

ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА СТИРАЛЬНЫЕ МАШИНЫ – ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ИХ РАЦИОНАЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА

Статья посвящена вопросам формирования ассортимента стиральных машин. В ней приведены результаты анализа структуры ассортимента стиральных машин, поступающих в систему Житковичского райпо. Представлены итоги социологического опроса покупательских предпочтений на стиральные машины.

Article is devoted to the formation of the range of washing machines. It shows the results of analyzing the structure of the range of washing machines coming in Zhitkovichi raipo. It presents the results of a poll of consumers' preferences in the washing machine.

Ключевые слова: стиральные машины; ассортимент; покупательские предпочтения.

Key words: washing machines; assortment; consumer preferences.

Формирование ассортимента непродовольственных товаров в торговле – сложный и многообразный процесс. От того, насколько рационально он сформирован, в значительной мере зависит эффективность деятельности торгового предприятия. Значимость стиральных машин в настоящее время очень велика. Практически ни одна семья не обходится без такой бытовой техники. Рынок стиральных машин Республики Беларусь достаточно динамичный [1].

В торговом ассортименте магазинов Житковичского райпо представлены только стиральные машины отечественного производства марки «Атлант» разнообразных моделей. Анализ структуры торгового ассортимента стиральных машин, поступающих в систему райпо за 2013–2015 гг., позволил установить следующее:

- Поступление стиральных машин снизилось с 391 шт. в 2013 г. до 101 шт. в 2015 г. Это свидетельствует о снижении покупательной способности населения в целом, об уменьшении спроса на товары длительного пользования (стиральные машины), а также об определенном насыщении рынка стиральных машин.

- В 2015 г. модельный ряд стиральных машин был представлен 14 моделями. Модельный ряд на протяжении 2013–2015 гг. менялся.

- В 2015 г. в структуре торгового ассортимента присутствовали стиральные машины с объемом загрузки сухого белья 4,5 кг, 5, 6, 7 кг. В 2013 г. в ассортименте еще были модели стиральных машин с загрузкой 3,5 кг. Они составляли 12,8% в структуре ассортимента. С 2014 г. наблюдается снижение поставок моделей стиральных машин с малой загрузкой, а их удельный вес снизился до 6,8%. Наибольший удельный вес в 2013–2015 гг. приходился на поставки стиральных машин с массой загрузки 6 кг (37,5%; 30,3; 46,0%) и 5 кг (39,1%; 47,3; 32,7%). В 2015 г. увеличились поставки стиральных машин с объемом загрузки сухого белья 7 кг на 15,8% по отношению к 2013 г. и на 9,5% по отношению к 2014 г. Это свидетельствует о том, что отмечается рост спроса на стиральные машины, позволяющие осуществлять одновременную загрузку большего количества белья, а также стирать крупные и объемные изделия.

- Наибольший удельный вес в структуре ассортимента приходится на модели стиральных машин, выполняющих 15 программ стирки (44,7%; 24,1; 21,4%) и 21 программу стирки (24,7%; 15,95; 25,2%). В 2015 г. модельный ряд пополнился стиральными машинами, выполняющими 16 программ стирки. Их доля в структуре ассортимента составила 40,9%. Наибольшее количество программ стирки (23) выполняют стиральные машины марки «Атлант» (модели 50У880 и 50У108). Их удельный вес в ассортименте составил 7,9%; 25,7; 6,7%.

- В структуре торгового ассортимента за анализируемый период преобладали модели стиральных машин с максимальным количеством оборотов центрифуги при отжиге 1 000 обо-

ротов в минуту. Их удельный вес в ассортименте по годам составлял 48,5%; 63,7; 80,1%. Темп роста объемов их поступления в 2015 г. по отношению к 2014 г. – 101%. В 2015 г. в ассортименте появились стиральные машины с максимальным количеством оборотов центрифуги при отжиме белья 1 200 оборотов в минуту, их удельный вес составил 6,1%. В то же время снизился удельный вес стиральных машин с максимальным количеством оборотов центрифуги при отжиме белья 800 оборотов в минуту с 51,5% в 2013 г. до 12,8% в 2015 г. Таким образом, в структуре торгового ассортимента Житковичского райпо широко представлены стиральные машины, способные осуществлять качественный отжим белья разного волокнистого состава и массы.

