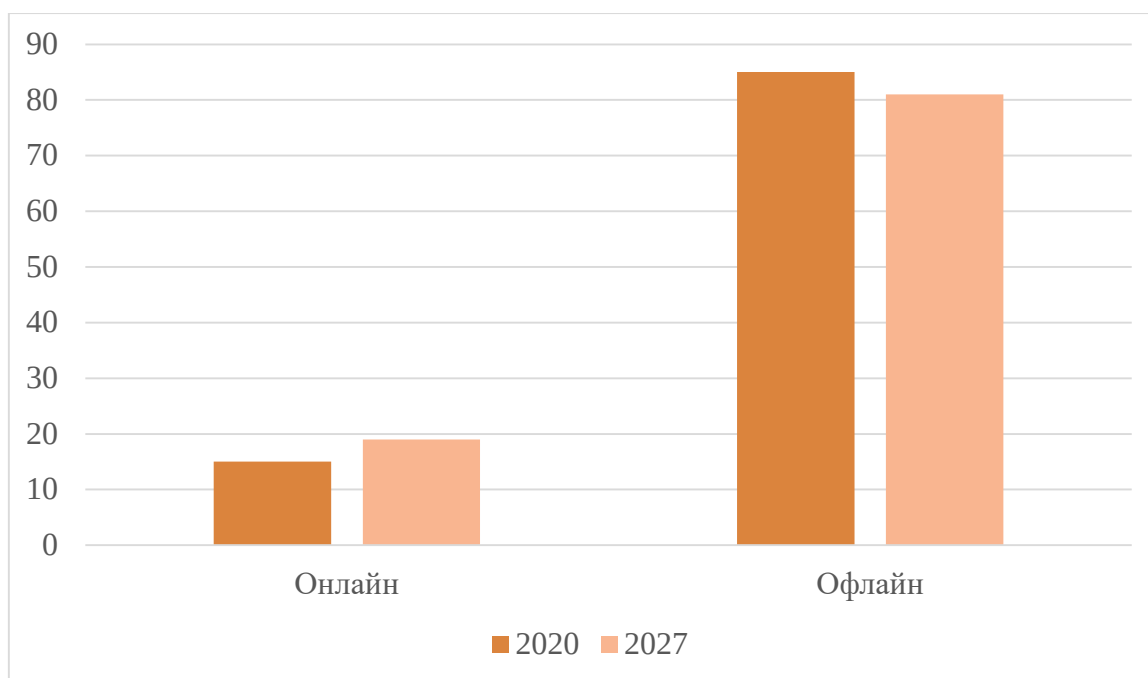


Рисунок 34 – Прогноз структуры торговли мебелью в странах Азиатско-Тихоокеанского региона [59]

Несмотря на восстановление в 2023 г. после последних нескольких беспокойных лет, мебельный рынок, похоже, движется к стабильности, если судить по поведению потребителей. Расходы домохозяйств на мебель быстро растут в таких странах, как Дания и Германия. Кроме того, каждый второй потребитель в США планирует потратить не менее 500 долл. на мебель в предстоящем году, а каждый пятый ожидает, что превысит отметку в 2500 долл. [64].

Еще одним перспективным направлением развития экспорта на мировом мебельном рынке являются ОАЭ. В 2022 г. ОАЭ импортировали мебели на сумму более 2 млрд долл. из различных международных источников, укрепив свои позиции в качестве 18-го по величине импортера мебели в мире. Стоит отметить, что импортируемая в Эмираты продукция предназначена как для внутреннего потребления (масштабы местной мебельной промышленности весьма ограничены по сравнению со спросом в стране), так и для реэкспорта – в основном в страны Персидского залива, но не только.

Растущая урбанизация, большой объем жилого и коммерческого строительства, увеличение располагаемых доходов населения являются ключевыми факторами

потребления интерьерных товаров в ОАЭ. Крупнейшим экспортером мебели в страну является на сегодняшний день Китай, заинтересованный в охвате всего ближневосточного массового рынка. Серьёзную активность демонстрирует Турция, которая ориентируется в первую очередь на поставки крупным мебельным сетям, обслуживающим внутренние потребности ОАЭ. Иностранных ритейлеров привлекает в Эмираты стабильный спрос на мебель, обеспеченный высоким достатком местных жителей. Возобновился интерес к ОАЭ со стороны европейских производителей элитной мебели, связанный с ростом сегмента жилья класса люкс. В настоящее время этот сегмент подпитывается финансовыми ресурсами примерно 20 тыс. физических лиц, общее состояние которых превышает 5 млн долл.

