

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕБЕЛЬНОГО РЫНКА Г. ИРКУТСКА: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНОЙ НИШИ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ НОВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Обосновывается целесообразность открытия нового мебельного производства в городе Иркутске. Определяется, в какой рыночной нише имеется спрос на мебель и невысокий уровень конкуренции. Приводятся результаты исследования покупательского поведения на мебельном рынке города.

Ключевые слова: анализ рынка; многофункциональная мебель; спрос; покупательское поведение.

Мебельная продукция (мебель) – совокупность стационарных или перемещаемых изделий для обстановки жилых или общественных помещений, а также других зон пребывания человека [2]. Согласно ГОСТ 20400 мебель классифицируют по следующим признакам: эксплуатационным, функциональным, конструктивно-технологическим, по материалам, по характеру производства.

По функциональному назначению, мебель можно сегментировать следующим образом: бытовая мебель, мебель для гостиниц, офисная мебель, мебель для магазинов, ресторанов. Бытовая мебель по функциональному назначению делится на мебель для гостиной/жилой комнаты, мебель для спальни, кухонная мебель, мебель для обеденных зон, мягкая мебель, мебель для прихожей, мебель для детской комнаты, домашний кабинет, мебель для ванной комнаты [3].

Мебельный рынок Иркутска богат разнообразием предлагаемой продукции, производителей и компаний-продавцов. Ассортимент мебели достаточно разросся, что позволяет любой категории покупателя выбрать подходящую продукцию. Выбор мебели в Иркутске достаточно широк: от недорогой продукции местного производства до модной итальянской мебели зарубежных дизайнеров. Около 30 % продавцов мебели – это местные производители, изготавливающие свою продукцию на местных мебельных фабриках [4].

Известны в Иркутске следующие мебельные фабрики: «Мебель-комфорт», «БайкалЭкоМебель», фабрика «Иркутск Мебель», «Лотус», «Светлана», «Мастер-шкафы-купе» и др. Половина фирм, которые продают мебель в Иркутске, имеют поставщиков из других городов России, а также за рубежом. Около 20–30 % мебельной продукции производится кустарным способом в Иркутске, Ангарске и небольших городах Приангарья.

Как отмечают эксперты данной отрасли, на количество продаваемой мебели в Иркутске влияет сезонный спрос. Так, например, зимний период для продавцов мебели в Иркутске – это период затишья, а летний – наоборот, наблюдается высокий спрос на различную мебельную продукцию.

* Гудкова Ирина Валерьевна – магистрант, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: irina120193@mail.ru.

Огромную роль на повышение покупательской способности населения оказала возможность покупать мебель в Иркутске в кредит. Стоит отметить, что подобные программы потребительского кредитования многих покупок применяются во многих магазинах страны.

Некоторые мебельные салоны в Иркутске предлагают услуги дизайн-интерьера квартиры, дома, комнаты или того помещения для которого закупается обстановка. Данная услуга также имеет немаловажное значения для части покупателей, готовых не только приобрести мебель, а подобрать обстановку со вкусом [4].

Министерством экономического развития Иркутской области была опубликована региональная база востребованной продукции и услуг муниципальных образований для оптимальной организации открытия новых производств в регионе в рамках импортозамещения. Указанная региональная база востребованной продукции подготовлена Министерством экономического развития совместно с Фондом «Центр поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Иркутской области» в рамках поручения Губернатора Иркутской области, данного по итогам рассмотрения «Ежегодного доклада о результатах деятельности Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Иркутской области в 2014 году», в котором содержалось, в том числе, предложение по подготовке указанной базы в целях улучшения условий ведения бизнеса и увеличения количества субъектов предпринимательской деятельности в регионе. Предприниматели могут использовать эти сведения в своей деятельности для воплощения тех или иных проектов [1].

В данной базе есть позиция «Мебель; постельные принадлежности; матрасы; лампы». Указанную продукцию к нам завозят из Италии, Польши, Японии и Бельгии. В Иркутске отечественными производителями, производящими или способными производить конкурентоспособную продукцию указанного вида, названы ООО «Промкомбинат ОПС», ООО «Бытовик», ФКУ ИК-3 ГУФСИН России по Иркутской области, ФКУ ИК-6 ГУФСИН России по Иркутской области. Из них на сегодняшний день производством мебели занимаются только ФКУ ИК-6 ГУФСИН и ООО «Бытовик».

