

УДК 339.138

Л.И. Рубаха

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КУХОННОЙ МЕБЕЛИ
БЛАГОВЕЩЕНСКА**

В статье представлены результаты маркетингового исследования предпочтений потребителей кухонной мебели г. Благовещенска, которое выявило значимые факторы при выборе мебели в период кризиса.

Ключевые слова: предпочтения потребителей, факторы выбора, цена, качество, степень важности, ассортимент мебели, скидки.

**CONSUMERS, PREFERENCES, CHOICE FACTOR, PRICE, QUALITY,
PRIORITY LEVEL, ASSORTMENT OF FURNITURE, DISCOUNTS**

This article presents the results of marketing research about consumers preferences of kitchen furniture in Blagoveshchensk city. The results brings to light significant factors which had influence on consumers choice of kitchen furniture in period of crisis.

Key words: preferences of consumers, factors of choice, price, quality, importance, assortment of furniture, discounts.

С каждым годом в России меняется отношение к среде обитания, включая интерьеры и обстановку жилищ. Если не так давно основными считались чисто функциональные характеристики мебелировки, то сегодня все большее внимание уделяется ее эстетической стороне. Причем эта тенденция характерна не только для столиц.

Многих покупателей уже не удовлетворяют стандартные мебельные гарнитуры, которые не всегда удается удачно разместить в современных квартирах. Мебель на заказ становится сегодня все более привычным способом создания в наших жилищах современного интерьера.

В декабре 2015 г. нами было проведено маркетинговое исследование предпочтений потребителей кухонной мебели. В опросе приняли участие жители г. Благовещенска, из них в возрасте 21-40 лет – 62,16%, 41 и старше – 37,84%. Почти половина (45,95%) респондентов имеют высшее образование, 66,67% опрошенных проживают в благоустроенных квартирах, 30,41% имеют среднемесячный доход на каждого члена семьи 11-15 тыс. рублей, 25,68% – 16-20 тыс. рублей. У большей части респондентов в составе семьи – 3 или 4 человека (36,47% и 25,68% соответственно).

Опрос показал, что половина респондентов (50,34%) планируют заменить кухонную мебель, из них 28,99% опрошенных хотят совершить покупку через год. Чуть больше четверти участников опроса (26,81%) выбрали вариант ответа «Другое» (и пояснили: после переезда, не скоро, в ближайшем будущем – 3 года, 5 лет). Вероятнее всего, это связано с нестабильной экономической ситуацией, когда далеко не все могут позволить себе достаточно дорогую покупку (рис. 1). Среди участников опроса были и те, кто запланировал купить кухонную мебель через три месяца (13,77%) или через полгода (18,84%).