Заметная доля в продажах мебельной элиты принадлежит Италии: известные итальянские бренды держат в Эмиратах роскошные шоу-румы, что позволяет им привлекать к себе внимание респектабельной клиентуры. В целом именно рынок недвижимости выступает в Эмиратах локомотивом для мебельного сектора. Девелоперские компании инвестируют в меблировку строящихся объектов, розничные покупатели постоянно тратят деньги на обустройство, ремонт и обновление обстановки в своих жилищах [34, с. 276].

Примечательно, что потребители в Эмиратах достаточно взыскательны, они предпочитают приобретать высококачественные товары, соответствующие актуальным трендам. Заметный приток в ОАЭ международных игроков только подчёркивает современный уровень и динамичный характер мебельного бизнеса в этой стране. По текущей оценке *CSIL*, перспективы рынка мебели ОАЭ являются на ближайшие годы позитивными, особенно по сравнению со сложной ситуацией, которая сложилась в Европе и в ряде других регионов мира [23].

Мебельный рынок находится под сильным влиянием мировых экономических событий. Во времена неопределённости это, как правило, оказывает негативное воздействие, поскольку потребители сокращают второстепенные расходы, откладывая проекты по косметическому ремонту и реконструкции домов из-за снижения располагаемых доходов. Аналогичным образом рынок восстанавливается и процветает синхронно с остальной глобальной финансовой средой.

Стильная мебель для дома эффективно подчеркивает красоту жилого пространства. Растущие тенденции в отделке и ремонте дома среди населения мира в первую очередь движут спрос на такие товары. Потребители в основном предпочитают покупать высокотехнологичные предметы, такие как диваны, табуреты, стулья и другие, чтобы сделать их прихожую и столовую эстетичной. Кроме того, люди могут проводить встречи и обсуждения, используя секционные диваны в своих офисах. Растущий спрос на стулья и табуреты различных скульптурных форм, таких как пирамида, кривая и другие среди домохозяйств, вероятно, предоставит новые возможности для роста рынка.

Основными тенденциями развития мирового рынка мебели будут такие направления, как экологичность, безопасность, эргономичность, «умная мебель», «офис как дом» и естественность цветовой гаммы и неординарность стиля, показанные на рисунке 35.



Рисунок 35 – Основные направления развития мебельного рынка [составлено автором]

Одним из последних трендов на рынке товаров для офиса являются «умные» диваны; столы для производственной зарядки; «умный» гардероб; офисный холодильник, самостоятельно пополняющий запасы продуктов. Ожидается, что мировой рынок «умной» мебели вырастет к 2026 г. на 16,2 % и составит 794,8 млн долл. На сегодняшний день среди крупнейших европейских, американских и азиатских разработчиков «умной» мебели выделяют: *Ikea Group, Modoola, Herman Miller, Milano Smart Living, Seebo Interactive Ltd, Kamarq Holdings, Ori Systems* и *Mozayo*.

Современная мебель не должна перегружать офисное помещение, напротив, нужно, чтобы она выполняла максимум функций, замещая лишние предметы. Особую популярность в дизайне офиса приобрела модульная мебель: кресла, тумбы-пуфы, столики-трансформеры.

В связи с возросшей потребностью в безопасном пространстве, уютной и доброжелательной атмосфере в дизайне современного делового интерьера актуальна мебель с плавными линиями и округлыми формами.

Выбор в пользу материалов мебели и отделки, которые минимально влияют на окружающую среду – модный тренд и острая необходимость. Курс на экологичность подразумевает использование материалов, которые либо уже были переработаны, либо могут пойти на переработку и обрести новую жизнь без ущерба для природы, например, офисная мебель из переработанных древесных отходов. В настоящее время люди в основном страдают от раздражения кожи и проблем с дыханием из-за продуктов на основе формальдегида. Поэтому, чтобы избежать таких ситуаций, потребители переходят на использование диванов и стульев без формальдегида, изготовленных из экологически чистых материалов, таких как переработанный текстиль, бамбук, ротанг и другие. Например, в 2020 г. американская корпорация электронной коммерции *eBay Inc.* сообщила о росте на 171 % запросов своей поисковой системы по ключевому слову «экологически чистая мебель» по сравнению с 2019 г. в Великобритании, что приведет к росту рынка в будущем [66].

Концепция «офис как дом» успешно внедряется крупнейшими корпорациями мира. Опыт работников в области *IT* показал, что рабочее место с расслабляющей

домашней атмосферой повышает результативность работы в разы. Данная тенденция подразумевает ориентацию на использование в офисах мягкой мебели, уютные пуфики, кресла-качалки.

