

ТРЕБОВАНИЯ И ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА МЕБЕЛИ

Л. В. Целикова, к. э. н., доцент;

И. С. Сусиков

УО «БТЭУ ПК», г. Гомель

Успех торговли мебельными товарами определяется степенью покупательских предпочтений, поскольку её конечная цель – реализация товаров и получение прибыли. В этой связи в регионе было проведено социологическое исследование с опросом 500 человек (семей). Покупательские предпочтения изучались нами в зоне деятельности региональных торговых предприятий «АМИ мебель» (г. Гомель) УП «Торговый Дом «Лагуна».

Анализ полученных результатов показал, что покупатели предъявляют разные требования к качеству мебели. Уровень этих требований значительно выше, чем требования в действующих стандартах, где только определены требования к качеству материалов и сборки, а покупатели предъявляют также требования к эксплуатационным характеристикам мебели, её эстетическим свойствам и надежности. Все это следует учитывать при формировании ассортимента мебели в торговых объектах конкретного региона [1, с. 155–157].

72 % опрошенных покупателей считают недостаточно широким ассортимент кухонной мебели, 88 % покупателей – кресел-кроватей; 68 % указывают на узкий ассортимент спальных гарнитуров, 38 % – мебели для прихожей; 85 % не удовлетворены очень узким ассортиментом прочей мебели.

Поскольку в структуре реализации наибольший удельный вес принадлежит мягкой мебели, то акцент в исследовании был сделан именно на неё. Из результатов опроса ясно, что при покупке изначально покупатели обращают внимание на внешний вид мебели, а в мягкой мебели – на обивку, так как мебельно-декоративные материалы должны соответствовать условиям эксплуатации. Для 89 % очень важно, чтобы обивка имела защитное покрытие, устойчивое к загрязнениям в условиях эксплуатации. 75 % опрошенных не желают приобретать мебель

с ворсовой обивкой, например, из флока, шенила и др., поскольку материал со временем может быстро «полысеть». 68 % респондентов отмечают, что не нуждаются в мебели из дорогого материала с большим сроком службы для детской комнаты. Эту мебель приходится часто менять, так как дети быстро растут.

На вопрос: «Какой обивочный материал по волокнистому составу Вы предпочитаете?» 49 % опрошенных ответили, что предпочитают хлопок; 30 % – лен, 5 % – шелк, 12 % – смесовые ткани, 2 % – не задумывались, 2 % – все равно. Представляется целесообразным рекомендовать покупателям приобретение мягкой мебели с обивкой из синтетических тканей последнего поколения (они воздухопроницаемы и гипоаллергенны), хлопок с защитной пропиткой спокойных тонов. Лучше, если ткань гладкая. Она не собирает пыль, а загрязнения с поверхности легко удалить.

На соответствие обивочных тканей в мягкой мебели назначению помещения и привычкам потребителей обращают 92 %. Четверть из них желает приобретать мебель с обивкой темных тонов и гладких фактур. На рельефной поверхности, отмечают потребители, возможны стойкие затяжки, которые невозможно расправить. Они не удобны в эксплуатации и для тех респондентов (23 %), у которых есть домашние питомцы. Мебель с обивкой темных тонов и огнестойким эффектом удобна для курящих семей. Они хотели бы приобрести именно такую мебель (18 %). Безусловно, для помещений, где много курят, мебель, обитая тканями с пушистой поверхностью, не подходит. Она желтеет, впитывает сигаретный дым, сохраняет неприятный запах.

Мебель является активным участником колорита помещения, поэтому очень важен цвет. Сегодня инновационным является соединение разных материалов, фактур и цветов, оттенков (усиление или ослабление цвета) в одном изделии. При этом, цвет или рисунок не должен соперничать с формой конструкции. Выяснено, что при покупке мебели отдается предпочтение материалам спокойных тонов, «сафари», имитирующих мех дикого животного. Респонденты (46 %) отметили, что в одной расцвет-

ке и одном виде материале (жаккарды и гобелены) наборы мягкой мебели имеют разную цену, и их это беспокоит. Отметим, что обивка мебели делятся на классы или категории с учётом стоимости. Их количество может достигать 5–9. Самые дешёвые – это хлопковые ткани с набивным рисунком, в основном для детских комнат. Самые дорогие – эксклюзивные варианты тканей модных расцветок и рисунков со сложной выработкой нитей разного волокнистого состава (что и определяет цену набора), а также современные высокотехнологичные синтетические ткани, например, арпатеки. Посередине – наиболее популярные материалы, классифицируемые по сложности технологии производства, стране-производителю, актуальности расцветки. Например, шенилы и флоки без защитной пропитки оцениваются ниже, чем с пропиткой. При равных показателях в более высокую категорию попадают материалы с более актуальным и модным дизайном. 43 % потребителей предпочитают кожаную обивку мягкой мебели. Положительно относятся к новинкам и готовы экспериментировать и покупать 72 % опрошенных. Белорусская мебель, считают 96 %, имеет более высокие функциональные показатели, но несколько уступает импорту по эстетике, а как представляется, вопрос моды и престижности играют не последнюю роль при выборе мебели.

Список использованных источников

1. Целикова Л. В. Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров / Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, образование : материалы III международной научно-практической Интернет-конференции. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.