Таким образом, открытие мебельного производства в Иркутске востребовано в рамках импортозамещения. Но этого недостаточно для «завоевания» прочной конкурентоспособной позиции на рынке. Необходимо, чтобы товар пользовался спросом у потребителей. Для начала нужно сделать выбор между диверсификацией и специализацией товарной линейки. Мало просто проанализировать позиции наиболее продаваемых товаров, так как их производством уже успешно занимаются другие изготовители. Чтобы составить им достойную конкуренцию, необходимо разработать дорогостоящую рекламную кампанию и снизить цены на продукцию. Это сразу растянет срок окупаемости на неопределенный период. Для успешного стартапа лучше найти небольшую перспективную нишу и сфокусироваться на специализированном товаре, пользующемся спросом.

Как уже отмечалось выше, на рынке Иркутска предлагается большое разнообразие мебели: мебель корпусная, встроенная, бескаркасная, плетеная, ко-

ванная, а также мебель для всех функциональных зон квартиры, для дома и общественных помещений и так далее. Но лишь немногие производят многофункциональную мебель или, как ее называют иначе, мебель-трансформер.

Определить точное количество мебельных компаний на рынке Иркутска достаточно сложно, равно как и отдельно количество компаний-дилеров, компаний-производителей, компаний, продающих отечественную мебель, и компаний, продающих импортную мебель, и так далее.

Компания, специализирующаяся исключительно на многофункциональной мебели, в городе всего одна: «EsliTesno». Также предлагает мебель-трансформер компания «Вигант». Таким образом, в нише конкуренция относительно невысокая. К тому же мебель данного вида весьма полезна для покупателей.

Многофункциональная мебель не занимает много места в доме и позволяет увеличить пространство квартиры, не избавляясь от нужной мебели, и без расширения жилой площади. Особое значение такая мебель приобретает в небольших квартирах. Аналогично и для офисных помещений.

Прототипы универсальной мебели начали появляться много лет назад. Например, раскладные стулья и столы, раздвижные диваны. Со временем актуальность подобных вещей возростала. Сегодня существуют различные варианты мебели-трансформеров, и, вероятнее всего, почти в каждом доме есть диван-кровать или кресло-кровать.

Мебель-трансформер может использоваться практически во всех комнатах. Так, в детской она будет как нельзя кстати. Детям требуется много места для игры. Дети стремительно растут, и появляется необходимость менять предметы обстановки. Но многофункциональная мебель решит и эту проблему: столик для пеленания младенца можно со временем превратить в игровой стол, а далее в парту и компьютерный стол; кровать может также «расти» вместе с ребенком, может включать в себя место для учебы и игровую площадку; на случай пополнения в семье кровать можно разложить до двухъярусной и так далее.

Универсальная мебель позволит разместить больше гостей, если включает в себя дополнительные складные стулья и стол. Журнальный столик может быть «превращен» в обеденный стол и обратно. Для работы дома или в офисе пригодится тумба, которая трансформируется в рабочий стол с выдвижными полками.

Таким образом, перспективная для организации нового производства ниша на мебельном рынке г. Иркутска определена. Следующим шагом исследования стало анкетирование, которое позволило оценить спрос на мебель и составить образ потенциального покупателя.

Опрос проводился путем заполнения анкет жителями г. Иркутска. Опрашивались лица старше 18 лет. Всего в результате опроса было обработано 144 анкеты.

Далее приводятся основные результаты опроса.

Распределение респондентов по полу и возрасту представлено на рис. 1 и 2.



Рис. 1. Распределение респондентов по полу

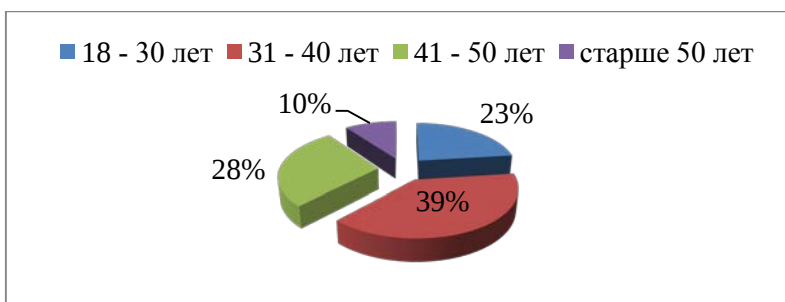


Рис. 2. Распределение респондентов по возрасту

Основными покупателями мебели являются женщины (64 % опрошенных), а по возрастному делению чаще всего мебель покупают лица от 31 до 40 лет (39 % опрошенных) и лица от 41 до 50 лет (28 % опрошенных).