Спокойная цветовая гамма мебели подчеркивает комфортную рабочую атмосферу. Рекомендовано ориентироваться на такие цвета, как серый, зеленый, коричневый, голубой. Основным стоит выбрать теплый тон. Яркие цвета и холодные оттенки могут использоваться в отделке мебели для дизайна зоны отдыха. В стиле мебели также следует использовать элементы декорирования, делать акцент на старину или «деревенский стиль» и неестественное сочетание материалов (материалы с разной фактурой).

В настоящее время группа населения со средним достатком в основном предпочитает покупать недорогие, бывшие в употреблении предметы интерьера, а не предметы роскоши. Ожидается, что это ограничит рост рынка. Кроме того, огромная конкуренция со стороны мелких производителей отрасли во многих странах мира сдерживает рост бизнеса известных компаний. Ожидается, что колебания цен на сырье и изменение импортных и таможенных пошлин на фурнитуру во многих странах мира создадут проблемы для общего роста отрасли.

Во всем мире спрос на недорогую и прочную пластиковую мебель увеличился среди различных сегментов потребителей. В Индии, особенно в последнее десятилетие, пластиковая мебель росла в геометрической прогрессии, что вызвало сдвиг в этом секторе. Этот сдвиг в основном произошел в результате появления пластиковой мебели в Индии, что привело к резкому росту рынка домашней мебели в Индии. Это также связано с рядом преимуществ, которые пластик имеет по сравнению с другими материалами, такими как низкие эксплуатационные расходы, долговечность, экономичность, настраиваемость и доступность в различных формах, цветах и дизайнах. Кроме того, многие участники сосредотачиваются на производстве экологически чистой пластиковой мебели, чтобы привлечь постоянно растущее число покупателей, заботящихся об окружающей среде [63].

Также следует выделить основные постковидные тенденции на мировом мебельном рынке, которые будут оказывать влияние на развитие рынка в ближайшем

будущем, это создание уютной обстановки дома, переход в онлайн и другие (рисунок 36) [11].



Рисунок 36 – Основные постковидные направления развития мирового мебельного рынка [составлено автором]

Одна из основных тенденций постковидного развития мебельного рынка получила название «Дом милый дом». Одновременно с распространением *COVID-19* в мебельной отрасли начали формироваться тренды, которые помогли компаниям сохранить дело. Во-первых, люди стали больше ценить уютную домашнюю обстановку. Изоляция заставила многих обратить внимание на состояние своего жилья и вложить сэкономленные на заграничном отдыхе деньги в ремонт и покупку новой мебели. По данным опросов, в период ограничений 39 % планировали сделать перепланировку или ремонт, 39 % – приобрести новую мебель и элементы декорирования, 18 % – задумывались о переезде, 4 % – о приобретении или строительстве нового жилья. Схожая ситуация сложилась в сегменте офисной мебели – спрос на нее резко снизился, но зато увеличились продажи мебели для организации рабочего пространства дома.

Во-вторых, в пользу мебельных фабрик сыграла новая тенденция на рынке жилья, открывающая возможности для взаимодействия B2B – продажа строительными компаниями полностью готовых и меблированных квартир.

В-третьих, в 2022 г. на рынке может сработать эффект отложенного спроса – в период строгих ограничений и сложностей с импортными поставками некоторые отложили покупку мебели на потом. Безусловно, все вышеперечисленные тренды больше касаются продукции эконом- и среднего класса.

В-четвертых, онлайн продажи мебели выросли так же, как и продажи, например, одежды или, допустим, товаров для животных. Только в России интернет-магазин *IKEA* в 2020 г. стал основным каналом продаж компании: за год было выполнено 2,3 млн онлайн-заказов и более 2 млн доставок, что на 64 % больше, чем в 2019 г. Сайт *ikea.ru* за год посетило 224 млн покупателей (+39 %). Рост объясняется изменившейся моделью потребительского поведения – покупатели всего мира стараются сократить число социальных контактов, поэтому уже не так важно пощупать обивку кресла или посидеть за обеденным столом [25].

Таким образом, предприниматели, у которых уже были разработанная стратегия продаж в онлайн и оцифрованный ассортимент, оказались в плюсе. Например, *Modernist* еще до пандемии начал продавать мебель через *Instagram*, хотя франчайзи компании из городов-миллионников имеют небольшие шоу-румы. Организация развивается по *d2c*-модели, то есть сама управляет всеми процессами от разработки дизайна мебели до доставки к двери клиента. В рамках стратегии онлайн-продвижения увеличить продажи помогут адаптация торговых площадок под смартфоны, максимальное число каналов продаж и контекстная реклама.

