

Научная статья

Original article

УДК 338.4

doi: 10.55186/2413046X_2023_8_6_287

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕБЕЛЬНОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ
ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF A FURNITURE
COMPANY IN THE RUSSIAN MARKET**



Артюшина Диана Евгеньевна, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», E-mail: diana068@mail.ru

Жегера Кристина Владимировна, к.т.н., доцент кафедры управление качеством и технология строительного производства, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», E-mail: jegera@yandex.ru

Artyushina Diana Evgenievna, Penza State University of Architecture and Construction, E-mail: diana068@mail.ru

Zhegera Kristina Vladimirovna,
Candidate of Sciences, Associate Professor, Penza State University of Architecture and Construction, E-mail: jegera@yandex.ru

Аннотация. Проблемы конкурентоспособности предприятия всегда являются актуальным вопросом. Интерес вызывает рынок производства мебели. Рынок мебельной продукции достаточно объемный, характеризующийся наличием зарубежных конкурентов с подобной продукцией. Для всестороннего анализа состояния рынка приводится анализ мирового, Российского и регионального рынка по производству и продаже

мебельной продукции. Представлен перечень лидирующих компаний по производству мебели в России и Пензенской области. В качестве объекта исследования выбрано одно из предприятий Пензенской области по производству мебели. Проведены PEST-анализ и SWOT-анализ с целью анализа микроструктуры предприятия и разработки мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия на рынке. По результатам анализа предложен перечень действий компании, направленных на регулирование его макросреды и внутренней макроструктуры.

Abstract. The problems of competitiveness of an enterprise are always an urgent issue. The furniture manufacturing market is of interest. The market of furniture products is quite voluminous, characterized by the presence of foreign competitors with similar products. For a comprehensive analysis of the state of the market, an analysis of the global, Russian and regional market for the production and sale of furniture products is provided. The list of leading furniture manufacturing companies in Russia and the Penza region is presented. One of the enterprises of the Penza region for the production of furniture was chosen as the object of research. PEST analysis and SWOT analysis were carried out in order to analyze the microstructure of the enterprise and develop measures to increase the competitiveness of the enterprise in the market. Based on the results of the analysis, a list of the company's actions aimed at regulating its macro environment and internal macrostructure is proposed.

Ключевые слова: мебельная продукция, мировой рынок, конкуренты, оценка конкурентоспособности, PEST-анализ, SWOT-анализ

Keywords: furniture products, world market, competitors, competitiveness assessment, PEST analysis, SWOT analysis

Введение. Рынок мебельной продукции представляет собой конкуренцию, поскольку состоит из множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен.

Производимая продукция отличается друг от друга качеством, свойствами, сервисным обслуживанием. Рынок мебельной продукции достаточно объемный, характеризующийся наличием зарубежных конкурентов с подобной продукцией [1-3].

В 2022 году объём мирового рынка мебели составляет \$1 147 млрд., что на 3,4% выше, чем в 2021 году. На долю Азии приходится \$557,65 млрд., а Европы \$386 млрд., что составляет 48,6% и 33,6% от общемирового соответственно. Доля европейского рынка продолжает неуклонно снижаться, что эксперты объясняют как быстрым экономическим ростом в азиатских странах, так и тенденциями в Европе, когда потребители всё больше предпочитают брать мебель в аренду, а не покупать её. Практически все производство и 92% потребления продукции отрасли обеспечивают 60 основных стран. Традиционно основными производителями являлись такие страны, как Америка, Китай, Италия, Германия, Япония, Индия, Великобритания, Бразилия и Франция (рис.1).

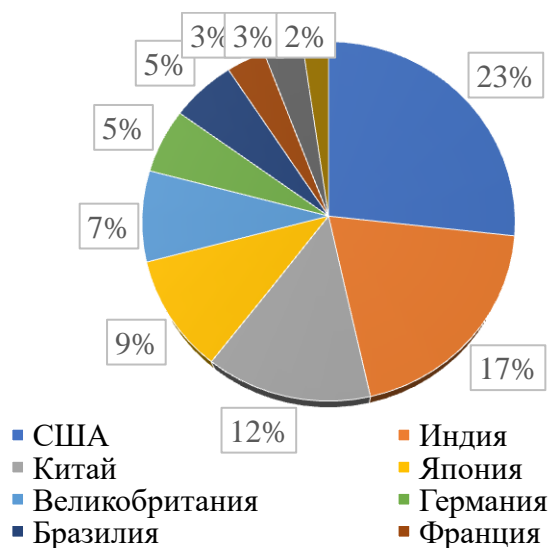


Рисунок 1. Мировое производство мебели (по данным аналитического центра CSIL Milano)