По социальному положению большую часть опрошенных составили служащие частных фирм (52 %), на втором месте – государственные служащие (23 %) (рис. 3).

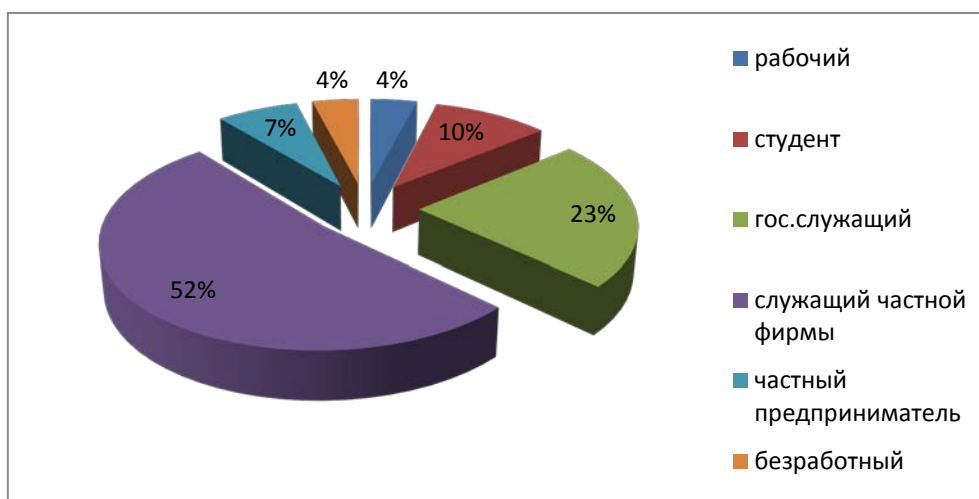


Рис. 3. Распределение респондентов по социальному положению

Из рисунка 4 видно, что доход большей части опрошенных (49 %) варьируется в диапазоне от 30 до 60 тысяч рублей в месяц на семью. Также значительная часть семей респондентов (35 %) живет на 17–30 тысяч рублей в месяц. 54 % опрошенных совершают крупные покупки 1 раз в полгода (рис. 5). При

этом, по оценкам самих респондентов, стоимость такой крупной покупки составляет 10–20 тысяч рублей (рис. 6).