Заключение

Мебельный рынок в мировом масштабе, состоящий из производства, распределения и розничной торговли, представляет собой многомиллиардную отрасль. Соединенные Штаты являются одним из крупнейших мебельных рынков в мире, объем импорта которых составляет почти 73 миллиарда долларов США. Однако регион Азиатско-Тихоокеанского региона быстро растет в размерах и значении, при этом Китай занимает второе место после США по доходам. Китай также является ведущим экспортером мебели, стоимость которого оценивается почти в 90 миллиардов долларов США.

Несмотря на восстановление после последних нескольких беспокойных лет, мебельный рынок, похоже, движется к стабильности, если судить по поведению потребителей. Расходы домохозяйств на мебель быстро растут в таких странах, как Дания и Германия. Кроме того, каждый второй потребитель в США планирует потратить не менее 500 долл. на мебель в предстоящем году, а каждый пятый ожидает, что превысит отметку в 2500 долл.

Объем мирового рынка мебели в 2020 г. составил 475,4 млрд долл., а спустя год достиг 493,6 млрд долл. Согласно новому отчету *Fortune Business Insights*, к 2028 г. рынок мебели будет процветать и достигнет 720,2 млрд долл. при среднегодовом темпе роста 5,5 %. Аналитики отмечают, что растущие тенденции в отделке и ремонте дома среди населения мира в основном способствуют росту спроса на такие товары. Кроме того, указывается, что закрытие мебельных магазинов на фоне ограничений, связанных с коронавирусом, продолжает ограничивать рост рынка.

Последние статистические данные говорят о том, что мебельная отрасль – одна из немногих, которая в 2020 г. практически не пострадала от пандемии с точки зрения производства. Во втором квартале был очень большой спад, он мог достигать 30–40 % во время карантинных ограничений, но по итогам всего года мебельное производство выровнялось и показало результаты, близкие к 2019 г.

Азиатско-Тихоокеанский регион был крупнейшим регионом на мировом рынке мебели, на долю которого в 2020 г. приходилось 45 % рынка. Северная Америка была

вторым по величине регионом, на долю которого приходилось 21 % мирового мебельного рынка. Африка была самым маленьким регионом на мировом мебельном рынке.

Вспышка коронавирусной инфекции стала серьезным ограничением на рынке производства мебели в 2020 г., поскольку цепочки поставок были нарушены из-за торговых ограничений, а потребление сократилось из-за карантинных мер, введенных правительствами по всему миру. Шаги национальных правительств по сдерживанию передачи инфекции привели к остановке производственной деятельности и снижению экономической активности, когда страны вступили в состояние «изоляции».

Тем не менее, ожидается, что рынок производства мебели оправится от шока и растущий спрос на покупки в Интернете будет способствовать росту рынка производства мебели. Производители теперь могут продавать свою продукцию на более широкой платформе, чем раньше, что увеличит географию их клиентской базы, способствуя росту рынка производства мебели. Например, в таких странах, как Индия, порталы *e-commerce* увеличили продажи производителей мебели, предоставив больше возможностей производителям, которые были ограничены одной географией.

В будущем можно выделить такую тенденцию как скидки на свою продукцию в ответ на высокий спрос со стороны молодого поколения. Растущий спрос на быстро собираемую мебель также способствует росту рынка, особенно в сегментах мебели для дома и офиса, что приводит к увеличению продаж по всему миру. Прогнозируется, что рынок будет расти из-за роста жилых и коммерческих зданий по всему миру, а также увеличения стратегических альянсов и сотрудничества.

Из-за общей тяги потребителей к экологически чистым и устойчивым методам и брендам, большинство мебельных брендов также перейдут к внедрению устойчивых методов для будущего брендов, многие производители уверены, что будущее мебельной промышленности за «зеленым» производством.

В будущем пластик станет одним из лучших мебельных материалов. Вследствие склонности потребителей к экологичности и доступности пластик станет

оптимальным вариантом. Большая часть пластика, используемого сегодня, является перерабатываемым пластиком. Кроме того, постоянные инновации в инженерных пластмассах и растущее внимание к перерабатываемым пластмассам будут продолжать формировать будущее бизнеса по производству пластиковой мебели.

За последние 15–20 лет таких темпов производства мебели в России не было. И здесь совершенно ни при чём ситуация с коронавирусом, потому что речь идёт о первых трех месяцах 2020 г. Такой прирост мебельного производства – эта ситуация уникальна и парадоксальна одновременно, поскольку мебельной розницей ситуация гораздо менее радужная.