- Ассортимент стиральных машин, поступающих в систему райпо, по классу энергоэффективности представлен моделями марки «Атлант», которые имеют низкое или очень низкое энергопотребление и относятся к классу А, А⁺, А⁺⁺ или А⁺⁺⁺. Необходимо отметить, что в поставках заметна тенденция увеличения удельного веса моделей стиральных машин с очень низким потреблением электроэнергии, т. е. классов А⁺⁺ и А⁺⁺⁺ с 20,9% в 2013 г. до 40,9% в 2015 г. Отечественный производитель стиральных машин марки «Атлант» совершенствует их производство и выпускает энергоэффективные модели, т. е. добивается снижения потребления электроэнергии в процессе эксплуатации стиральных машин. Если в 2013 г. на стиральные машины с энергоэффективностью класса А приходилось 73,3% удельного веса в торговом ассортименте, то в 2015 г. – всего 27,1%, так как в ассортименте стиральных машин появились две модели с энергоэффективностью класса А⁺⁺, их удельный вес составил 23,6% в структуре ассортимента.

- В Житковичском райпо реализуются модели стиральных машин только с фронтальной системой загрузки белья.

Для выявления покупательских предпочтений было проведено анкетирование среди ста посетителей магазина «Культтовары» (г. Житковичи). Анализ результатов покупательского опроса свидетельствует о следующем:

- Большая часть потребителей осуществляют покупку новой стиральной машины на замену стиральных машин 1 раз в 10 лет. Чаше, чем в 10 лет замену стиральных машин осуществляют потребители с более высоким уровнем дохода. Выявлено, что чаще других покупают новые стиральные машины потребители в возрасте от 20 до 30 лет. Именно в этом возрасте чаще создаются семьи, молодая семья обустраивает свой дом и среди приобретений одной из первых покупок является стиральная машина.

- Установлена существующая зависимость предпочтений потребителей по стране производства стиральных машин от возраста, уровня дохода и рода занятий. Потребители до 30 лет в равной степени предпочитают отечественные и импортные стиральные машины. Потребители в возрасте от 30 до 40 лет чаще выбирают импортные стиральные машины, а покупатели более старшего возраста – отечественные. Работники интеллектуальной сферы предпочитают импортные машины, а работники физического труда – отечественные. С ростом уровня доходов возрастает и спрос на импортную технику. Житковичское райпо реализует только стиральные машины отечественного производителя. Определенная часть спроса на стиральные машины (импортного производства) остается неудовлетворенной.

- Состав семей покупателей стиральных машин невелик. Семьи 56% респондентов состоят из трех-четырех человек, 43% респондентов состоят из одного-двух человек. Целесообразно формировать торговый ассортимент стиральных машин, ориентируясь на эти два сегмента потребителей. Таким образом, для семьи из трех-четырех человек подходит стиральная машина с загрузкой сухого белья от 5 кг, а для семей из одного-двух человек – с меньшим объемом загрузки – от 3,5 до 4,5 кг. В Житковичском райпо структура торгового ассортимента стиральных машин соответствует выявленным потребительским сегментам в зависимости от состава семьи.

- Степень удовлетворенности пользователей стиральными машинами в зависимости от возраста, уровня дохода и рода занятий также неодинакова. Большинство опрошенных (64%) не в полной мере довольны моделями стиральных машин, что обусловлено стремительным развитием современных инновационных технологий, внедрением их в производство бытовой техники. Это также свидетельствует о возможности возникновения дополнительного спроса на современные стиральные машины в случае выгодного предложения.

- Анализ факторов, на которые обращают внимание потребители, свидетельствует о том, что наибольший интерес вызывают стиральные машины по относительно доступной цене (42%), высокого качества и надежности (35%), а также удобные, эргономичные стиральные машины (22%). Удобными и эргономичными моделями стиральных машин, в первую очередь,

интересуются потребители с уровнем дохода более 5 тыс. р. в мес., емкость данного сегмента составляет 22%.

- Большинство респондентов (60%) считают приемлемым уровень цен на стиральные машины от 4 до 8 тыс. р., а свыше 8 тыс. р. за стиральную машину готовы заплатить только 24% опрошенных, в основном это потребители в возрасте от 25 до 40 лет, имеющие уровень дохода от 7 тыс. р. в мес. В Житковичском райпо в основном представлены стиральные машины в ценовом диапазоне до 8 тыс. р. В связи с этим целесообразно за счет изъятия из ассортимента продукции, пользующейся низким спросом, ввести в ассортимент брендовые марки и модели стиральных машин высокой надежности и качества, имеющих более высокую цену.