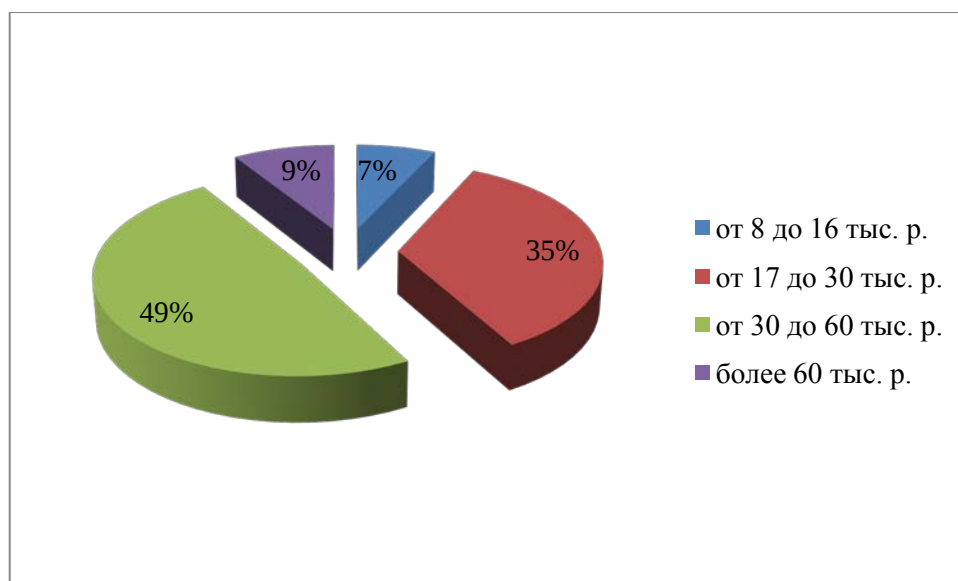


Рис. 4. Распределение респондентов по уровню ежемесячного дохода

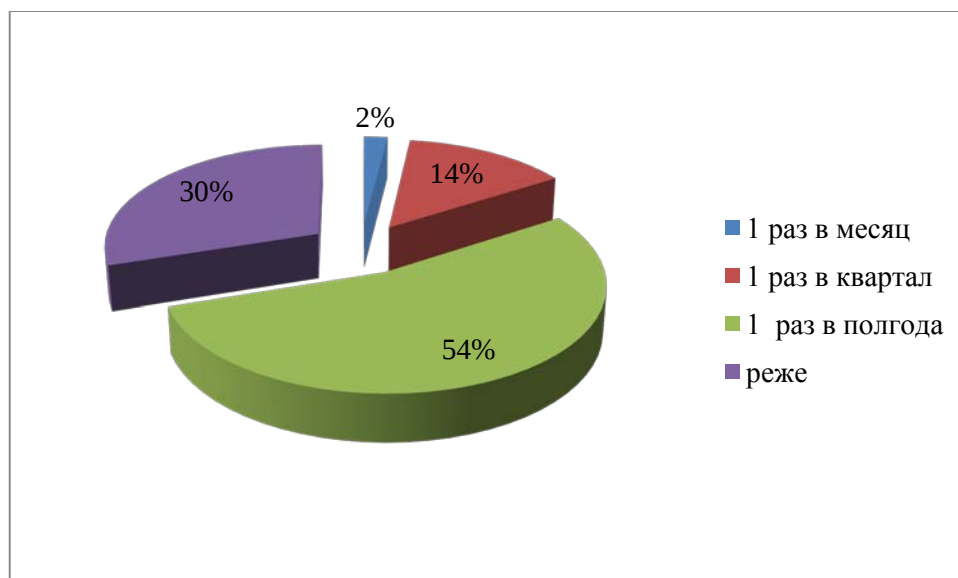


Рис. 5. Распределение респондентов по частоте совершения крупных покупок

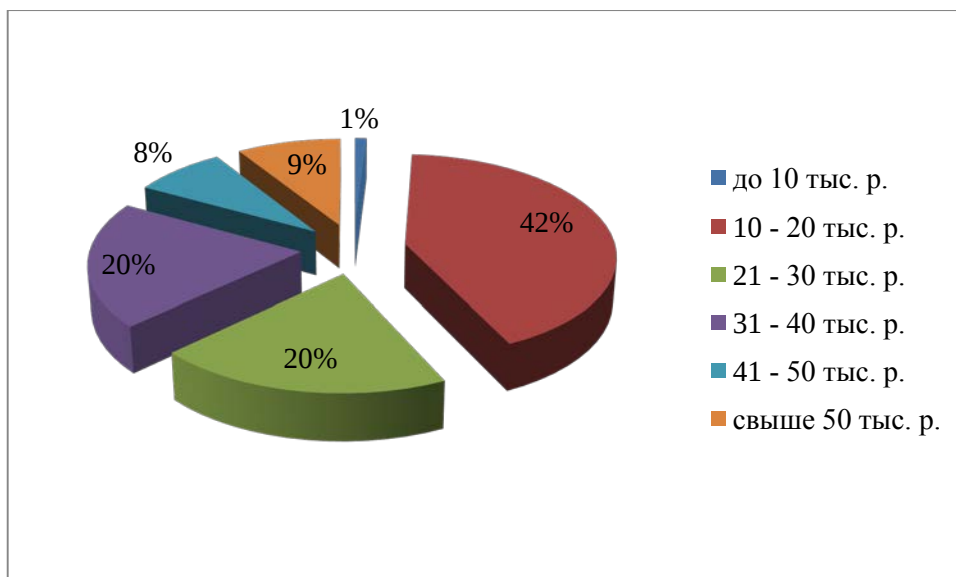


Рис. 6. Распределение респондентов по стоимости крупных покупок, совершаемых ими

Одной из основных задач исследования было выявление ключевых причин покупки мебели на местном рынке (рис. 7). По итогам анкетирования удалось установить, что главная причина покупки – это износ старой мебели (ее выбрал 41 процент респондентов), на втором месте – новоселье (27 %), на третьем – ремонт (18 %).

