

Шпирко К. Ю.

студентка 4 курсу, заочної форми навчання
спеціальності «Промисловий маркетинг»

КПІ ім. Ігоря Сікорського

Плисенко Г. П.

к.е.н., доцент кафедри промислового маркетингу

КПІ ім. Ігоря Сікорського

МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТОВ «АНШАР ГРУП»: ВИКЛИКИ ТА НОВІ ГОРИЗОНТИ НА РИНКУ ШКІЛЬНИХ МЕБЛІВ УКРАЇНИ

Ринок шкільних меблів в Україні, є важливим сегментом меблів та навчальної інфраструктури. Оскільки навчальні заклади потребують систематичного реконструкції меблів, попит на продукцію стабільний. У той же час, розвиток ринку спирається на кілька ключових факторів: державного фінансування освіти, економічної ситуації, змін у вимогах до облаштування навчального простору та вплив глобальних тенденцій на українську меблеву промисловість.

Останніми роками ситуація на ринку шкільних меблів, різко змінилася. З 2019 по 2021 рік, ринок показав стабільне зростання, оскільки збільшився попит на сучасні меблі для задоволення вимог нової української школи (НУШ). Однак в 2022 році, через повномасштабне вторгнення, продажі у внутрішньому секторі різко зменшились через фінансові труднощі та знищення деяких навчальних закладів. Згідно з даними, української асоціації меблевиків, ситуація на ринку розпочала відновлюватись в 2023 році, особливо завдяки державним програмам модернізації навчальних закладів. Попит на шкільні меблі зростає в районах, де школи відбудовуються, і також в західних регіонах, де кількість учнів зросла через внутрішню міграцію. Однак, незважаючи на покращення попиту, виробники зіштовхуються з низькою впізнаваністю, складністю в комунікаціях із цільовими споживачами та високою конкуренцією на ринку, особливо у сфері державних закупівель [2, 5].

Після падіння ВВП на майже 30% у 2022 році, країна знову піднімається. Економічне зростання 2023-го і 2024-го років дарує надію. Для «Аншар Груп» це означає – більше шкіл отримають фінансування, більше родин зможуть дозволити собі якісні меблі для своїх дітей. Та попри позитивну динаміку, на горизонті – нові виклики [1]. Податкова система повернулася до довоєнного формату, а з нею – і фінансовий тиск на виробників. Інфляція, зростання цін на матеріали, нестабільний валютний курс – усе це впливає на собівартість кожного стільця, кожної парти. Бізнесу доводиться бути не лише розумним, а й гнучким, як ніколи. Сучасні українці змінилися. Вони стали вибагливішими, уважнішими до того, що купують. Екологічність, безпечність, ергономіка – нові вимоги не примха, а норма. Батьки хочуть знати, що їхні діти сидять за столами, які не шкодять здоров'ю, зроблені з натуральних матеріалів, не мають шкідливих покриттів.

Станом на кінець 2024 року в Україні – лише 32 мільйони громадян. Щороку народжується утричі менше, ніж помирає [4]. Це означає одне – шкіл стане менше, і меблів вони купуватимуть менше. Сегмент поступово зменшується. І все ж, навіть тут – є шанс. Приватні навчальні заклади, інтернаціональні школи, міні-осередки освіти – саме тут формується новий попит. І саме туди повинна звернути погляд компанія, яка не хоче втрачати темпу. Світ не чекає. Хто перший запроваджує інновації – той перемагає. Автоматизоване виробництво, сучасні ERP-системи, онлайн-каталоги, віртуальні шоуруми – ось уже не футуризм, а ринкова необхідність. Компанії, які інвестують в інновації, мають усі шанси обігнати конкурентів не лише на локальному, а й на європейському ринку.

