

УДК 66.02 q

## Анализ конкурентоспособности предприятий мебельной промышленности

Пухова В.М.  
РЭУ им .Г.В.Плеханова, г.Москва

**Аннотация.** Работа посвящена анализу конкурентоспособности предприятий мебельной промышленности, выпускающих корпусную мебель. Также проведен сравнительный анализ по балльной системе оценивания и построен многоугольник конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, корпусная мебель, предприятия мебельной промышленности.

По мнению М. Портера, конкурентоспособность предприятия определяется, во многом, уровнем конкурентоспособности его экономического окружения, зависящего, в свою очередь, от конкуренции внутри кластера и базовых условий. Автор дает определение конкурентоспособности компании как способность эффективно действовать в конкретный период времени на конкретном рынке путем реализации конкурентоспособных услуг и товаров. [1]

М. Портером разработана широко признанная методика анализа конкурентоспособности. Кроме того, им выделены этапы повышения конкурентоспособности национальной экономики (начиная с этапа «первичных факторов», например – дешевый труд, до стадии конкуренции, основанной на инновациях и до последней стадии – конкуренции, основанной на богатстве). М. Портер отмечает прямую связь между конкуренцией и уровнем требований покупателей на внутреннем рынке и успехом компании на международных рынках. То есть, слабая конкурентная среда внутри страны обуславливает утрату конкурентных преимуществ компании за ее пределами.

Учитывая вышеназванное, можно вывести следующее определение конкурентоспособности субъекта предпринимательской деятельности: конкурентоспособностью предпринимательской структуры является ее превосходство относительно конкурентов в определенных сегментах рынка в конкретный период времени. [2]

Корпусная мебель на данный момент времени составляет около 70% от всей производимой мебели,

поэтому практически все компании выпускают данный вид мебели, за исключением специализированных мебельных компаний. Соответственно конкуренция в данном сегменте продаж высокая и новым компаниям достаточно тяжело выйти на рынок мебели, так как много компаний, которые имеют уже определенную репутацию и зарекомендовали себя на рынке мебели. Мелкие компании, которые не развивают свою производственную базу, постепенно исчезают. И хотя они обладают высокой конкурентоспособностью по цене, так как их издержки на аренду помещения и налоги невелики, они не выдерживают конкуренции по качеству с крупными производителями. [3]

Таким образом, для анализа конкурентоспособности мебельных предприятий были взяты компании, выпускающие и специализирующиеся, в основном, на корпусной мебели. Рассмотрим конкурентоспособность компании «Шатура» по отношению к конкурентам по следующим показателям: полнота ассортимента, цена за коллекцию гостиной, внешний вид коллекций, узнаваемость бренда на рынке мебели, качество обслуживания в магазине, рекламная активность, условия доставки и сборки мебели, удобство пользования интернет-магазином.

Для сравнения цены и внешнего вида были выбраны коллекции гостиных в классических стилях примерно одинаковой конфигурации. Также качество обслуживания было оценено непосредственно в магазинах. [4]

Таблица 1. Сравнительный анализ мебельных компаний

	«ШАТУРА»	«ЛАЗУРИТ»	«Дятьково»	«ИнтерДизайн»	«Ангстрем»
Полнота ассортимента	10	10	7	8	9
Цена за гостиную	7	8	5	8	7
Внешний вид коллекции	8	9	7	6	9
Узнаваемость компании на рынке	9	7	9	6	8
Качество обслуживания	7	9	5	6	9
Рекламная активность	7	6	7	5	6
Условия доставки и сборки	6	7	8	9	10
Удобство пользования интернет-магазином	7	10	6	7	9
Общий балл	61	66	54	55	57



Рис.1. Многогранник конкурентоспособности

Для сравнения были выбраны ближайшие конкуренты компании «Шатура»: «Лазурит», мебельный холдинг "Ангстрем", «Дятьково», «ИнтерДизайн». Данные компании находятся в среднем ценовом сегменте и имеют в своем ассортименте похожие коллекции. Поэтому выбранные показатели оценивания наиболее важны для потребителей при выборе мебели в похожих магазинах. Клиент выберет тот магазин, в котором вышеуказанные показатели находятся в сбалансированном соотношении.

Сравнительный анализ был проведен с помощью балльной системы оценивания: от 1 до 10. Наивысшим баллом является -10, наименьшим - 1. Максимальное количество баллов - 80. В таблице 1 произведен непосредственно сравнительный анализ мебельных компаний.

Исходя из данной таблицы можно построить многоугольник конкурентоспособности, который отображен на Рисунке 1.

Исходя из вышеизложенных данных можно сделать вывод, что компания «Лазурит» является наиболее привлекательной для потребителей, так как все исследуемые показатели находятся в наиболее сбалансированном соотношении.