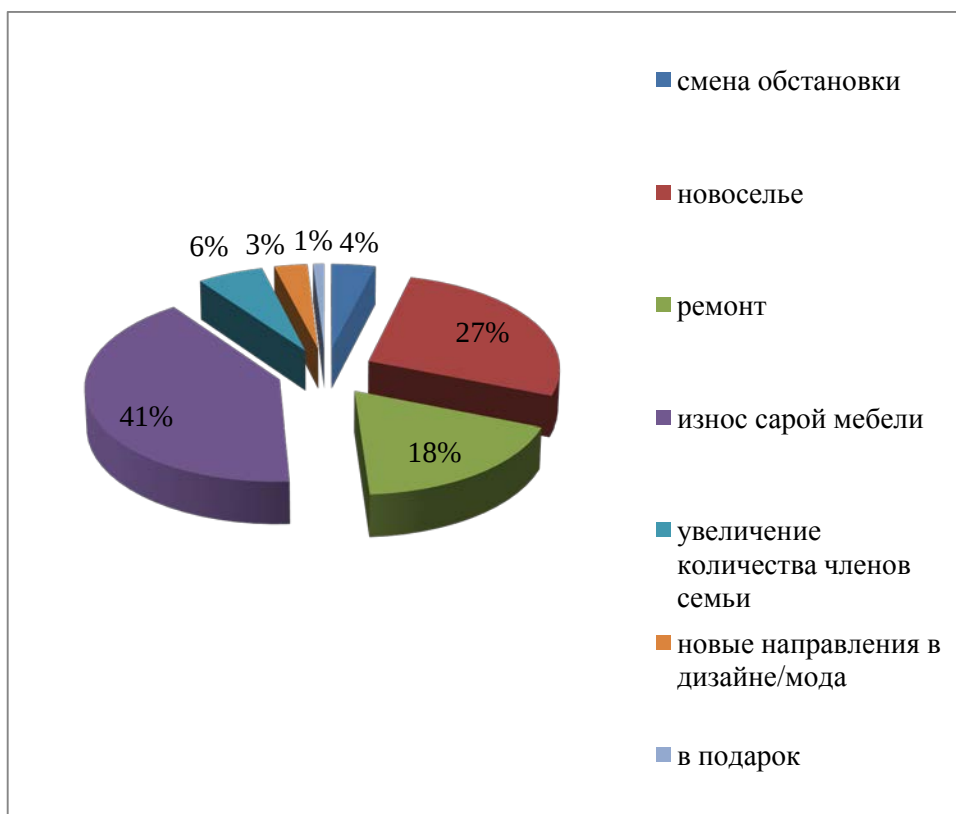


Рис. 7. Распределение респондентов по причинам покупки мебели

Результаты опроса подтверждают, что мебель относится к товарам длительного пользования, так как 51 процент респондентов ответили, что покупают мебель раз в пять лет (рис. 8).