Ринок шкільних меблів сьогодні – це арена, де йде запекла боротьба. З одного боку — державні тендери, де перемагає найнижча ціна. З іншого – приватний сектор, де виграє якість, індивідуальність і сервіс. Усе частіше вибір здійснюється через онлайн-маркетплейси. Rozetka, Prom.ua – це нові торгові площі, де кожна деталь – від фото до відгуків – вирішує долю замовлення. На цьому полі «Аншар Груп» має конкурентну перевагу: досвід, технології, бажання змінюватись. Але для перемоги потрібно інше – постійна присутність у цифровому просторі та смілива стратегія просування. Школи, дитячі садки, коледжі, репетиторські центри, офіси — всі вони потребують надійних, функціональних меблів. І кожен із них має свій запит: державна школа – масовість і стандарти, приватний заклад – індивідуальність і комфорт, офіс – стиль і багатофункціональність. Тому ключ до успіху – глибоке розуміння потреб кожного клієнта. Сегментація, кастомізація, персоналізовані пропозиції – це не модні слова, а інструменти виживання й росту [1].

Ринок шкільних меблів в Україні є частиною загальної галузі виробництва меблів, яка в 2023 році за оцінками Державної служби статистики України становила приблизно 20 млрд грн. Частка шкільних меблів в загальному обсязі ринку меблів не є точною, однак оцінки на основі експертних даних припускають, що сегмент шкільних меблів складає близько 10-15% від загального обсягу виробництва меблів в Україні. Основні джерела попиту [3]:

- державні закупівлі та тендери: це основне джерело попиту на шкільні меблі, яке забезпечує стабільний ринок для виробників. В середньому обсяг держзамовлень на меблі для шкіл та інших освітніх установ в Україні оцінюється в 2-3 млрд грн на рік;

- приватні навчальні заклади: цей сегмент займає меншу частину ринку, але зростає в умовах розвитку приватної освіти, в тому числі через запити на інноваційні та естетично привабливі меблі.

Враховуючи ці чинники, ринок шкільних меблів в Україні можна оцінити приблизно в 2-3 млрд грн на рік. На даний момент на ринку шкільних меблів в Україні існує високий рівень конкуренції, причому більшість гравців зосереджена на основних каналах збуту, таких як державні тендери та онлайн-продажі через маркетплейси. Проте є значний потенціал для розвитку в сегменті інноваційних меблів, таких як ергономічні, екологічні та багатоцільові меблі для сучасних навчальних закладів. Невід’ємним елементом сучасного маркетингового середовища стали соціокультурні трансформації. Українці стали уважнішими до того, що купують, і кому довіряють. Якщо раніше було достатньо «зробити», то зараз потрібно «пояснити, довести, переконати». Особливо, коли йдеться про товари для дітей. Сучасний споживач очікує екологічність, безпеку, естетичність, і водночас – доступність та зручність придбання. Відповідь на це може дати лише та компанія, яка поєднає традиції якості з новітніми цифровими інструментами: сайтом, маркетплейсами, соцмережами.

Література

1. Аншар Груп. Офіційний сайт. URL: <https://www.anshar.com.ua/uk> (дата звернення 28.03.2025)
2. Стан меблевої промисловості. URL: <https://uafm.com.ua/stan-meblevoyi-galuzi-ukrayiny-pid-chas-vijny/> (дата звернення 28.03.2025)
3. Меблі для НУШ. URL: https://lb.ua/society/2018/09/19/407817_mebel_novoy_ukrainskoy_shkoli.html (дата звернення 27.03.2025)
4. Чисельність населення України. URL: <https://www.slovovidilo.ua/2024/07/17/infografika/suspilstvo/yak-skorochuvatymetsya-chyselnist-naselennya-ukrayiny-prohnozy-ekspertiv> (дата звернення 27.03.2025)
5. Меблева галузь. URL: <https://uafm.com.ua/zmitsnennya-meblevoyi-galuzi-ukrayiny-cherez-osvitu-eksport-ta-rozvytok-navychok/> (дата звернення 27.03.2025)