Объём производства мебели в России в 2022 году увеличился по сравнению с 2021 годом в денежном выражении на 15,2%, до 356 млрд

рублей. Одним из факторов успешного развития мебельной отрасли в 2022 году считается грамотную ценовую политику ведущих игроков рынка РФ. Своевременное снижение производителями отпускных цен на мебель, несмотря на усугубляющийся глобальный экономический кризис, помогло стабилизировать ситуацию с продажами и поддержать покупательский спрос, что в свою очередь способствовало увеличению загрузки производственных мощностей и стабильности работы предприятий.

Развитие мебельного производства как отрасли лесной промышленности, представленного в стране большим количеством как малых предприятий, так и среднего и крупного бизнеса. Наиболее значимые российские мебельные производства располагаются в крупных городах — Москве и Санкт-Петербурге (рис. 2).

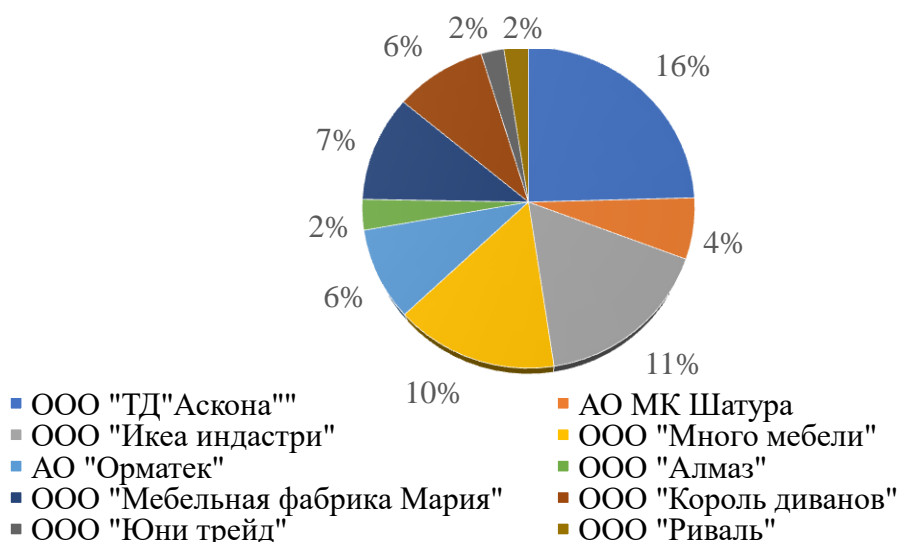


Рисунок 2. Крупнейшие Российские производители (по данным аналитического центра CSIL Milano)

Рассмотрим рынок производства мебели в России более подробно (рис.3).

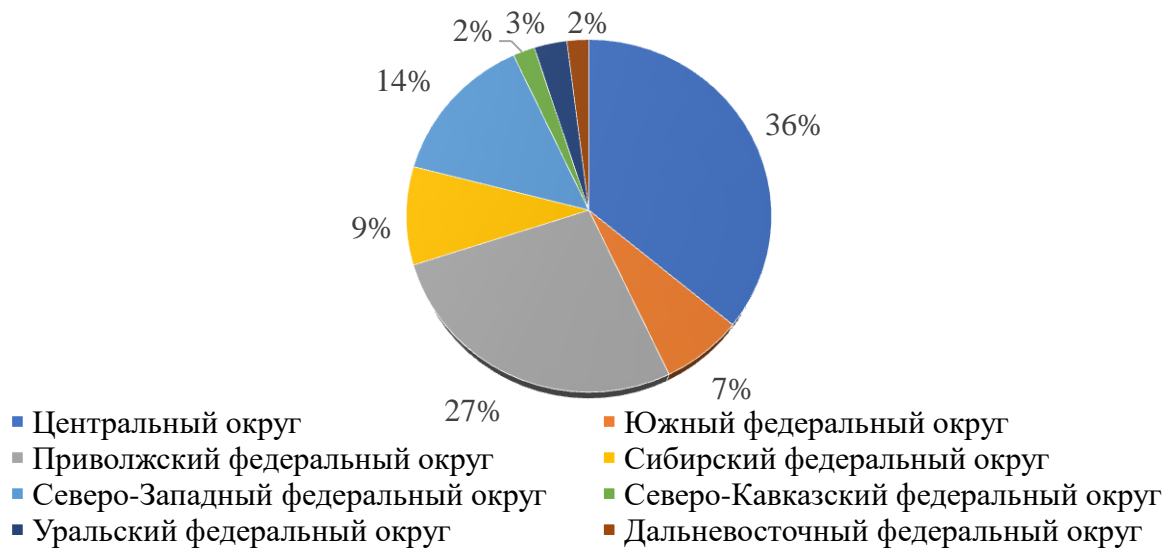


Рисунок 3. Структура производства мебели федеральных округов (по данным Росстат)

Лидерами по производству мебели можно считать Центральный и Приволжский федеральные округа. Пензенская область считается столицей мебельных производств, около 30% мебели производится именно здесь.