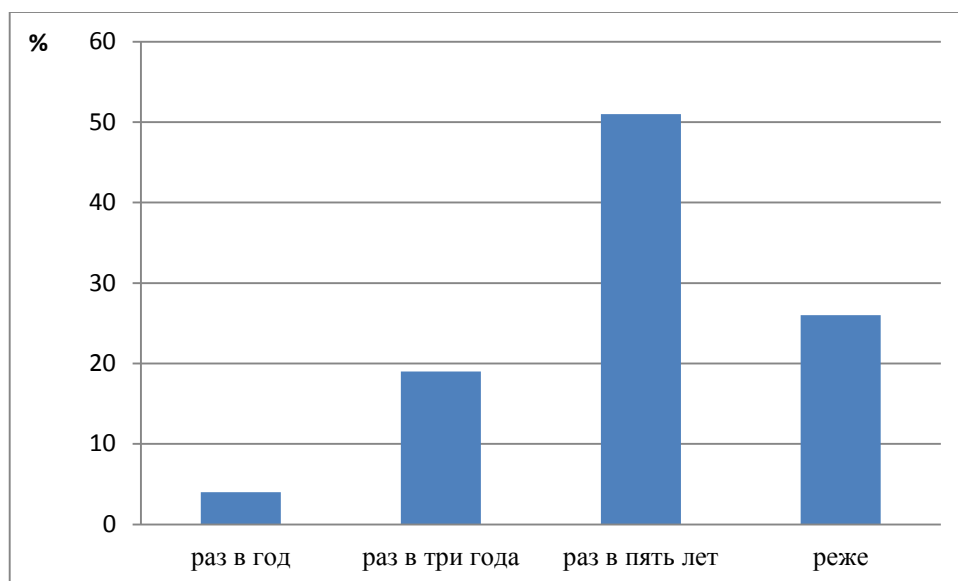


Рис. 8. Частота покупки мебели

Также по результатам опроса были ранжированы потребительские характеристики мебели по степени важности для респондентов (рис. 9). Как видно из рисунка, функциональность выбрало 28 % опрошенных, безопасность 19 % и эргономичность 14 %.

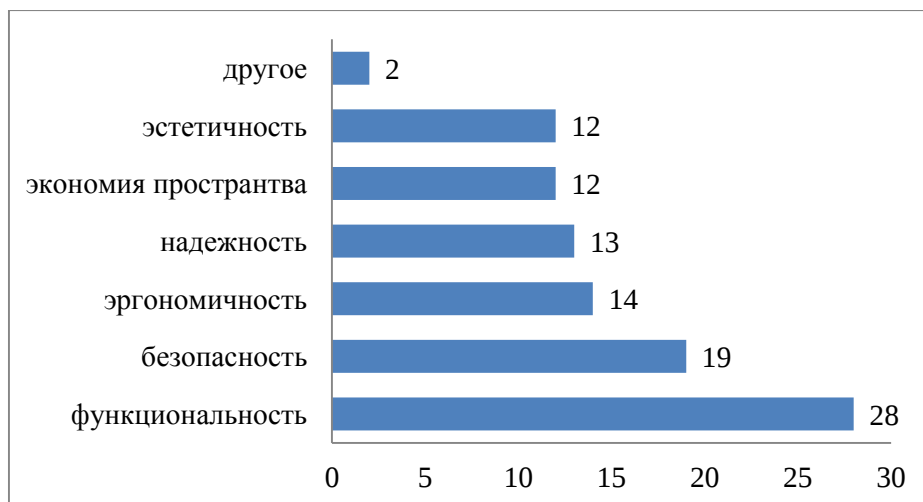


Рис. 9. Распределение респондентов по выбору наиболее важной характеристики мебели

Основными критериями при выборе места покупки мебели стали цена и качество предлагаемого товара (28 и 27 % соответственно), за ними следует такой критерий, как скидки (15 %). Так, в настоящее время большая часть поку-

пателей, принимая решение о месте покупки, обращают внимание, прежде всего, на цену мебели у данного продавца (рис. 10).