По итогам 2020 г., несмотря на пандемию и прочие ограничения, импорт мебели не сокращался, а рос, пусть всего на 2 % относительно 2019 г., но тем не менее. Объем импорта в Россию составил 513 тыс. т и в 2021 г. импортные поставки мебели также продолжают расти: +15 % (142 тыс. т) в I квартале к аналогичному периоду прошлого года. Это говорит о том, что российские производители мебели не всегда полностью ориентированы на отечественный рынок, и здесь существует ниша, в которой лучше могут удовлетворять потребительский спрос именно иностранные производители. Что интересно, речь не идёт об импорте дорогой мебели. Наоборот, наблюдается снижение стоимости ввозимой продукции.

Причиной этого может быть большая ориентация иностранных производителей на предпочтения российских потребителей. Так, например, большая часть мебели импортируется из Китая, и китайские компании в сотрудничестве с нашими розничными сетями хорошо знают потребительские особенности наших покупателей и специально делают ту мебель, в том числе, с точки зрения дизайна, которая устраивает российских потребителей. Тогда как зачастую отечественные производители не могут делать продукцию, которая удовлетворяет российских потребителей, но при этом, что интересно, она востребована за рубежом. В том же Китае, кстати, наблюдается подобная картина: там есть очень много фабрик, которые делают мебель исключительно на экспорт, причём для каждой отдельной страны по отдельности, при этом, если они попробуют продавать свою продукцию на местном рынке, она пользоваться спросом не будет.

Таким образом, на российском рынке есть пока ещё и будет в будущем большая ниша именно для импортной мебели, потому что российские производители в целом удовлетворить спрос россиян по мебели не могут и не готовы. То есть, даже рост рублёвых цен на импортную продукцию, который, безусловно и несмотря ни на что, есть, не способен компенсировать и заставить отечественную отрасль полностью заместить импортную мебель на рынке – российским фабрикам нужно лучше изучать потребительское поведение. Получается, с одной стороны, есть огромный потенциальный нереализованный спрос покупателей мебельной продукции. С другой стороны, сильнейшая закредитованность населения в связи с падением общих доходов в совокупности с ростом цен, приводит к тому, что у людей банально нет средств на покупку мебели.

Список использованных источников

- 1 Аджимет Г. Х., Аблязова С. Н. Особенности ценообразования на мировом рынке мебели // Социально-экономических журнал. 2022. № 4. С. 194–201.
- 2 Актуальные мебельные стандарты. URL: <https://www.novotest.ru/news/world/izuchaem-svezhie-mebelnye-standarty-iso-mek-i-astm-international/> (дата обращения: 13.04.2024).
- 3 Акулова П. Е., Акулова О. Е. Оценка рынка древесно-мебельных товаров в России и за рубежом // Modern Science. 2022. № 12-1. С. 11–16.
- 4 Аналитика объёма рынка мебели на 2020 г. URL: <https://hooglink.com/wp-content/uploads/2020/11/Аналитика-объёма-рынка-мебели-на-2020-год-прогнозы-и-тенденции.pdf> (дата обращения: 14.04.2024).
- 5 Ананьин Ю. Е. Маркетинговое исследование мебельного рынка России: современное состояние и перспективы развития // Студенческий. 2021. № 13-1 (141). С. 61–65.
- 6 Бачевский Б. Е., Кирсанова А. И. Развитие инновационной деятельности на предприятии мебельной промышленности в условиях кризиса // Вестник Луганского национального университета имени Владимира Даля. 2020. № 5 (35). С. 7–12.
- 7 Безрукова Т. Л., Тюрин О. С., Коржова О. В. Инновационный путь развития мебельной отрасли в России и мире // ФЭС: Финансы. Экономика. 2023. Т. 17. № 2. С. 56–62.
- 8 Боброва М. Фурнитурные тренды изменившегося рынка // Индустрия мебели. 2023. № 2 (44). С. 38–45.
- 9 Бороться и искать, найти и не сдаваться // Мебельный бизнес. 2022. № 207. С. 57–59.
- 10 Букова А. А. Формирование имиджа мебельной компании в интернет-среде // Russian Economic Bulletin. 2022. Т. 5. № 1. С. 251–255.
- 11 В процессе трансформации: как рынок мебели изменился за последний год. URL: <https://gklike.ru/news/v-protssesse-transformatsii-kak-rynok-mebeli-izmenilsya-za-poslednij-god/> (дата обращения: 30.04.2024).

12 Васильева Е. Н., Мужжавлева Т. В. Оценка состояния мирового рынка мебели в современных условиях // Актуальные вопросы экономики. 2020. № 2. С. 32–37.

13 Дарвина Н. Д., Гавриленко Н. И. Повышение конкурентоспособности мебельной фабрики в условиях пандемии COVID-19 // Вестник российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева: Гуманитарные и социально-экономические исследования. 2020. № 11-2. С. 10–23.