#### Литература:

1. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / М.Портер – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003
2. Жигарев В.А. Методика оценки конкурентоспособности предприятий мебельной промышленности/В.А.Жигарев//Журнал «Статистика и экономика» - 2015 - №2
3. Крупнейшие производители мебели в России [Электронный ресурс]– 23.07.2019 - Электрон. дан. – Режим доступа: [https://www.delprof.ru/press-center/open\\_analytics/4745/](https://www.delprof.ru/press-center/open_analytics/4745/)
4. Интернет-магазин АО МК «ШАТУРА» [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.shatura.com>
5. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров. - Чалых Т.И., Пехташева Е.Л., Райкова Е.Ю., Умаленова Н.В., Фукина О.В., Ибрагимова Н.А., Золотова С.В., Сорокин Д.А., Горюнова О.Б. - Учебник для бакалавров / Под редакцией Т.И. Чалых, Н.В. Умалёновой. Москва, 2019. (2-е издание, стереотипное)
6. Мебельная отрасль: современное состояние и перспективы развития. - Пухова В.М., Ибрагимова Н.А. - Экономика и предпринимательство. 2019. № 11 (112). С. 624-627.
7. Актуальность преподавания товароведения как учебной дисциплины в концепции современных наук о предпринимательстве. - Ибрагимова Н.А. - Экономика и предпринимательство. 2019. № 5 (106). С. 742-744.
8. Выбор номенклатуры показателей качества и методов исследования для характеристики свойств галантерейной кожи. - Ибрагимова Н.А. - Евразийское Научное Объединение. 2018. № 1-1 (35). С. 34-37.
9. Влияние технологии выделки на свойства галантерейных кож из овчины. - Ибрагимова Н.А. - Диссертация на соискание ученой степени кандидата технических наук / Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. Москва, 2009

Следующей идет компания «Шатура». Данная компания из всех самая опытная на рынке мебели, поэтому узнаваемость бренда может быть оценена наивысшим баллом. Компания наработала достаточно большую клиентскую базу, за время существования также были привнесены новые дизайнерские решения. Однако, не в полной мере использован потенциал работы интернет-магазина. Так в интернет-магазине можно добавить отзывы потребителей о товаре, видео-презентации новых коллекций, также компания может вести свой блог по теме мебели. Также для потребителей условия доставки и сборки являются не выгодными, так как цена, например, за сборку мебели высчитывается от конечной суммы покупок без учета скидок. По сравнению со своими конкурентами слабым местом компании может считаться уровень и качество обслуживания, так как при обслуживании практически не использовались раздаточные материалы, не были разъяснены некоторые акции.

Что касается компаний «Дятьково», «Ангстрем» и «ИнтерДизайн», то они находятся примерно на одинаковом уровне, но каждый уступает по своему признаку.

10. Изучение наноструктуры коллагена и кожевенных материалов. - Лычников Д.С., Ибрагимова Н.А. - В книге: III Международная конференция по коллоидной химии и физико-химической механике посвящена двухсотлетию открытия электрокинетических явлений Ф.Ф. Рейсом: программа и резюме докладов. 2008. С. 29-30.
11. Конструирование и технология изделий из кожи, влияние технологических процессов производства на термодинамические характеристики дермы овчины. - Ибрагимова Н.А. - В книге: Достижения текстильной химии - в производство (Текстильная химия - 2004) Тезисы докладов. 2004. С. 104.
12. Электрический потенциал кож. - Ибрагимова Н.А., Лычников Д.С., Мазанов А.А., Михалёва К.Ю. - В сборнике: Новые биокрибернетические и телемедицинские технологии XXI века для диагностики и лечения заболеваний человека ("НБИТТ-21") Материалы междисциплинарной конференции с международным участием. 2003. С. 13-14.
13. Отечественный рынок кожгалантерейных изделий. - Ибрагимова Н.А., Умаленова Н.В. - В книге: Шестнадцатые Международные Плехановские чтения Тезисы докладов докторантов, аспирантов и научных сотрудников. 2003. С. 248-249.
14. Термодинамические параметры кожевенного сырья и полуфабриката из овчины. - Лычников Д.С., Макаров-Землянский Я.Я., Сапожникова А.И., Белевцова Д.В., Фукина О.В., Умаленова Н.В., Ибрагимова Н.А., Герасименко В.С., Веретин В.С., Мазанов А.А., Студеникин С.И., Кочетова С.П., Чурсин В.И., Кленовская Н.В., Горбатов С.В., Зыкова Н.В., Львова А.Н., Шапкарина Н.П., Шименович Б.С. - В сборнике: Новое в меховом производстве Сборник научных трудов. Открытое акционерное общество "Научно-исследовательский институт меховой промышленности". Москва, 2000. С. 47-58.
15. Термодинамический метод оценки спектров связей в коже. - Лычников Д.С., Ибрагимова Н.А., Макаров-Землянский Я.Я., Белевцова Д.В., Фукина О.В., Студеникин С.И., Чурсин В.И., Горбатов С.В., Баяндин В.В. - Хранение и переработка сельхозсырья. 2000. № 6. С. 69
16. Исследование связи биоповреждений и клейкости хлопкового волокна. - Пехташева Е.Л., Масталыгина Е.Е., Лусинян И.В., Ибрагимова Н.А. - В книге: Биотехнология: состояние и перспективы развития Материалы международного конгресса. 2019. С. 97-98.