Перечень наиболее крупных и популярных мебельных предприятий в Пензенской области: ДСВ Мебель, Горизонт, Сурская мебель, Лером, Smarti, Фабрика стильной мебели, SV-Мебель, BTS, Стендмебель, Мир мебели, Интерьер-центр, Сириус, Мебель Поволжья, Илком, 12 стульев, Мир зеркал и другие.

Рассмотрим основных конкурентов ООО «SV-Мебель» более подробно (Таблица 1).

Таблица 1. Основные конкуренты ООО «SV-Мебель»

Наименование предприятия - конкурента	Производимая продукция	Конкурентные преимущества
ООО «МК БТС»	Корпусная мебель, спальни, прихожие, детская мебель, товары для дома	Оптимальное соотношение мебели по цене и качеству; широкая ассортиментная линейка; бонусы и отсрочки платежей; многоуровневая система скидок
ООО «Стендмебель»	Корпусная мебель, гостиные, кухни, прихожие	Быстрый срок изготовления; современный дизайн; усиленный контроль качества продукции
ООО «Горизонт»	Корпусная мебель	Минимальный процент брака; быстрая работа по рекламациям; качество, сравнимое с качеством среднего сегмента
ООО «Интерьер-центр»	Корпусная мебель	Уникальная модульная система для кухни; фабричная гарантия 2 года

Как видно из проведенных исследований на рынок по производству мебели достаточно плотный, так как существует большое количество производителей. В связи с этим, возникает необходимость разработки эффективной стратегии предприятия, направленной на обеспечение его конкурентоспособности.

Прежде чем разрабатывать стратегию необходимо определить уровень конкурентоспособности предприятия. В настоящее время существует достаточно большое количество расчетных, аналитических, а также расчетно-графических методов оценки конкурентоспособности предприятия, каждый из которых имеет свои достоинства и недостатки.

Методы проведения исследования. Одними из популярных и эффективных методов оценки конкурентоспособности предприятия являются PEST и SWOT анализы [4-10].

Наиболее распространенным методом исследования макроокружения является институциональный анализ (PEST-анализ). Его суть заключается в

изучении факторов среды косвенного воздействия, влияющих на деятельность организации. Вот суммирование этих основных факторов:

1. Политические факторы. Политика в области занятости, налогового законодательства, торговых ограничений может напрямую и косвенно влиять на бизнес, наряду с политической стабильностью и функционированием иностранных рынков.

2. Экономические факторы. Макроэкономические факторы, такие как инфляция, спрос, располагаемые доходы, влияют на то, как будет происходить управление бизнесом в настоящее время и в долгосрочной перспективе.

3. Социальные факторы. Это связано с убеждениями и культурой общества, в котором компания ведет свою деятельность.

4. Технологические факторы. Наконец, предприятиям также приходится иметь дело с изменениями в производстве, распределении и связи, новыми технологиями, чтобы успешно конкурировать с другими компаниями.

Ход исследования. Проведем PEST – анализ для одного из лидера по производству мебели на Пензенском рынке ООО «SV-Мебель» (Табл. 2).

Таблица 2. PEST – анализ ООО «SV-Мебель»

Фактор внешней среды	Влияние фактора	Вероятность изменения фактора	Оценка с поправкой на вес
Политические факторы			
Политические санкции	-2	3	-0,19
Прекращение отношений с европейскими странами	-3	5	-0,48
Ограничение импорта/экспорта	-2	3	-0,19
Закрытие границ для выезда граждан	+2	4	0,26
Экономические факторы			
Изменение курса валют	-3	5	-0,48
Уровень безработицы	-1	2	-0,06
Динамика доходов населения	+3	3	0,29
Социальные факторы			

Требования к качеству продукции и уровню сервиса	+3	5	0,48
Уровень жизни населения	-2	4	-0,26
Восприятие импортных товаров	-2	3	-0,19
Восприятие экологически чистых продуктов	+3	5	+0,48
Технологические факторы			
Появление новых технологий и материалов	+3	4	0,39
Автоматизация производственных линий	-2	3	-0,19
Итого	31		

Среди значимых политических факторов можно выделить прекращение отношений с европейскими странами, так как среди поставщиков предприятия значительная доля иностранных поставщиков. Прекращение политических отношений со странами-поставщиками влечет за собой потерю ключевых поставщиков и риск потери качества продукции. И закрытие границ для выезда граждан, что позволяет удержать клиентов и приобрести новых.