14 Десять лучших мировых производителей мебели в 2023 г. URL: <https://interiorbusiness.ru/top-world-furniture-brands-2023/> (дата обращения: 14.04.2024).

15 Доброскок Е. Д. Стратегия выхода международной компании на российский рынок // Проблемы управления. 2021. № 9. С. 213–217.

16 Еремеев М. А., Кондрашова О. В. Особенности интернет продвижения продукции предприятий мебельной промышленности России в сегменте B2C // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2021. № 4 (32). С. 59–66.

17 Ефимова Т. В., Ищенко Т. Л., Пикалова Л. Д. Современные тренды мебельного рынка // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2020. Т. 8. № 1 (48). С. 198–202.

18 Жигарев В. А. Современная структура мебельного рынка России, основные вызовы и тренды, оценка конкурентоустойчивости российских мебельных предприятий // Региональные проблемы преобразования экономики. 2019. № 6 (104). С. 5–16.

19 Жигарев В. А. Современные тенденции на рынке мебели в России и возможные стратегии конкурентоустойчивости мебельных предприятий // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2019. № 3 (105). С. 129–139.

20 Жукова В. В., Рычкова А. А. Особенности организации интернет-маркетинга на мебельном рынке России // Молодой ученый. 2022. № 11 (406). С. 191–193.

21 За 2021 г. рост мебельного рынка в рублях оценивается в 11 %. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13278/> (дата обращения: 24.04.2024).

22 Законы в мебельной индустрии. URL: <https://mebel-news.pro/articles/furniture-industry-analytics/the-laws-in-the-furniture-industry/> (дата обращения: 13.04.2024).

23 Звезда Востока // Мебельный бизнес. 2023. № 213. С. 38–40.

24 Иваненко И. А., Аблязова С. Н. Состояние и тенденции развития мирового рынка мебели // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2021. № 4 (74). С. 97–103.

25 ИКЕЯ сокращает бизнес в – хорошо это или плохо? URL: <https://rossa-primavera.ru/article/1df86f27> (дата обращения: 14.04.2024).

26 Интернет-магазины стали самым популярным каналом продаж мебели. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14220/> (дата обращения: 13.04.2024).

27 Исследование рынка мебели: динамика и сегменты. URL: <https://tebiz.ru/issledovanie-rynka-mebeli-dinamika-i-segmenty> (дата обращения: 24.04.2024).

28 Истомина А. Л. Мировой рынок деревянной мебели // Вестник Удмуртского государственного университета. 2019. № 6. С. 128–134.

29 Истомина А. Л., Аношин А. В. Особенности формирования рынка мебели в Российской Федерации // Менеджмент: теория и практика. 2019. № 1-3. С. 124–128.

30 История и современное состояние компании *IKEA*. URL: <https://slide-share.ru/rabotu-vipolnili-ivankova-evgeniyamotora-margarita-243720> (дата обращения: 10.04.2024).

31 История мебели: интересные факты, от мануфактур через Баухауз к XXI веку. URL: <https://kvartblog.ru/blog/kratkaja-istorija-mebeli/> (дата обращения: 10.04.2024).

32 Казарина Е. Н., Земляк К. Г. Современные тенденции развития мирового и российского рынка мебельной продукции // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития. 2021. № 1. С. 137–142.

33 Какие 3 ниши «открыл» коронавирус на мебельном рынке. URL: <https://spark.ru/startup/redaktsiya-spark-ru/blog/58557/kakie-3-nishi-otkril-koronavirus-na-mebelnom-rinke> (дата обращения: 14.04.2024).

34 Камалова Т. А. Особенности рекламы на мебельном рынке // Актуальные вопросы современной экономики в глобальном мире. 2018. № 7. С. 275–278.

35 Классификация и ассортимент мебели. URL: <https://znaytovar.ru.turbopages.org/znaytovar.ru/s/new481.html> (дата обращения: 16.04.2024).

36 Ключевые тенденции на мебельном рынке. URL: <https://mebelshik.biz/articles/analitika/klyuchevye-tendentsii-na-mebelnom-rynke/> (дата обращения: 22.04.2024).

37 Кошелева Ю. С. Эффективная реклама на рынке мебельных товаров // Молодой ученый. 2021. № 3 (345). С. 267–269.

38 Кривокоченко Л. В. Мировой рынок мебели и позиции на нем России // Российский внешнеэкономический вестник. 2022. № 8. С. 68–78.

39 Любке Л. Не растратить оптимизм: мебельщики Германии // Мебельный бизнес. 2023. № 214. С. 36–39.

40 Мебельное производство в России: крупнейшие игроки. URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/mebelnoe-proizvodstvo-v-rossii-krupneyshie-igroki-/> (дата обращения: 23.04.2024).