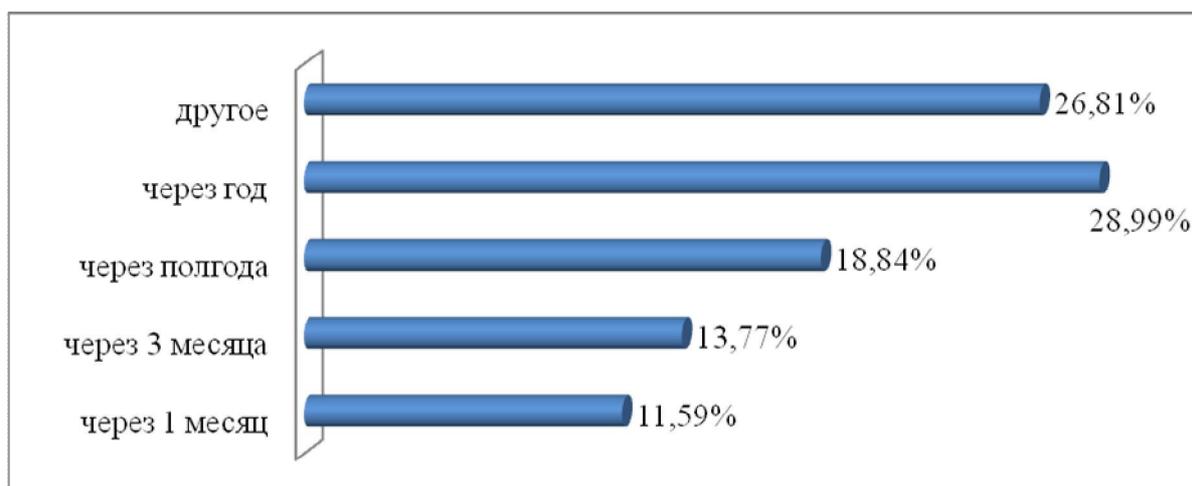


Рис. 1. Сроки совершения покупки кухонной мебели.

Покупать кухонную мебель жители Благовещенска планируют либо в крупном мебельном центре (41%), либо закажут у индивидуального предпринимателя (28,78%). Только 10,79% опрошенных готовы заказать мебель через Интернет. Ни один из респондентов не планирует сделать мебель сам из купленного сырья.

В большей степени (43,67%) потребителей интересует кухонная мебель, изготовленная из натурального дерева (массива), только 2,83% опрошенных готовы купить мебель из пластика.

При выборе кухонной мебели важными факторами для потребителей являются ее цена и качество, цветовая гамма, материалы корпуса и предоставляемые гарантии (табл. 1).

Таблица 1

Степень важности факторов при выборе кухонной мебели

Фактор	Степень важности
Цена	8,5
Качество	8,4
Материалы корпуса	8
Цветовая гамма	7,9
Предоставляемые гарантии	7,9
Возможность получения скидок	7,6
Срок изготовления	7,4
Разнообразие представленной мебели	7,3
Дизайн	7,3
Разнообразие представленной фурнитуры и аксессуаров	6,6
Возможность купить в рассрочку/кредит	6,4
Удобство для осмотра экспозиции	6
Профессионализм менеджеров	5,8
Торговая марка приобретаемого товара	5,2

На вопрос анкеты «Какой вариант приобретения мебели для Вас предпочтителен?» участники опроса ответили так: вариант «Куплю готовый набор кухонной мебели с доставкой в день покупки» выбрали 31,21% опрошенных; «Закажу по каталогу с ожиданием доставки через 4-8 недель» – 8,51%; «Закажу по индивидуальному проекту с ожиданием до 2 недель» – 24,11%; «Закажу по индивидуальному проекту с ожиданием 2-4 недели» – 14,89%; для 21,28% опрошенных вариант приобретения мебели не имеет значения.

Предпочтительным вариантом для жителей г. Благовещенска является покупка готового набора мебели с доставкой в день покупки (31,21%), что, вероятно, связано с желанием покупателей видеть купленный товар «здесь и сейчас», не ожидая доставки через несколько дней. Кроме того, готовый набор мебели, как правило, стоит несколько меньше, чем сделанный на заказ.

Относительно предпочтений в цветовой гамме выявлено, что потребителям в большей степени нравится мебель светлых, естественных, натуральных цветов, – цвет дуба и ореха, белый и бежево-коричневый.

В результате опроса установлено, что большая часть участников опроса (23,74% и 30,21%) готовы заплатить за набор кухонной мебели до 60 тыс. рублей (это связано с низким среднемесячным доходом на каждого члена семьи), только около 13% респондентов готовы заплатить от 100 до 200 тыс. рублей (рис. 2).