Среди экономических факторов можно выделить изменение курса валют, что связано опять же с высокой зависимостью предприятия от иностранных поставщиков качественных материалов. И динамика доходов населения, благодаря которой у предприятия появятся новые потребители.

Среди социальных факторов велико влияние повышения требований покупателей к качеству и сервису, а также высокие требования к экологичности применяемых материалов. Это требует постоянных усилий от компании по поиску новых материалов и технологий производства.

Высоко влияние технологических факторов в части появления на рынке новых материалов и технологий, что опять же тесно связано с высокими требованиями покупателей к экологичности и качеству продукции.

На основании данного анализа формируется матрица PEST-анализа, в которую включаются наиболее значимые факторы (Табл.3).

Таблица 3. Матрица PEST-анализа для мебельной компании

Политические факторы	Экономические факторы
Прекращение отношений с европейскими странами; закрытие границ для выезда граждан	Изменение курса валют; динамика доходов населения
Социальные факторы	Технологические факторы
Требования к качеству продукции и уровню сервиса; восприятие экологически чистых продуктов	Появление на мебельном рынке новых технологий и материалов;

Для того чтобы завершить анализ, необходимо сделать выводы: по каждому фактору прописать действия по снижению влияния фактора или использованию положительного влияния (Табл.4).

Таблица 4. Действия компании по регулированию макросреды

Политические факторы	Экономические факторы
Поиск качественных производителей в странах-партнерах и в России Поиск посредников в странах-партнерах	Использование инструментов страхования рисков Развитие новых направлений, развитие партнерств с производителями сопутствующей продукции
Социальные факторы	Технологические факторы
Организация постоянных встреч с поставщиками материалов Использование преимуществ в качестве и экологичности для построения сильного бренда компании Поиск новых путей улучшения сервиса	Постоянный мониторинг технологических новинок Участие в выставках

Изучив внешнее макроокружение предприятия следует изучить его внутреннюю макроструктуру. Это можно сделать с помощью SWOT – анализа. В процессе построения матрицы SWOT исследуем внешнюю и внутреннюю среду организации, установим связи между сильными и слабыми сторонами предприятия и внешними благоприятными и неблагоприятными факторами (Табл. 5).

Таблица 5. SWOT – анализ ООО «SV-Мебель»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - разнообразие ассортимента; - высокое качество продукции; - доступная цена; - новейшее оборудование; - хороший сервис; - постоянное взаимодействие с клиентами; - проверенные и надежные поставщики сырья; - бесплатная сборка у потребителей; - известность организации 	<ul style="list-style-type: none"> - строгий график работы для персонала; - текучка кадров; - недостаток средств защиты персонала; - слабая кадровая политика; - слабая маркетинговая политика; - снижение объема экспорта с 28% до 7%
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - привлечение кадров и их удержание; - повышение мотивации работников; - повышение эффективности системы охраны труда на предприятии; - разработка грамотной маркетинговой политики; - создание условий для удержания клиентов; - освоение новых технологий в мебельном производстве 	<ul style="list-style-type: none"> - развитие конкурентов; - экономическая нестабильность; - снижение финансового положения клиентов; - рост цен на сырье; - прекращение отношений с зарубежными странами

По результату SWOT-анализа можно выделить набор стратегических альтернатив. Из-за строгого графика работы и постоянной текучести кадров, необходимо разработать политику мотивации и обеспечить карьерный рост, это будет привлекать и удерживать персонал. Так же необходимо разработать грамотную маркетинговую политику, например, ввести скидки для постоянных клиентов, что поможет удержать клиентов. Для освоения новых технологий в производстве необходимо проводить постоянный мониторинг технологических новинок и мирового мебельного производства.

Выводы. Полученные в ходе проведенных исследований данные позволили сформулировать ряд рекомендаций, применение которых на предприятии позволит повысить его конкурентоспособность.

Список источников

1. Жигарев В.А. Современные тенденции на рынке мебели в России и возможные стратегии конкурентоустойчивости мебельных предприятий //

Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2019. – №3 (105). – С. 129-139.