41 Мельникова Д. С. Развитие мирового рынка мебельной отрасли на примере ООО «Воткинский деревообрабатывающий комбинат» // Студенческий. 2021. № 1-4 (129). С. 73–78.

42 Мировой мебельный рынок уходит в онлайн-продажи. URL: <https://kp.vedomosti.ru/news/2023/05/22/830888-mirovoi-mebel-nii-rinok-uhodit> (дата обращения: 14.04.2024).

43 Мировой рынок мебели вернется на докризисный уровень в 2022 г. URL: https://www.lesindustry.ru/issues/li_154/Мировой_рынок_мебели_вернется_на_докризисный_уровень_в_2022_г__2100/ (дата обращения: 14.04.2024).

44 Несмотря на сложности, производство мебели в России стабильно растет. URL: <https://lesprominform.ru/jarticles.html?id=5464> (дата обращения: 24.04.2024).

45 Новые тренды на российском мебельном рынке. URL: <https://mebel-news.pro/articles/furniture-business/novye-trendy-na-rossijskom-mebelnom-rynke/> (дата обращения: 24.04.2024).

46 Основные страны-импортеры мебели в Россию по итогам 2023 года. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6687492> (дата обращения: 13.04.2024).

47 Попович Е. Г. Актуальные проблемы мебельного рынка России в условиях санкций // Ландшафтная архитектура. 2023. № 5. С. 37–40.

48 Романов И. Отечественным поставщикам ЛКМ нужен заинтересованный потребитель // Мебельный бизнес. 2022. № 207. С. 45–47.

49 Рябоконь А. И. Факторный анализ конкурентоспособности мебельной промышленности республики Беларусь на внешних рынках сбыта // Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление. 2020. № 1 (232). С. 104–108.

50 Сухоруков В. В., Акулова Л. Г. Мировой рынок мебели: состояние, перспективы, место России // Вестник Саратовского социально-экономического института. 2019. № 1. С. 106–112.

51 Таппасханова Е. О., Мустафаева З. А., Бисчекова Ф. Р. Современное состояние и тенденции развития рынка мебельной продукции России // Kant. 2018. № 3 (28). С. 255–260.

52 Таппасханова Е. О., Шарданова Д. Х. Конкурентные позиции российских производителей на рынке мебельной продукции // Современные аспекты экономики. 2018. № 5 (249). С. 97–102.

53 Товароведение и экспертиза мебели. Деловая сеть. URL: <https://www.ds23.ru/news/1882873/> (дата обращения: 13.04.2024).

54 Топ-10 мебельных брендов в мире 2023, лучшие мебельные бренды. URL: <https://blog.bizvibe.com/blog/top-furniture-brands-world> (дата обращения: 14.04.2024).

55 Чернухина Г. Н., Храмова А. В. Резервы повышения конкурентоспособности продукции предприятия мебельной отрасли // Вестник Академии. 2020. № 2. С. 54–64.

56 Чернышева Е. А., Носырев А. И. Предпринимательство в мебельном производстве: тенденции и перспективы // Стратегии развития предпринимательства. 2023. № 2. С. 59–62.

57 Экспорт мебели упал до минимальной отметки за последние 10 лет. URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/14763/> (дата обращения: 13.04.2024).

58 Экспорт российской мебели упал за год на 40%. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/485210-eksport-rossijskoj-mebeli-upal-za-god-na-40> (дата обращения: 23.04.2024).

59 Asia Pacific furniture market – growth outlook 2021–2027. URL: https://www.graphicalresearch.com/industry-insights/1856/asia-pacific-furniture-market?_ga=2.95058840.541942260.1655830746-1612728356.1655830746 (дата обращения: 29.04.2024).

60 E-commerce furniture market. URL: <https://www.nextmsc.com/report/e-commerce-furniture-market> (дата обращения: 29.04.2024).

61 Furniture market 2022 share, size. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/furniture-market> (дата обращения: 28.04.2024).

62 Furniture market size, growth & various industry trends. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/furniture-market-106357> (дата обращения: 28.04.2024).

63 Global Furniture Market 2023-2027 - Research and Markets. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5146992/global-furniture-market-2023-2027#product-summary> (дата обращения: 28.04.2024).

64 Global Furniture Market Overview. URL: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/furniture-market-7625> (дата обращения: 21.04.2024).

65 Outdoor furniture market size, growth & trends. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/outdoor-furniture-market-106406> (дата обращения: 28.04.2024).

66 The global furniture market 2023 – Industry overview & trends. URL: <https://italica.com/furniture-market-2023/> (дата обращения: 29.04.2024).