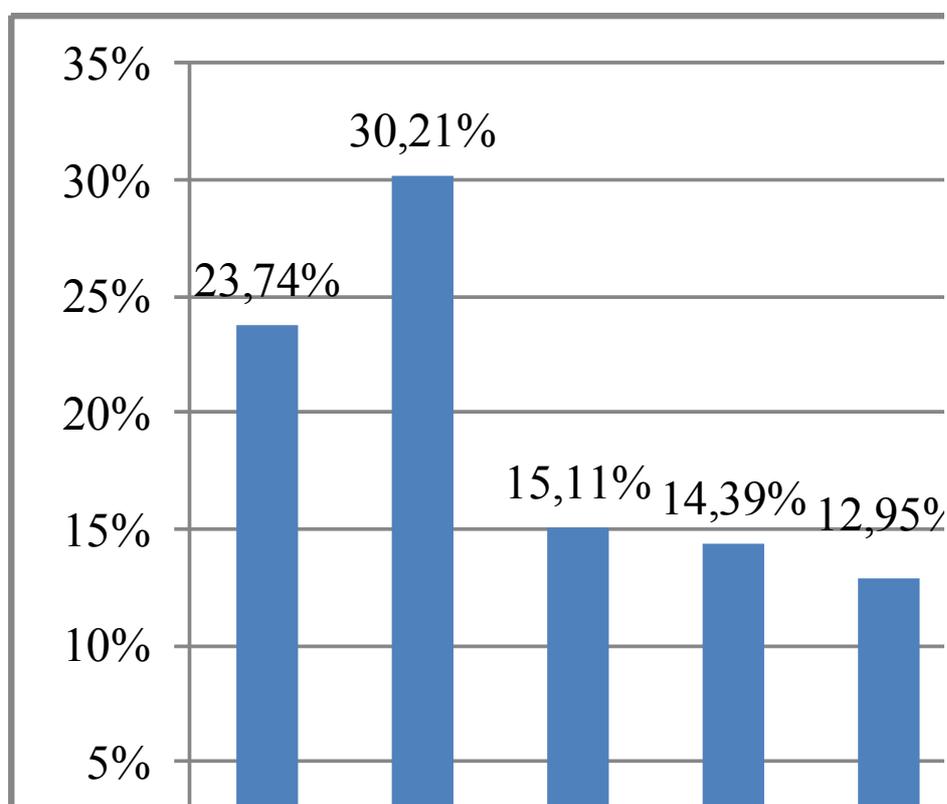


Рис. 2. Сумма, которую готов заплатить покупатель за набор кухонной мебели.

Выяснено, что при покупке большая часть потребителей кухонной мебели руководствуется такими характеристиками (табл. 2) как цена, качество, функциональность, материал изготовления мебели, дизайн, цвет и возможность изготовления на заказ.

Таблица 2

Предпочтительные характеристики, которыми руководствуются покупатели при покупке мебели для кухни

Характеристика	Количество респондентов, %
Функциональность	37,84
Дизайн	25
Материал изготовления	27,7
Оригинальность	14,19
Компактность	16,89
Экологичность	14,19
Возможность изготовления на заказ	18,92
Срок изготовления	14,86
Наличие рассрочки	10,14
Цвет	20,95
Цена	40,54
Качество	40,54

В ходе проведенного исследования было выяснено также, чем руководствуются потребители при выборе магазина для покупки кухонной мебели. Так, для большего количества участников опро-

са (43,24%, 37,16% и 56,08%) при выборе мебели важными являются ассортимент, наличие скидок и высокое качество кухонной мебели. Вероятнее всего, это связано с желанием покупателя иметь возможность выбора мебели, а также с желанием затратить на данный процесс как можно меньше времени и при этом получить скидку при покупке.

Таким образом, проведенное маркетинговое исследование позволило установить, что потребители г. Благовещенска предпочитают покупать кухонную мебель в торговом мебельном центре, готовы заплатить за набор кухонной мебели 60 тыс. рублей, при выборе магазина учитывают качество товара, ассортимент и наличие скидок, предпочитают купить готовый набор мебели с доставкой его в день покупки. Благовещенцы выбирают деревянную мебель цвета дуба/ореха или бежево-коричневого цвета. Важными факторами при этом являются ее цена и качество.