- При исследовании приоритетов, влияющих на выбор потребителя, следует отметить, что большинство респондентов предпочли более экономичные стиральные машины по более высокой цене дешевым стиральным машинам с большими эксплуатационными издержками. Данный фактор свидетельствует о более высоком спросе на стиральные машины класса A⁺, A⁺⁺ эффективности энергопотребления. При сопоставлении изменения структуры ассортимента стиральных машин в Житковичском райпо за 2013–2015 гг. можно сделать вывод о снижении доли в ассортименте стиральных машин с классом A эффективности энергопотребления и существенном росте доли стиральных машин с классом A⁺, A⁺⁺ эффективности энергопотребления, что соответствует последним мировым тенденциям и изменению потребительских предпочтений. Для респондентов оказались более предпочтительными надежные стиральные машины высокого качества по соответствующей цене, чем менее качественные модели стиральных машин, но по более низкой цене. Доля респондентов, предпочитающих надежность, составляет 35%. Реализуемые стиральные машины производства ЗАО «Атлант» обладают гарантией не более чем на 3 года. В свою очередь, современные стиральные машины (лидеры продаж) обладают более длительной гарантией (например, стиральные машины марки Electrolux имеют 10 лет гарантии на двигатель). В связи с этим в ассортименте целесообразно предусмотреть стиральные машины с более продолжительным сроком гарантии.

- Следует отметить, что такие факторы как функциональные возможности, максимальное количество оборотов центрифуги и дополнительные услуги по сервису (обслуживанию) не являются ключевыми при принятии решения о покупке. 35% респондентов указали, что в качестве дополнительной услуги хотели бы видеть монтаж и подключение стиральной машины по месту жительства заказчика, 14% опрошенных указали на необходимость услуги доставки товара, а большинство опрошенных (51%) отметили важность доступности гарантийного обслуживания. В связи с этим, в Житковичском райпо целесообразно предусмотреть доставку и монтаж стиральных машин по месту жительства заказчика.

- Наиболее крупные сегменты потребительского рынка стиральных машин в г. Житковичи представлены следующим образом:

- семейные молодые люди в возрасте от 20 до 30 лет, не имеющие детей, с уровнем дохода более 5 тыс. р. предпочитают надежные стиральные машины с загрузкой до 4,5 кг (15%);

- семейные пары в возрасте от 20 до 40 лет, имеющие детей, с уровнем дохода более 5 тыс. р. предпочитают надежные стиральные машины с загрузкой от 5,0 кг (55%).

Таким образом, торговое предложение стиральных машин в Житковичском райпо необходимо переориентировать в сторону увеличения доли моделей стиральных машин с объемом загрузки сухого белья более 5 кг.

- Отечественные стиральные машины предпочитают 47% респондентов. В связи с этим представляет определенный интерес информация о том, какие марки импортных стиральных машин пользуются наибольшим спросом. Установлено, что существенную долю в структуре предпочтений потребителей занимают марки Samsung (16%), LG (15%) и Electrolux (9%). Это следует учесть при формировании структуры торгового ассортимента стиральных машин в Житковичском райпо.

Таким образом, большинство потребителей стиральных машин осуществляют их замену в среднем через 6–7 лет эксплуатации. Частота замены стиральных машин имеет прямую зависимость от уровня дохода потребителей. В результате исследования установлено, что потребители примерно в равной степени предпочитают как отечественные, так и импортные стиральные машины. Потребители с высоким уровнем дохода предпочитают импортную технику, но в магазинах Житковичского райпо реализуются только стиральные машины производства ЗАО «Атлант». Большинство респондентов считают приемлемым уровень цен на стиральные машины от 4 до 8 тыс. р. Потребители отдали предпочтение более качественным стиральным маши-

нам, в отличие от менее качественных стиральных машин с аналогичным набором функций, но по более низкой цене. Существенная часть опрошенных отдала предпочтение имеющимся в продаже стиральным машинам марки «Атлант». Некоторые респонденты предпочли бы приобрести импортную стиральную машину. В связи с этим Житковичскому райпо предлагается расширить ассортимент стиральных машин за счет марок Samsung, LG и Electrolux, которые пользуются наибольшей популярностью у потребителей. Кроме того, необходимо предусмотреть доставку и монтаж стиральных машин по месту жительства покупателя.

Список использованной литературы

Руцкая, С. Д. Рынок стиральных машин Республики Беларусь: состояние, тенденции / С. Д. Руцкая : материалы Междунар. интернет-конф. студентов и магистрантов. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2016. – С. 76–78.