2. Павлов А.К. Виды стратегий управления цепями поставок на рынке мебельной продукции // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. – №2(122). – С. 220-223.

3. Грибов А.С. Конкурентный анализ на рынке мебельной продукции для детских комнат // Форум молодых ученых. 2019. – № 10 (38). – С. 177-182.

4. Кузьменко О.В., Чекарь В.Н., Мостипан С.В. PEST-анализ в системе стратегического маркетингового анализа // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. – № 2 (96). – С. 217-223. doi:10.24412/2411-0450-2023-2-217-223

5. Маслов Е.А., Сярдова О.М. SWOT и PEST анализ организации. преимущества и недостатки // Экономика и социум. 2021. – № 4-2 (83). С. 160-163.

6. Лесняков А.О. PEST-Анализ хозяйствующего субъекта (на примере ООО «БИЗНЕС АЙКЬЮ») // Научный журнал молодых ученых. 2021. – № 2 (23). – С. 90-94.

7. Майкова П.Н., Майкова Е.Н. Роль и значение анализа в деятельности предприятия // Форум молодых ученых. 2021. – № 11(63). – С. 239-243.

8. Орлов С.Н., Луговой И.Н. Межрегиональная оценка моделей адаптации предпринимательства в условиях динамичных изменений // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2021. – № 4. – С. 435-442.

9. Симанов А.Ю. Современные подходы к оценке функционирования предприятий малого и среднего бизнеса // Московский экономический журнал. 2022. – №8. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-8-2022-42/>

10. Сапунов А.В. Оптимизация инструментов стратегического анализа // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. – №6-2. – С. 182-184. doi:10.24412/2411-0450-2021-6-2-182-184

References

1. ZHigarev V.A. Sovremennye tendencii na rynke mebeli v Rossii i vozmozhnye strategii konkurentoustojchivosti mebel'nyh predpriyatij // Vestnik Rossijskogo ekonomicheskogo universiteta im. G. V. Plekhanova. 2019. – №3 (105). – S. 129-139.
2. Pavlov A.K. Vidy strategij upravleniya cepyami postavok na rynke mebel'noj produkcii // Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. 2020. – №2(122). – S. 220-223.
3. Gribov A.S. Konkuretnyj analiz na rynke mebel'noj produkcii dlya detskih komnat // Forum molodyh uchenyh. 2019. – № 10 (38). – S. 177-182.
4. Kuz'menko O.V., CHEkar' V.N., Mostipan S.V. PEST-analiz v sisteme strategicheskogo marketingovogo analiza // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. 2023. – № 2 (96). – S. 217-223. doi:10.24412/2411-0450-2023-2-217-223
5. Maslov E.A., Syardova O.M. SWOT i PEST analiz organizacii. preimushchestva i nedostatki // Ekonomika i socium. 2021. – № 4-2 (83). S. 160-163.
6. Lesnyakov A.O. PEST-Analiz hozyajstvuyushchego sub"ekta (na primere ООО «BIZNES AJK'YU») // Nauchnyj zhurnal molodyh uchenyh. 2021. – № 2 (23). – S. 90-94.
7. Majkova P.N., Majkova E.N. Rol' i znachenie analiza v deyatel'nosti predpriyatiya // Forum molodyh uchenyh. 2021. – № 11(63). – S. 239-243.
8. Orlov S.N., Lugovoj I.N. Mezhhregional'naya ocenka modelej adaptacii predprinimatel'stva v usloviyah dinamichnyh izmenenij // Korporativnoe upravlenie i innovacionnoe razvitie ekonomiki Severa: Vestnik Nauchno-issledovatel'skogo centra korporativnogo prava, upravleniya i venchurnogo

investirovaniya Syktyvkarskogo gosudarstvennogo universiteta. 2021. – № 4. – S. 435-442.

9. Simanov A.YU. Sovremennye podhody k ocenke funkcionirovaniya predpriyatij malogo i srednego biznesa // Moskovskij ekonomicheskij zhurnal. 2022. – №8. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-8-2022-42/>

10. Sapunov A.V. Optimizaciya instrumentov strategicheskogo analiza // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. 2021. – №6-2. – S. 182-184. doi:10.24412/2411-0450-2021-6-2-182-184

Для цитирования: Артюшина Д.Е., Жегера К.В. Оценка конкурентоспособности мебельного предприятия на российском рынке // Московский экономический журнал. 2023. № 6. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-6-2023-33/>

© Артюшина Д.Е., Жегера К.В., 2023. *Московский экономический журнал*, 2023, № 6.