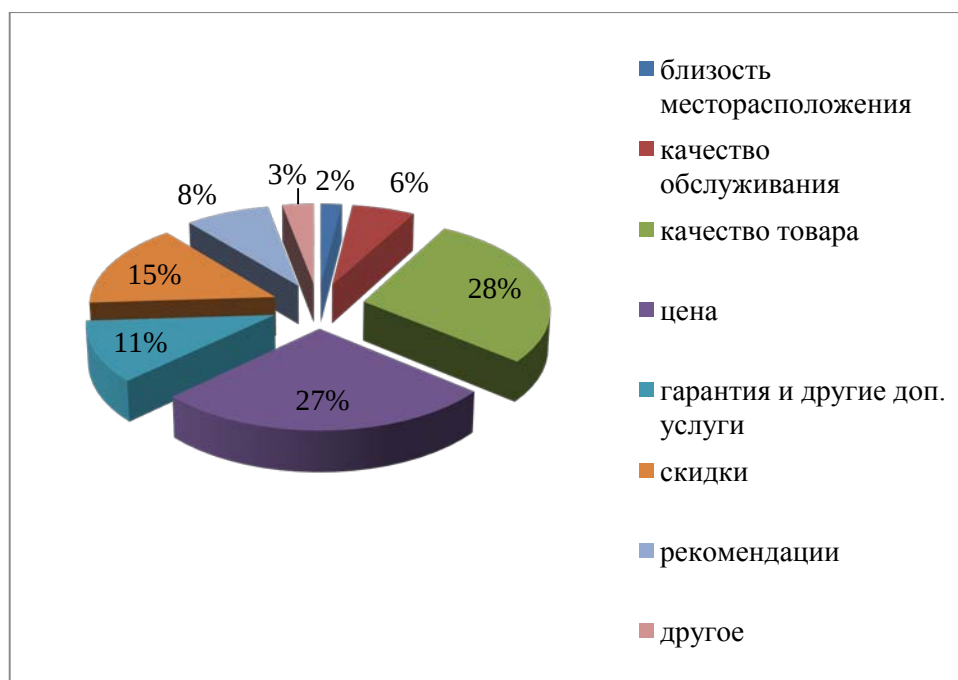


Рис. 10. Распределение респондентов по основному критерию при выборе места покупки мебели

Кроме того, удалось установить, что 54 % респондентов предпочтут купить мебель отечественного производства (рис. 11), что объясняется, прежде всего, ее относительно невысокой ценой. Дополнительно респонденты сообщали, что при всем прочем не хотят приобретать некачественно и неаккуратно изготовленную мебель по низким ценам.

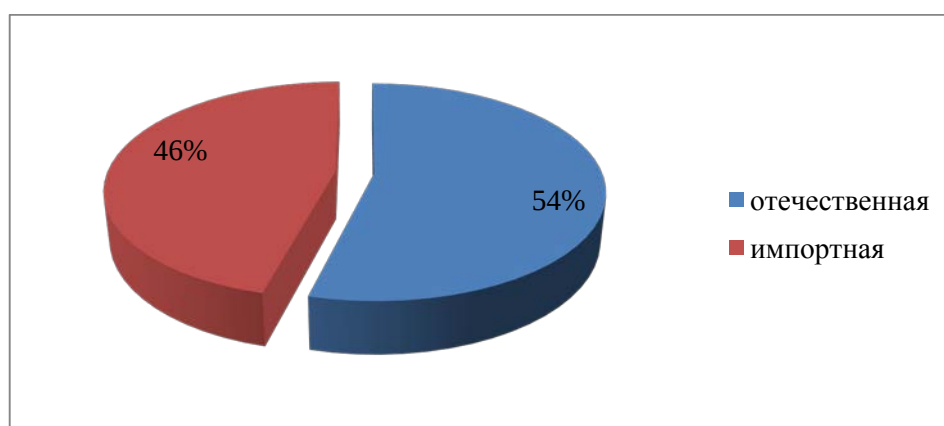


Рис. 11. Распределение респондентов по предпочтению в производителях мебели (зарубежные/отечественные)

Итак, по результатам проведенного исследования был составлен образ потенциального покупателя мебели на рынке г. Иркутска:

- чаще всего мебель покупают женщины,
- возраст покупателя обычно варьируется в диапазоне от 31 до 40 лет,
- доход на семью составляет 30–60 тыс. р. в месяц,
- крупные покупки совершает раз в полгода и стоимость такой крупной покупки оценивает в пределах 10–20 тыс. р.,
- главные причины покупки мебели: износ старой, новоселье, ремонт,
- мебель покупается раз в пять лет,
- наиболее важны такие потребительские характеристики, как функциональность, безопасность и эргономичность,
- при выборе места покупки, прежде всего, обращается внимание на цену товара, а также на его качество,
- лояльность к отечественному производителю.

Список использованной литературы

1. Бизнес-омбудсмен. Новости [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.ombudsmanbiz-irk.ru/news/default/info/597/> (26.04.2017).
2. ГОСТ 20400-2013. Продукция мебельного производства. Термины и определения [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: <http://www.internet-law.ru/gosts/gost/55835/> (26.04.2017).
3. Лысенко М. В. Особенности мебельного рынка в России как рынка товаров длительного пользования [Электронный ресурс] / М. В. Лысенко, Ю. В. Калинина, 2013. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/74/4583> (26.04.2017).
4. Продажа мебели в Иркутске [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : <http://ir-kutsk.ru/Mebelx,-interxer> (26.04.2017).