67 World Furniture Outlook 2024. URL: <https://www.worldfurnitureonline.com/report/world-furniture-outlook/> (дата обращения: 19.04.2024).

Приложение А

Общая классификации мебельной продукции

Таблица А.1 – Классификация мебельных изделий [35]

Классификация	Тип	Примеры
По комплектности	Набор мебели	Набор для кухни, спальни, детской комнаты
	Гарнитур мебели	Гарнитур мягкой мебели из дивана и кресел; гарнитур для столовой, который включает шкаф для посуды, обеденный стол и стулья; кухонный гарнитур
По эксплуатационному назначению	Бытовая мебель	Бытовая мебель для общей комнаты, спальни, столовой, гостиной, кабинета и детской.
	для общественных помещений	Для общественных помещений: медицинская, лабораторная, для дошкольных учреждений, учебных заведений, предприятий торговли, общественного питания и т.д.
	мебель для транспорта	
По функциональному назначению	Для хранения	Шкафы для одежды, шкаф-стол кухонный; шкаф с витриной; шкаф под мойку; шкаф-перегородка, шкаф настенный, комод, тумба туалетная, сервант-шкаф, сундук, полка и т.д.
	Для сидения и лежания	Кровать, кушетка, диван-кровать, скамья, табурет, стул, кресло, рабочее кресло/стул, кресло-качалка, шезлонг, софа
	Для работы и приема пищи	Столы обеденные, письменные, журнальные, туалетные, сервировочные, парта
	Прочая мебель	Детский манеж, вешалка, ширма
По конструктивно-технологическим признакам	Сборно-разборная	
	Универсальная мебель	
	Секционная	
	Неразборная	
	Встроенная	
	Гнутая	
	Плетеная	
	Серийная	
	Массовая	

Приложение Б

Рост продаж в сфере e-commerce в 2020-2021 гг.



Рисунок Б.1 – Объемы рынков e-commerce, млрд долл. [42]

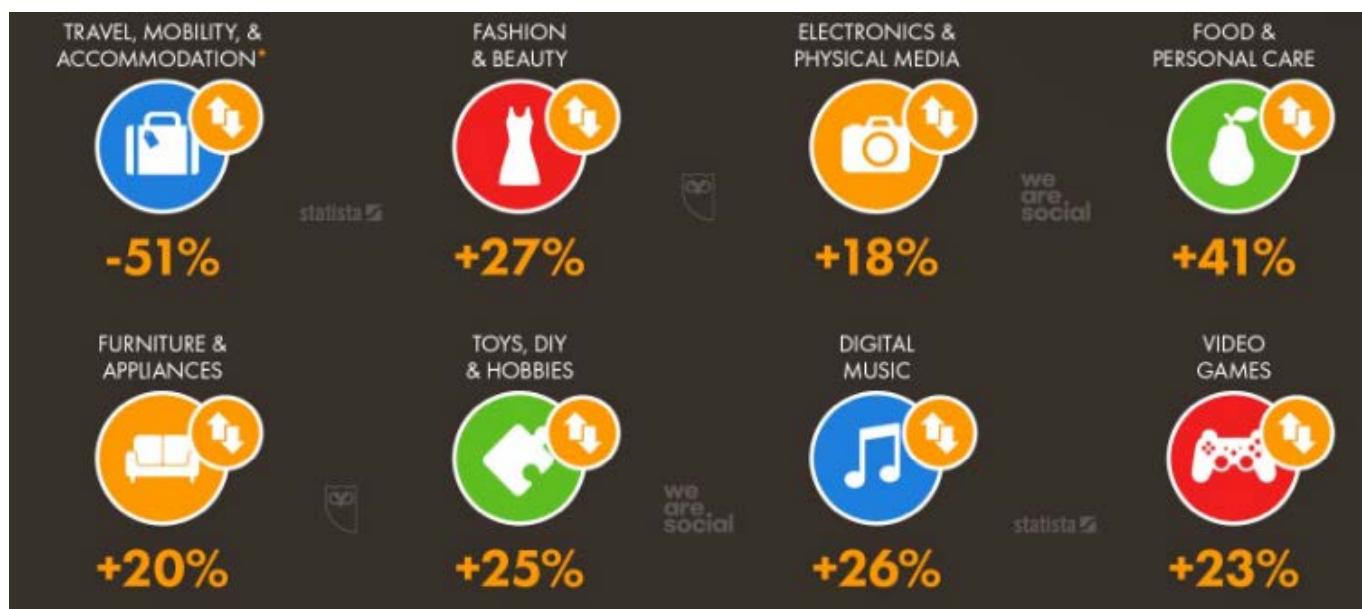


Рисунок Б.2 – Изменение объемов продаж в сфере e-commerce, % [42]