Отметим, что в равных условиях падения рынка находятся все без исключения игроки: Никита Семенов, вице-президент производственной ГК «Тополь», пытается искать плюсы в сегодняшней ситуации: «Есть и хорошие новости для нас: первая – рынки никогда не падают до нуля, а значит, мебельная отрасль не исчезнет и работа будет. Но опустить руки и плыть по течению – это для тех, кто решил в самом скором времени покинуть рынок. Вторая новость: нашим конкурентам тоже плохо. Они вынуждены также отвечать на вызовы рынка, тратить время, ресурсы, свершать ошибки. Этим можно и нужно пользоваться».

И производители, и ритейлеры начали уделять повышенное внимание ассортименту и сервису. Потребитель переходит в средний и низкий ценовой сегмент, а значит, игроки рынка вынуждены менять структуру ассортимента.

«Заметна тенденция, что покупатели не хотят бегать по разным магазинам, им удобно выбрать предмет мебели и к нему подобрать предметы интерьера, текстиль и т.д. в той же торговой точке. Если же приобретается обстановка для комнаты, то клиент ожидает особого к себе отношения: консультацию профессионального декоратора, возможность доставки, сборки и т.п.», – считает директор сети мебельных салонов «Медведь» Олег Ретанов.

Немаловажно работать с покупателями не только в офлайн-магазине, но и через Интернет. Все больше клиентов приезжают в магазин, как следует подготовившись, изучив сайт, спецпредложения, скидки. «Кстати, о скидках – торгуется сейчас не каждый пятый покупатель, как было раньше, а каждый первый. И даже те, кто раньше не смотрел на цены, спрашивают об акциях, подарках. И тут важно удовлетворить ожидания покупателя, тем более что конкуренты не дремлют», – отмечает Олег Ретанов.

Ассортиментная политика, операционная эффективность и обратная связь с клиентом – это основное, на чем сегодня концентрируют внимание игроки мебельного рынка.

Несмотря на все сложности, емкость мебельного рынка на конец 2015 г. оставалась высокой, по некоторым оценкам – это около 700 млрд. рублей в год. И после затишья обязательно наступят продажи: мебель, как и любой другой потребительский товар, со временем требует замены [1].

1. Национальное рейтинговое агентство. Отраслевой обзор по мебельной отрасли по состоянию на 16.06.2015 г. – Режим доступа: http://www.ra-national.ru/sites/default/files/other/mebel_otrasl_16_06_15.pdf 22.12.15.

2. <https://www.retail.ru/articles/105557/> 02.02.2017.

3. Красникова, Е.И., Дудченко, Л.А., Штейникова, О.Е. Маркетинговое исследование потребителей мебели ООО «Мебельная фабрика «Даурия» // Практический маркетинг. – 2010. – № 8.

Научная жизнь

XV РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «ФИЗИКА: ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ОБРАЗОВАНИЕ»

Региональная научная конференция «Физика: фундаментальные и прикладные исследования, образование» является ежегодной и проводится поочередно в городах Владивосток, Хабаровск, Благовещенск. Нынешняя, XV, прошла в Благовещенске, на базе Амурского государственного университета.

Традиционно конференция предоставляет молодым участникам возможность апробировать результаты своих научных исследований, обмениваться передовыми научными идеями, осуществлять конструктивный диалог по ключевым вопросам современных физических исследований и физического образования. Конференция позволяет поддерживать и укреплять научно-технический потенциал и интеграционные связи между регионами, использовать передовой опыт развития физических исследований и образования. Помимо молодых ученых, в качестве пленарных свои доклады представляли и маститые ученые из Санкт-Петербурга, Владивостока, Хабаровска и Благовещенска.

На конференцию были заявлены доклады по пяти направлениям: теоретическая физика и моделирование; физика конденсированного состояния; техническая физика; оптика и лазерная физика; физическое образование. По результатам конференции для публикации в журнале «Вестник Амурского государственного университета» программным комитетом были отобраны наиболее значимые в научном плане статьи.

Е.В. Стукова,

д-р физ.-мат. наук, зав. кафедрой физики Амурского государственного университета, член программного комитета XV региональной конференции «Физика: фундаментальные и прикладные исследования, образование»